

T.C. GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ RADYO-TELEVİZYON VE
SİNEMA ANABİLİM DALI

SOSYAL MEDYADA MEKANSAL ETKİLEŞİM: ÖĞRENCİ DEĞİŞİM
PROGRAMLARINA KATILMIŞ BİREYLER ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Betül AYDOĞAN

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ö. Murad ÖZDEMİR

Haziran, 2018

ÖNSÖZ

Bireylerin mekansal etkileşimlerini sosyal medya ile ilişkilendirerek değerlendirdiğim bu teze başladığım dönemde, tam olarak ne yapmak istediğime karar vermem oldukça sancılı bir süreçti. Ne çalışacağımı, araştırmamın nasıl ilgi çekici olabileceğini, kafamdaki pek çok konu arasından özellikle ne tarafa yöneleceğimi belirlemek, tezi yazmak kadar zahmetliydi. Ancak hem yola çıkma sürecinde hem de tezi yazarken umutsuzluğa kapıldığım pek çok dönemde akademik enerjisiyle, yapıcı eleştirileri ile beni destekleyen, mesleki hayatıma ilişkin verdiği bilgilerle yardımını esirgemeyen değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Ö. Murad Özdemir'e teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca bu zorlu süreçte tüm kaprislerimi hoşgörü ile karşılayan, her zaman yanımda olduklarını hissettiğim, cesaretim ne zaman tükense yeniden toplamama yardımcı olan anneme, babama ve arkadaşlarıma yürekten teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
KISALTMALAR	v
TABLO LİSTESİ	vi
RESUME	vii
ABSTRACT	xi
ÖZET	xv
GİRİŞ	1
1. BİREYSEL MEKANI YENİDEN DÜŞÜNMEK	11
1.1 Yer-Mekan Teorilerinin Düşünsel Seyri	12
1.1.1 Felsefî Düşüncede Mekan	13
1.1.2 Hümanistik ve Toplumsal Yaklaşımlarda Yer-Mekan Tartışmaları	14
1.1.3 Modernite ile Değişen Mekan Anlayışları	19
1.1.4 Postmodern Düşüncede Mekan	23
1.1.5 Medya Çalışmalarında Mekan	26
1.2 Birey ve Mekan İlişkisi	29
1.2.1 Kimlik ve Mekan	30
1.2.2 Beden ve Mekan	34
1.2.3 Mekana Dair Hafıza	37
1.2.3.1 Bireysel ve Kolektif Hafızanın Mekanları	39
1.2.3.2 Yer Nostaljisi	42
2. SOSYAL MEDYA VE MEKANSAL ETKİLEŞİM	46
2.1 Medya Aracılığıyla Aktarılan Mekanlar	47
2.1.1. Medya ve Mekan İlişkisi	47
2.1.2 Mekanların Fotoğraflar Aracılığıyla Aktarılması	51
2.1.3 Fiziksel Mekandan Siber Mekana: Bir Üst Mekan	56
2.2. Sosyal Medyanın Mekansal Etkileşime Getirdikleri	60
2.2.1 Sosyal Medya Kavramına Kısa Bir Bakış	61

2.2.2.1 Mekanların Fotoğraflanması ve Paylaşılması	71
2.2.2.2 Mekanların Konumunu Bildirmek	75
2.2.3 Sosyal Medyada Mekansal Etkileşim	81
3. ÖĞRENCİ DEĞİŞİM PROGRAMINA KATILMIŞ BİREYLERİN MEKAN İLE ETKİLEŞİMLERİ ve SOSYAL MEDYA.....	87
3.1 Araştırmanın Konusu	87
3.2 Araştırmanın Yöntemi	89
3.2.1 Kuramsal Çerçeve	89
3.2.2 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	90
3.3 Bulgular ve Yorum	91
3.3.1 Etkileşim ve Mekan	91
3.3.2 Gitmeden Önce Yere Dair Bilgi Edinmek	99
3.3.3 Orada olma	106
3.3.3.1 Orada Olmak ve Yeniden Görmek	106
3.3.3.2 Paylaşılmaya Değer Anlar	110
3.4.4 Sonrası Etkileşimi	117
3.4.4.1 Dijital Kültür ve Hafıza	118
3.4.4.2 Fotoğraf ve Video	123
3.4.4.3 Tbt	125
3.4.4.4 Bugünden O Güne Bakmak	127
3.4.4.5 Başkalarının Ağlarda Aynı Yerlerden Paylaşım Yapmaları	129
SONUÇ	132
KAYNAKÇA	139
EK: GÖRÜŞME KILAVUZU	151
ÖZGEÇMİŞ	153

KISALTMALAR

GPS	: Global Positioning System
GIS	: Geographic Information System
WiFi	: Wireless Fidelity
LBS	: Location Based Social Media
TV	:Televizyon
TBT	:Throwback thursday

TABLO LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 2.1 Kaplan ve Haenlien'in Sosyal Medya Sınıflandırması

64



RESUME

Dans cette thèse intitulée "Interaction spatiale dans les médias sociaux: une étude sur les individus participant aux programmes d'échange d'étudiant", il a été discuté comment les partages des locations spatiales et des photos sur les médias sociaux ont changé les façons d'interagir avec l'espace et les autres à travers l'espace. Dans le contexte des individus participé à des programmes d'échange d'étudiants, le processus des expériences spatiales ont été séparés à trois différentes étapes comme avant, pendant et après. Ci-joint, il serait possible de considérer comment les individus utilisent les médias sociaux avant de se rendre au programme d'échange, ce qu'ils partagent au cours de l'expérience et si les actions qu'ils ont déjà réalisées sont décisives dans leur interaction avec le lieu où ils se trouvent déjà. L'espace, celui du concept majeur de la thèse, a été décrit comme un champ dans lequel les activités quotidiennes sont réalisées et les interactions sociales sont formées. De plus, il prend son sens à partir des patterns sociaux et aussi englobe les expériences subjectives des individus. Cependant, le terme d'espace est trop complexe pour décrire un tel moyen facile, c'est pourquoi dans la thèse, il a été cité qu'il s'agit d'une extension géométrique ou d'une zone de résidence à la suite de l'existence; est-il basé sur des informations techniques qui peuvent être transférées aux coordonnés et aux cartographies; ce que cela signifie pour les individus; si c'est socialement produit ou pas. Les développements technologiques ont apporté une nouvelle dimension aux approches mentionnées. En particulier, les hypothèses sur la disparition des limites spatiales avec les technologies de communication, indiquent que la dépendance à l'espace a été perdue à travers un réseau de relations qui peuvent être communiquées à tout moment et de n'importe où. D'autre part, les systèmes qui permettent la détection de lieux tels que le GPS ont fait partie de la vie quotidienne avec les téléphones intelligents, les applications de médias sociaux. Par conséquent, il fait un retour à l'espace par rapport aux pensées défendant que l'espace a disparu. Les médias sociaux ouvrent l'espace à la vue de l'autre en notifiant leur emplacement et en partageant des photos; introduisant ainsi un nouveau contexte pour l'échange d'expérience spatiale, le transfert de connaissances, la circulation de l'espace, et surtout pour l'interaction spatiale. On entend par le terme d'interaction spatiale la tendance de l'individu à donner le sens au lieu en créant des traces d'eux-mêmes, à améliorer le sentiment d'appartenance et aussi à partager et à interagir avec d'autres. En partant de toutes ces considérations, cette thèse vise à révéler ce que les médias sociaux fournissent aux interactions spatiales des individus.

Les questions posées à cet effet sont énumérées ci-dessous:

- (1) Quelles sont les contributions des partages spatiaux sur les médias sociaux aux interactions spatiales des individus?
- (2) Pourquoi les individus veulent partager leurs emplacements et photographies d'espaces sur les applications de médias sociaux?

(3) Qu'est-ce que les médias sociaux fournissent aux individus dans le processus de création de sens pour un lieu où ils n'ont jamais été là avant?

(4) Que fait l'individu avec les lieux et les photos qu'il a partagé dans les médias sociaux après son retour du lieu?

Afin de trouver une réponse à ces questions, tout d'abord, dans la première partie de la thèse, la relation entre l'individu et l'espace a été transférée à partir des perspectives de différents courants intellectuels. En référence aux points de vue humaniste et phénoménologique, il est souligné que l'expérience subjective de l'individu, sa familiarité avec le lieu et l'ajout d'éléments identitaires à l'espace sont nécessaires pour transformer l'espace en un lieu. L'identité, le corps et la mémoire sont présentés comme des concepts essentiels en établissement de l'interaction spatiale. Parce que l'appartenance à un lieu est l'une des composantes fondamentales de l'identité et en plus, le cadre d'expérience offert par les espaces sociaux permet à l'individu de comprendre ce qu'il est.

Le corps est au centre de percevoir l'espace, de l'éprouver, du maintenir l'interaction spatiale et du sentiment de soi. La mémoire, d'autre part, correspond à l'enregistrement de toutes ces expériences de l'espace et à se souvenir le lieu que l'individu intègre à sa propre identité. L'espace, encore une fois, n'est pas indépendant des développements sociaux et des relations avec les autres. Par conséquent, en représentant l'espace de la modernité et de la postmodernité, on a essayé de décrire comment les relations spatiales de l'individu sont confrontées à une fraction ultime. Les thèmes apportés par ces idées prétendent que les individus ont perdu leur sens du lieu et traversent l'espace sans avoir besoin d'établir une connexion profonde. En particulier, les développements technologiques semblent être l'une des raisons principales des circonstances mentionnées. Par conséquent, dans la première partie de la thèse, il y a des arguments pour savoir si les nouvelles technologies de la communication et les réseaux de communication mondiaux ont déclenché le désengagement ou non. Tout en transférant des idées qui sont la suite du concept de village global de McLuhan, d'un autre côté, il a souligné que ces technologies redéfinissaient l'espace physique plutôt que de l'éteindre.

Dans la deuxième partie de la thèse, les pensées mentionnées ci-dessus sont approfondies en étant associées aux médias sociaux. Il est mentionné que les médias sociaux comme une partie du cyber espace, divisé les arguments spatiaux en deux comme cela est arrivé auparavant. Les environnements multimédias sont supposés être des alternatives aux espaces physiques, sont exprimés en termes de «espace supérieur» qui se croisent et s'entrecroisent fondamentalement avec l'espace réel. Ainsi, l'idée d'espace a redéfini avec les technologies de communication soulignées dans le premier chapitre a été expliqué dans la deuxième partie de thèse, en ce qui concerne le partage de photos de l'espace et de location dans les médias sociaux. Les applications permettent à partager l'emplacement, traduit en français en tant que «Applications basées sur la localisation» du terme «Location Based Services» (LBS) intitulée dans la littérature anglaise. Ceux-ci peuvent être brièvement décrits comme des applications qui permettent de marquer la location d'un lieu sur une carte et de le partager. En outre, des médias tels que Facebook et Instagram peuvent être inclus dans ces applications en tant qu'outils de transposer de lieux en les marquant et en les partageant. La thèse est basée sur des applications avec les

deux caractéristiques, puisque le rapport de localisation et le partage photographique sont pris en compte. Comme ces pratiques spatiales dans les médias sociaux peuvent être liées à la représentation des espaces dans les médias, à la création de représentations symboliques des lieux et à la consommation de ces représentations souvent discutées dans le champ des études touristiques, cette littérature a été également consultée dans la thèse. L'individu, qui se trouve dans la position spectateur, tout en ayant une idée sur d'autres géographies grâce à l'image de l'endroit où il se trouve, réfléchit à la manière dont l'expérience pourrait se dérouler. De plus, l'information obtenue auparavant sur les lieux a la qualification de transformer l'expérience d'être là. De plus, partager l'expérience avec les autres est une preuve de ce qui s'est passé. Bien que l'idée de la consommation de places dans les études touristiques soit plutôt dominante, le paradigme de l'audience-lieu-expérience est entré dans un nouveau cycle avec les médias sociaux. Puisque le contenu généré par l'utilisateur soutient la participation du spectateur, les récits sur un lieu sont inclus dans un processus de production actif. Cependant, il a également été pris en compte que les contenus produits par les utilisateurs ont le potentiel de se réunir pour créer un récit collectif sur les lieux. Par conséquent, les médias sociaux peuvent guider l'expérience de l'audience comme si c'était dans les médias conventionnels. Néanmoins, la façon dont l'individu interagit avec les lieux, comment il utilise les médias sociaux tout en cherchant un lieu ou en rapportant son expérience spatiale est repensée à ce point. Il est souligné que les médias sociaux créent un environnement où l'identité est présentée aux autres à travers le lieu. En outre, il est indiqué que l'individu veut partager des lieux qui ont un sens pour lui via ces médias. En anticipant que ce processus peut être évalué avec l'approche de l'interaction symbolique, il est souligné que ce que les individus font des lieux est le résultat d'expériences subjectives autant que sociales. Il est également exprimé que les médias sociaux maintiennent ce processus à travers le transfert des photographies et des emplacements de ces lieux, offre un cadre pour les autres, mais ne façonne pas directement l'expérience du lieu.

La troisième partie, d'un autre côté, englobe le domaine dans lequel les arguments connexes sont réévalués à travers les expériences des individus qui ont participé au programme d'échange d'étudiants. La principale raison de prendre en compte l'interaction spatiale des individus qui ont participé au programme d'échange d'étudiants est l'argument selon lequel les expériences couvrent différentes périodes impliquant des expériences différentes et que ces expériences ne peuvent pas se produire isolées des médias sociaux. Cet argument découle de ma propre expérience car j'ai participé une fois au programme d'échange d'étudiants. Dans ce sens, des entretiens approfondis ont été menés avec 20 personnes et les résultats obtenus à partir des entretiens ont été séparés en différents thèmes par une méthode d'analyse descriptive. Par ces thèmes, on s'est interrogé sur la façon dont les individus avaient bénéficié des médias sociaux avant leur départ, comment ils ont partagé leurs expériences à travers les médias sociaux pendant la période où ils étaient à l'étranger, ce que le partage d'eux et des autres personnes à propos du même lieu a apporté à leurs expériences relatives à l'endroit. La prise en compte de trois périodes différentes de programme d'échange a impliqué un cadre impliquant la façon dont l'information sur le lieu est obtenue, l'interaction établie par le contact visuel et la mémoire spatiale. Dans le processus de décider où aller, tandis que les individus sont considérés comme préférant prendre conseil auprès de ceux qui ont participé au

programme d'échange, mais après la ville où ils déménageraient est déterminée, ils utilisent les médias sociaux à des fins de recherche. Néanmoins, pendant la période, ils sont présents là; les médias sociaux sont utilisés comme fournisseur d'informations. Le partage d'images et les noms des lieux qu'ils visitent leur permettent de garder des archives contre la possibilité de ne plus pouvoir connaître les mêmes lieux. Les albums photographiques partagés sur Facebook ou sur Instagram, les photos et les lieux signalés par ces médias servent d'archives. Plus tard, ces archives deviennent le moyen par lequel l'individu retourne à l'endroit où il ou elle est allée. Alors que Facebook rappelle aux utilisateurs de leur partage passé, Instagram invite également ses utilisateurs à tbt (Throwback Thursday) en d'autres termes à participer au mouvement du jeudi dans lequel les photos du passé sont partagées. Cependant, publier des photos prises il y a longtemps est un sujet d'hésitation. Comme les participants l'ont souligné, ils pensent surtout que ces expériences leur laissent beaucoup de retard ou que ces photos n'attireraient pas autant d'attention que par le passé. Pour cette raison, les photos du même endroit que d'autres ont beaucoup plus souvent fait penser à leur expérience passée.

(1) Les photographies et les emplacements de l'espace partagé dans les médias sociaux renforcent les liens des individus avec le lieu; (2) l'espace d'archivage des médias sociaux en tant que mémoire spatiale est maintenu en vie; (3) ce qui suggère que crée un nouveau contexte pour les interactions spatiales, l'épuisement de la rupture spatiale de ces plates-formes ou des lieux plutôt que de créer des liaisons avec le transfère spatial à la conclusion qui a été atteinte dans le cadre de ce mémoire. Les personnes utilisent le lieu qui est significatif pour partager avec d'autres sur les médias sociaux. C'est là qu'il veut se séparer de l'échange local et d'autres obligations, déclarant géographiquement partager médias sociaux photos de cet endroit. Cependant, comme mentionné précédemment, l'endroit, il a aussi à voir avec gagner le sens des relations sociales. Il partage l'espace avec des informations sur les utilisateurs des médias sociaux, le pari est un milieu dans lequel l'image de l'emplacement et la reproduction de sens. De plus, les utilisateurs peuvent également interagir les uns avec les autres pour déterminer ce qu'ils vont penser à un endroit. Mais l'acceptation directe de ces termes est exprimée par la deuxième partie concerne, les individus convertissent leurs tactiques en réinterprétant l'expérience avec des significations spatiales. Par conséquent, les médias sociaux, des informations sur les sites, l'expérience, la collecte de la mémoire, l'archive a infligé des formats de conversion mis en circulation; l'individu et le lieu a émergé comme un outil pour renforcer les interactions avec les autres sur le lieu.

Let Mots Clés: Interaction Spatial, Médias Sociaux, Partage de Photo, Attachement de position géographique, Médias Sociaux basés sur la Géo-localisation.

ABSTRACT

In this thesis titled "Spatial Interaction on Social Media: A Review on Individuals Participated In Student Exchange Program", it is discussed how the sharing of spatial locations and photographs in the social media has changed the ways of individuals' interaction with space and with other individuals through space in the context of individuals participated in student exchange programs. Individual experiences on space have been separated to three different stages as before, during and after. It is considered how individuals use social media before going to a place for exchange program and what they share during the experience and whether what they have shared during this time is decisive in their interaction with the place later on. Space, as the major concept of thesis, has been described as a field in which daily activities are carried out and social interactions are formed, take its meaning from social patterns as well as encompasses subjective experiences of individuals. However, as the term 'space' is too complex to outline easily, different approaches on whether it is a geometric extension or an area of residence as a result of existence; or if it is based on technical information that can be transfer to coordinates and maps; its meaning for individuals; whether it is socially produced or not have been included to thesis. Technological developments have brought a new dimension to the approaches mentioned. Especially the assumptions about vanishing of spatial limitations with the communication technologies indicate that dependence to space has been lost through network of relationships that can be communicated at any time and from anywhere. On the other hand, systems that allow the detection of places such as GPS becoming a part of daily life with smart phones and social media applications indicates a return to the space in front of the thoughts that the space has been vanished. Social media opens up the space to the other's view by notifying their location and sharing photos; thus introducing a new dimension for the exchange of spatial experience, the transfer of knowledge, the circulation of space, and especially for spatial interaction. It is meant by the term spatial interaction that individual's tendency to make sense of place by crating traces of them, improve sense of belonging and also sharing and interact this meaning with others. With these assumptions and set of information in hand, it is aimed in this thesis to reveal what social media provides to spatial interactions of individuals. The questions asked for this purpose are listed below:

- (1) What are the contributions of social media shares about place to spatial interactions of individuals?
- (2) Why individuals want to share their locations and photographs of spaces on social media applications?

(3) What do social media provide to individuals in the process of creating meaning for a place where they have never been before?

(4) What does an individual do with the locations and photos he/she has shared in the social media after returning from place where he/she left behind?

In order to find answer to these questions, firstly, in the first part of the thesis, the relation between individual and space is conveyed from perspectives of different intellectual currents. By reference to the humanistic and phenomenological points of view, it is emphasized that individual's subjective experience, familiarity with the place, and adding of identity elements to space are necessary in order to transform space into a place. Identity, body and memory are presented as concepts that are essential in establishing spatial interaction. Because, belonging to a place is one of the basic components of identity and also experience framework offered by social spaces make possible for individual to comprehend who he/she is. The body is at the center of perceiving space, experiencing it, maintaining spatial interaction and feeling of self. Memory, on the other hand, corresponds to recording all these experiences of space and remembering the place that individual integrate with his/her own identity. Space, than again is not independent of social developments and relations with others. Therefore, representing the space of modernity and postmodernity, it has been tried to describe how the spatial relations of individual are faced with an ultimate fraction. The themes brought by these ideas, claim that individuals have lost their sense of place and pass through the space without the need of establishing any deep connection. Especially, technological developments seem to be one of the main reasons for mentioned circumstances. Therefore, in the first part of the thesis, there are some arguments about whether new communication technologies and global communication networks have stimulated placelessness or not. While conveying ideas derived from McLuhan's global village concept, it is also emphasized that these technologies redefined physical space rather than extinguish it.

In the second part of the thesis, the above-mentioned thoughts are deepened by associating them with social media. It is mentioned that the social media as a part of cyber space, divided spatial arguments into two. Computer-mediated environments, which are alleged to be alternatives to physical spaces, are expressed in terms of "hyper space" that intersect and intertwine with real space. Therefore, the idea of spaces has redefined with the communication technologies pointed out in the first chapter is explained in relation to sharing photos of space and location reporting in social media in second one. The applications allow social media to report location translate into Turkish as "Konum Temelli Uygulamalar" from the term "Location Based Services" (LBS) in English literature. These can be briefly described as applications that enable marking the location of the place on a map and sharing it. In addition, media such as Facebook and Instagram can be included in these applications as a tool of transferring places by tagging and marking them with a similar location feature. In the thesis, applications with both features such as location report and photo sharing are taken into account. Since these spatial practices in social media can be related to the representation of spaces in the

media, and the creation of symbolic representations of places and the consumption of these representations, which are often discussed in the field of tourism studies, it has been also consulted this literature. The individual, who is in the spectator position, while having an idea about other geographies thanks to the image of the place they encounter with, think about how the experience to be there might be. Furthermore, the information obtained before about places has qualification of transforming the experience of being there. Moreover, sharing the experience with others is a proof of that it has been occurred. Although the idea of consumption of places in tourism studies is rather dominant, the audience-place-experience paradigm has entered a new cycle with social media. Since user-based content supports the audience's participation, narratives on a place are included in an active production process. However, it was also taken into account that the contents produced by users have the potential of coming together to create a collective narrative on the places. Hence, social media can guide the experience of the audience as if it were in the conventional media. Nevertheless, how the individual interacts with the places, how he uses social media while searching for a place or reporting his spatial experience is rethought at this point. It is emphasized that social media creates an environment where identity is presented to others through the space. Additionally, it is stated that the individual wants to share places that are meaningful to him via these media. Anticipating that this process can be evaluated with the symbolic interaction approach, it is pointed out that what the individuals make of the places are a result of subjective experiences as much as social. It is also expressed that social media maintains this process through the transfer of photographs and locations of these places, offers a frame for others, but does not directly shape the experience of the place.

The third part, on the other hand, encompasses the field in which related arguments are reassessed through the experiences of individuals that participated in student exchange program. The main reason of taking into consideration the spatial interplay of The individuals that participated in student exchange program is the argument about which the experiences cover various periods thereby involving different experiences and which these experiences cannot occur isolated from social media. This argument stems from my own past experience as I participated once the student Exchange program. In this direction, in-depth interviews were conducted with 20 people and the findings obtained from the interviews were separated into various themes by descriptive analysis method. By these themes, it has been questioned that how the individuals had benefited from social media in the period before their departure, how they shared their experiences through social media in the period they were abroad, and what the sharing of themselves and others about the same place brought to their experiences pertaining to the place. Taking three different periods of exchange program into account entailed a framework involving how the information about place is obtained, interaction established by visual contact and spatial memory. In the process of deciding where to go, while individuals are seen to prefer taking advice from the ones participated in exchange program, but after the city they would move is determined, they use social media for searching purposes.

Nevertheless, during the period, they are present there; social media is being used as an information provider. Sharing pictures and the names of the places they visit enable them to keep records against the possibility of not being able to experience the same places again. Photo albums shared on Facebook or Instagram photos and locations reported through these media serve as an archive. Later, these archives become the means by which the individual returns to where he or she once went. While Facebook reminds users of their past sharing, Instagram also invites its users to tbt (Throwback Thursday) in other words to participate in Thursday movement in which photos from the past are shared. However, releasing photos that were taken long ago is a subject of hesitation. As the participants emphasized, they mostly think that either these experiences are left far behind for them or that those photos would not attract as much attention as they did in the past. For this reason the photos of the same place that others shared much more reminds the person of their past experience.

This thesis, which proposes that (1) sharing spatial photographs and their location on social media enhances the connection between the individual and that location; (2) social media keeps spatial memory alive as an archival tool; (3) creates a new context for spatial interaction, finds that aforementioned platforms help form new connections with that location instead of detachment from that location or consuming the location. Individuals use social media to share the places where they find meaningful with the others. On the social media, they declare their geographical locations and share the photos taken at these places where they establish a bond and want to separate from other places. On the other hand, they create a way to transfer their identities through these places where they feel they belong to. Nevertheless, as mentioned before, places also become meaningful with social interactions. Social media is a medium where the meaning is reproduced with the information about the place that the users share, the images and the locations. Users' interactions, too, can be a determinant of what they think about a place. However, as mentioned in second chapter, there is no direct acceptance of these meanings. Individuals turn spacial meanings into experiences by reinterpreting. As a result, social media has transformed spacial information's, experience's and memory's form of collection, archiving and to be circulated; has emerged as a tool strengthening the interaction of individuals with both the space and the others through the space.

Keywords: Spatial Interaction, Social Media, Photo Sharing, Attaching Locations, Location Based Social Media.

ÖZET

“Sosyal Medyada Mekansal Etkileşim: Öğrenci Değişim Programlarına Katılmış Bireyler Üzerine Bir İnceleme” başlıklı bu tezde, sosyal medyada mekan konumlarının ve fotoğraflarının paylaşılmasının bireylerin mekanla ve mekan üzerinden diğerleri ile kurdukları etkileşime ne kattığı, öğrenci değişim programına katılmış bireyler ekseninde tartışılmıştır. Bireylerin mekana dair deneyimleri ise öncesi, sırası ve sonrası biçiminde dönemlere ayrılarak değerlendirilmiştir. Bireylerin gitmeden önce sosyal medyayı nasıl kullandıkları, orada bulundukları sırada sosyal medyada mekana dair neler paylaştıkları, döndükten sonra ise daha önce yaptıkları paylaşımların gittikleri yer ile etkileşim kurmalarında belirleyici olup olmadığı göz önünde bulundurulmuştur. Mekan, gündelik hayat faaliyetlerinin sürdürüldüğü, sosyal ilişkilerin biçimlendiği bir alan olarak betimlenmiş, anlamını toplumsal örüntülerden aldığı aynı zamanda da bireyin öznel tecrübelerini kapsadığı vurgulanmıştır. Ancak böylesine kolay bir biçimde tarif edilemeyecek kadar karmaşık bir kavram söz konusu olduğundan çalışmada mekanın geometrik bir uzam mı yoksa var olmanın getirisi olarak mesken tutulan bir alan mı olduğu; koordinatlarla, haritalarla aktarılabilecek teknik bilgilere mi dayandığı; bireyler için ne ifade ettiği; toplumsal olarak üretilip üretilmediği gibi tartışmalara da yer verilmiştir. Teknolojik gelişmeler ise bahsi geçen yaklaşımlara yeni bir boyut getirmiştir. Özellikle iletişim teknolojileri ile mekansal sınırlamaların ortadan kalktığına dair varsayımlar, her an her yerde iletişim kurulabilen, uzamdan bağımsız gerçekleşen ilişkiler ağı ile mekana bağlılığın yitirildiğine işaret etmektedir. Diğer taraftan GPS gibi yerin tespit edilmesine izin veren sistemlerin sosyal medya uygulamaları, akıllı telefonlar ile gündelik hayata dahil edilmesi, mekandan kopulduğuna dair düşüncelerin karşısına mekana dönüşü çıkarmaktadır. Sosyal medya, gerek konumların bildirilmesi, gerekse fotoğrafların paylaşılması ile mekanı diğerlerinin görüşüne açar; böylelikle mekana dair deneyimin, bilginin aktarılması, görülmesi ve dolaşıma sokulması, özetle mekansal etkileşim için yeni bir bağlam ortaya çıkmış olur. Burada mekansal etkileşim ile kast edilen hem bireylerin kendilerine dair izler oluşturarak mekanı anlamlandırmaları, mekana ait hissetmeleri hem de diğerleri ile bu anlamların paylaşılması, etkileşime sokulmasıdır. Tüm bu düşüncelerden hareketle bu tezde sosyal medyanın bireylerin mekansal etkileşimlerine ne sağladığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda sorulan sorular ise aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

(1)Bireylerin sosyal medyadaki mekana dair paylaşımları mekansal etkileşimlerine ne katmaktadır?

(2)Bireyler neden mekansal konumlarını ve mekana dair fotoğrafları sosyal medya uygulamalarında paylaşmak istemektedirler?

(3)Gitmedikleri bir mekana dair anlam oluşturma süreçlerinde sosyal medya bireylere ne sağlamaktadır?

(4)Birey, gittiği yerden döndükten sonra sosyal medyada paylaştığı konumlar ve fotoğraflar ile ne yapmaktadır?

Bu sorulara cevap bulabilmek için öncelikle tezin ilk bölümünde birey ve mekan arasındaki ilişki, farklı düşünsel akımların perspektiflerinden aktarılmıştır. Hümanistik ve fenomenolojik bakış açıları referans alınarak mekanın yere dönüşebilmesi için öznel deneyimin, bireyin bu yere aşına olmasının, kimliksel öğeler eklemesinin gerekli olduğu üzerinde durulmuştur. Kimlik, beden, hafıza ise mekansal etkileşimin kurulmasında elzem olan kavramlar olarak serimlenmiştir. Çünkü bir yere ait olmak, kimliğin temel bileşenlerinden biri olduğu gibi bireyin kim olduğunu kavraması da toplumsal mekanların sunduğu deneyim çerçevesi ile mümkün olmaktadır. Beden, mekanı algılamının, deneyimlemenin, mekansal etkileşimi sürdürmenin, kendilik hissinin merkezinde yer almaktadır. Hafıza ise mekana dair tüm bu tecrübenin kayıt altına alınmasına, bireyin kimliği ile bütünleştirdiği yeri anımsamasına denk düşmektedir. Öte yandan mekan, toplumsal gelişmelerden, diğerleri ile ilişkilerden bağımsız değildir. Bu yüzden modernitenin, postmodernitenin mekanları betimlenerek bireyin mekansal ilişkilerinin nasıl bir kırılma ile karşı karşıya olduğu tarif edilmeye çalışılmıştır. Bu düşüncelerin getirdiği izlekler, bireylerin yer hissini yitirdiklerini, derinlikli bir bağ kurmaya ihtiyaç duymadan mekanlardan geçip gittiklerini iddia etmektedir. Özellikle teknolojik gelişmeler bahsi geçen durumların ortaya çıkmasının temel sebeplerinden biri gibi görülmektedir. Bu yüzden tezin ilk bölümünde yeni iletişim teknolojilerinin ve küresel iletişim ağlarının mekansızlaşmayı tetikleyip tetiklemediğine dair argümanlara yer verilmiştir. Bir yanda Mc Luhan'ın küresel köy düşüncesinin devamı niteliğinde olan fikirler aktarılırken diğer tarafta söz konusu teknolojilerin fiziksel mekanı ortadan kaldırmak yerine yeniden tanımladığı üzerinde durulmuştur.

Tezin ikinci bölümünde ise yukarıda bahsedilen düşünceler sosyal medya ile ilişkilendirilerek derinleştirilmiştir. Sosyal medyanın da bir parçası olduğu siber uzamın, mekansal argümanları daha önce olduğu gibi ikiye böldüğünden bahsedilmiştir. Fiziksel mekanların alternatif olabileceği iddia edilen bilgisayar dolayımı ortamların, esasında gerçek mekanlarla kesişen, içe içe geçen bir bağlama dayandığı “üst mekan” terimi ile ifade edilmiştir. Dolayısıyla ilk bölümde işaret edilen iletişim teknolojileri ile mekanların yeniden tanımlandığı düşüncesi bu bölümde sosyal medyada mekan fotoğraflarının paylaşılması ve konum bildirilmesi ile ilişkilendirilerek açıklanmıştır. Sosyal medyanın konum bildirilmesine izin veren uygulamaları ise Türkçeye lokasyon temelli medyalar olarak çevrilebilen, kısaca LBS (location based social media) biçiminde İngilizce literatürde yer bulan kavram aracılığıyla aktarılmıştır. Bunlar kısaca mekanın konumunun bir harita üzerinde işaretlenerek paylaşılmasını sağlayan uygulamalar olarak ifade edilebilir. Ayrıca Instagram, Facebook gibi medyalar da mekanların hem etiketlenerek hem de benzer konum özelliği ile işaretlenerek aktarılmasına aracı olmalarıyla bu uygulamalara dahil edilebilir. Tezde hem konumların bildirilmesi hem de fotoğrafik paylaşımlar göz önünde bulundurulduğundan her iki özelliğe sahip uygulamalar temel alınmıştır. Sosyal medyadaki bu mekansal pratikler, turizm çalışmaları alanında çokça tartışılmış olan, mekanların medyada temsil edilmesi, yerlere dair sembolik temsillerin yaratılması ve bu temsiller aracılığıyla tüketime açılması konularıyla ilişkili olabileceğinden söz konusu literatürden de yararlanılmıştır.

İzleyici konumunda olan birey, karşılaştığı yer imajları ile başka coğrafyalara dair fikir sahibi olurken orada olmanın nasıl bir deneyim olabileceğini düşünmektedir. Daha önce yerlere dair elde edilen bilgiler ise orada olmanın deneyimini dönüştürücü niteliktedir. Ayrıca tecrübenin diğerleri ile paylaşılması, gerçekleşmiş olduğunun bir kanıt niteliğindedir. Turizm çalışmalarında mekanların tüketilmesi düşüncesi oldukça baskın olsa da izleyici-yer-deneyim paradigması sosyal medya ile yeni bir döngüye girmiştir. Kullanıcı temelli içerikler, izleyicinin de katılımını desteklediğinden mekana dair anlatılar aktif bir üretim sürecine dahil edilmiştir. Buna karşın kullanıcıların ürettiği içeriklerin bir araya gelerek mekanlara dair kolektif bir anlatı oluşturma potansiyeli taşıdığı da dikkate alınmıştır. Dolayısıyla sosyal medya görenin deneyimini yönlendirmede tıpkı konvensiyonel medyada olduğu gibi yönlendirici olabilmektedir. Ancak bu noktada bireyin mekanlarla nasıl bir ilişki kurduğu, mekansal deneyimini aktarırken ya da mekanı araştırırken sosyal medyayı nasıl kullandığı yeniden düşünülmüştür. Sosyal medyanın mekan üzerinden diğerlerine kimliğin sunulduğu bir ortam oluşturduğu vurgulanmıştır. Ayrıca bireyin de bu medyalar aracılığıyla kendisi için anlamlı olan yerleri paylaşmak istediği de belirtilmiştir. Tüm bu sürecin sembolik etkileşim yaklaşımı ile değerlendirilebileceği ön görülerek bireylerin mekanlara verdikleri anlamların toplumsal olduğu kadar öznel deneyimlerin bir sonucu olduğuna işaret edilmiştir. Sosyal medyanın da bu işleyişi mekanların fotoğraflarının ve konumlarının aktarılması ile sürdürdüğü, diğerleri için bir çerçeve sunduğu, ancak mekana dair deneyimi birebir şekillendirmediği ifade edilmiştir.

Üçüncü bölüm ise ilgili argümanların öğrenci değişim programına katılmış bireylerin tecrübeleri aracılığıyla yeniden değerlendirildiği sahayı kapsamaktadır. Öğrenci değişim programlarına katılmış bireylerin mekansal etkileşimlerinin ele alınma sebebi ise mekana ilişkin farklı dönemleri dolayısıyla da farklı tecrübeleri kapsaması ve bu tecrübelerin sosyal medyadan kopuk gerçekleşmediğine dair düşüncedir. Bu düşünce ise değişim programına katılmış biri olarak kendi kişisel deneyiminden ileri gelmektedir. Bu doğrultuda 20 kişi ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş, görüşmelerden elde edilen bulgular betimleyici analiz yöntemi ile temalara ayrılmıştır. Bu temalar ile bireylerin gitmeden önceki dönemde sosyal medyadan nasıl faydalandıkları, orada bulundukları dönemde deneyimlerini sosyal medya ile nasıl aktardıkları, sonrasında ise hem kendilerinin hem de başkalarının aynı mekana dair yapmış olduğu paylaşımların mekana dair etkileşimlerine ne getirdiği sorgulanmıştır. Değişim programının üç ayrı periyodunu hesaba katmak ise mekana dair bilginin nasıl edinildiğini, mekanla kurulan görme ilişkisini ve mekansal hafızayı kapsayan bir düşünme çerçevesini gerektirmiştir. Bireylerin nereye gideceklerine karar verme aşamasında yakın çevrelerinde değişim programına dahil olmuş kişilerin aktardıklarını dinlemeyi tercih ettikleri, sosyal medyayı ise gidecekleri şehir belli olduktan sonra araştırma yapma amaçlı kullandıkları görülmüştür. Yine de sosyal medya orada bulunduklarında neler yaşayacaklarına dair önemli bir bilgi sağlayıcısı durumundadır. Gittiklerinde ise hem fotoğraf paylaşımları hem de bulundukları mekanların isimlerini aktarmaları bir daha aynı tecrübeyi yaşayamayacak olma ihtimalini bertaraf ederek kayıt altına almayı sağlamaktadır. Facebook'ta paylaşılan albümler ya da Instagram fotoğrafları, bu medyalarda bildirilmiş konumlar, bir arşiv görevi görmektedir. Sonrasında ise bu arşivler, bireyi gittiği yere geri döndüren, bağlayan araçlardır.

Facebook geçmiş paylaşımları kullanıcıya kendisi anımsatmakta, Instagram ise kullanıcılarını tbt yapmaya (*Throw back Thursdays*), diğer bir deyişle geçmişe dair fotoğrafların paylaşıldığı perşembe hareketine davet etmektedir. Ancak üzerinden çokça zaman geçmiş bu fotoğrafların tekrar dolaşıma sokulması konusunda bir tereddüt söz konusudur. Katımcıların vurguladığı gibi ya artık bu deneyimleri kendileri için oldukça geride kalmıştır ya da eskisi kadar dikkat çekmeyecek fotoğraflar olduklarını düşünmektedirler. Bu yüzden daha çok başkalarının aynı yerden paylaşmış olduğu fotoğraflar, bireyi kendi tecrübesine döndürmektedir.

(1)Sosyal medyada paylaşılan mekan fotoğraflarının ve konumlarının bireylerin yer ile kurdukları bağı güçlendirdiğini; (2) sosyal medyanın bir arşivleme alanı olarak mekansal hafızayı canlı tuttuğunu; (3) mekansal etkileşimler için yeni bir bağlam yarattığını öneren bu tezde, söz konusu platformların mekansal kopuştan ya da mekanların tüketilmesinden ziyade mekanla bağ oluşturmaya aracı olduğu sonucuna varılmıştır. Birey, sosyal medyayı kendisi için anlamlı olan yerleri başkaları ile paylaşmak için kullanmaktadır. Yani bağ kurduğu ve diğer mekanlardan ayırmak istediği yerleri, sosyal medyada coğrafi olarak bildirip bu yerlerin fotoğraflarını paylaşmaktadır. Diğer yandan ise kendisini ait hissettiği bu mekanlar ile kimliğini aktarmanın bir yolunu oluşturmaktadır. Buna karşın daha önce de belirtildiği gibi mekanlar, aynı zamanda toplumsal ilişkiler ile anlam kazanan yapılardır. Sosyal medya da kullanıcıların paylaştığı mekana dair bilgilerle, imajlarla ve konumlarla bahsi geçen anlamların yeniden üretildiği bir mecradır. Ayrıca kullanıcıların birbirleri ile etkileşimleri de bir yer hakkında ne düşüneceklerinin belirleyicisi olabilmektedir. Ancak ikinci bölümde de ifade edildiği gibi bu anlamların doğrudan kabulü söz konusu değildir, birey kendi taktikleri ile mekansal anlamları yeniden yorumlayarak deneyime dönüştürür. Sonuç olarak sosyal medya, mekanlara dair bilginin, deneyimin, hafızanın toplanma, arşivlenme, dolaşıma sokulma biçimlerini dönüşüme uğratmıştır; bireyin hem mekan ile hem de mekan üzerinden diğerleri ile kurduğu etkileşimi güçlendiren bir araç olarak öne çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mekansal Etkileşim, Sosyal Medya, Fotoğraf Paylaşımı, Konum Bildirimi, Konum Temelli Sosyal Medyalar

GİRİŞ

“İçinde bulunduğumuz çağ, belki de her şeyden önce mekan çağı. Eşzamanlılık çağı içindeyiz, üst üste çakışmaların, uzak ve yakının, yan yananın, kopuk kopuğun çağı bu çağ. Bence öyle bir andayız ki, dünyayı zaman içinde gelişen uzun bir ömürden ziyade noktaları birbirine bağlayan ve kendi zinciriyle kesişen bir ağ olarak yaşıyoruz.”

(Foucault, 1988)

“Sanat ve bilimde yaygın olarak kabul edilen ‘mekansal dönüş’, hem natüralist hem de evrensel açıklamalar ve tek sesli tarihsel anlatılar hakkında post-yapısalcı bilinmezciğe bir cevaptır. Bu konsept, konum ve bağlamın tüm bilgi yapılarına merkezi ve kaçınılmaz olarak dahil edildiğinin kabul edilmesine tekabül eder.” (Cosgrove’dan Aktaran Warf ve Arias, 2008: 1). Böylelikle mekan, yer, haritalama, coğrafi imgelem, pek çok analitik alanın olağan konularından biri haline gelmiştir. Küreselleşme ise konumun önemini vurgulayarak insan coğrafyası ile ilgili çalışmaların yanı sıra sosyal bilimlerin alanındaki bakış açılarında da önemli bir dönüşüme yol açmıştır (Warf ve Arias, 2008: önsöz). Zamanın ardında bırakılmış mekanın, toplumsal anlamların üretildiği önemli bir alan olduğunun farkına varılmıştır.

Foucault (1988) da benzer şekilde Öteki Mekanlar’da çağın esas tedirginliğinin aslen mekanla ilgili olduğunu söylemektedir. Çünkü modern çağın mekanı, aynı anda gerçekleşen pek çok olayın birbiri ile ilişkilendiği bir eşzamanlılığa dayandığı gibi diğer yandan sosyal ilişkilerin kozalarının örüldüğü alanı ifade etmektedir. Foucault’nun bakış açısıyla mekan, mahaller arasındaki ilişkilerin bir yansımasıdır. Foucault, burada iktidarın gücünü pekiştirmeye yarayan sembollerin mekanlar aracılığıyla üretilmesini vurgularken, aslında mekanın sembollerle örtük olduğunu hatırlatmaktadır. Yine bu sembolik bağlam Lefebvre’in (2014: 68) *Mekanın Üretimi* eserinde de benzer izdüşümlerle karşımıza çıkmaktadır. Mekanın üretilmesinin koşulları olan “yaşanan”,

“algılanan” ve “hayal edilen” mekan, bireyin mekansal pratiğinin bileşenleridir. Mekansal pratik ise bireylerin başkaları ile paylaştıkları bir yeri, kendi mekansal rutinlerinde nasıl algıladıkları ile ilgilidir (bkz. 1.1.1.2). Dolayısıyla mekana dair bir pratik, kodlardan, sembollerden bağımsız değildir. Harvey (1997: 227) de, maddi eylemlerin ve süreçlerin, mekanla ilgili nesnel kabuller oluşturabileceğini iddia etmektedir. Tüm bu yaklaşımlar, toplumsal ilişkilerin, siyasal örgütlenmelerin yayıldığı, ürettiği bir mekanı betimlemektedirler. Bireyin bu bağlamdan bağımsız bir mekanda var olması kabul edilemez. Çünkü Casey’nin (2001) belirttiği gibi yer, beden hali hazırda içinde bulunduğu fiziksel, tarihi, sosyal ve kültürel eylemin alanıdır. Riley de, yerlerle kurulan bağın öncelikli olarak diğerleri ile sosyal ilişkiler kurulmasıyla edinilen anlamlar ve deneyimler sonucu oluştuğunu ifade etmektedir (Aktaran Kaymaz, 2013: 744). Relph birey için bir yeri diğerlerinden ayıran özellikleri sıralarken başkalarının deneyimlerinden ve yerle ilgili niyetlerinden çıkarsanan anlamların da bahsi geçen süreci belirlediğini aktarmaktadır. Öte yandan Farman’a (2012) göre, mekansal ilişkilerimiz, jestlere, nesnelere ve işaret sistemlerine yerleştirilmiş kültürel anlamları ve dahası kendimizi nasıl tanımladığımızı ortaya koyabilecek niteliktedir (Aktaran Özkul, 2014a: 32). Yani bireyin mekana verdiği anlamı belirleyebilecek ve burada sürdürdüğü sosyal ilişkileri şekillendirecek etkileşiminin, toplumsal semboller ile ilişkili olduğu kadar bireyin kendisi ile ilgili olduğu da söylenebilir. Ayrıca mekan algısı ve söz konusu yere verilen anlam, yaşanan tecrübeye ve orada/orasıyla oluşturulan bağa göre kişiden kişiye değişebilir (Özkul, 2014a: 32). Dolayısıyla mekansal ilişkiler, kültürel anlamların bir yansıması olduğu kadar öznel deneyimleri de içermektedir. Bireyin mekandaki öznel deneyimi, diğerleri arasında mekanı nasıl anlamlandırdığı gibi sorunsallar, söz konusu ilişkilere dair farklı perspektifler sunabilmektedir. Zira, bireyin bir topluluk içinde yer alabilmesi, oraya ait olması, yer ile köklü bir bağ kurulması ile mümkün olur (Hubbord, 2014: 43).

“Mekan, insanın yoğun deneyimlerine sahne olan ve her birey için ayrı, öznel anlamlar taşıyan, kişinin yaşamını dolaysız olarak etkileyen ve biçimlendiren, bu nedenle de sosyal, duygusal ve davranışsal planda sembolik anlamlar taşıyan fiziksel birimlerdir.” (Lalli’dan Aktaran Göregenli, 2015: 183).

Lalli (1992), mekanı tanımlarken sembolik anlamları toplumsal bağlamdan ziyade bireysel deneyim çerçevesinde değerlendirmiştir. *Sosyal Medyada Mekansal Etkileşim: Öğrenci Değişim Programlarına Katılmış Bireyler Üzerine Bir İnceleme* başlıklı bu tez, bireyin mekansal etkileşimini toplumsal bağlamlarından koparmadan öznel deneyim çerçevesinde ele almaktadır. Bu sebeple mekanın öznel deneyimi etrafında biçimlenen düşünceler, “yer kimliği”, “yerin kendilenmesi”, “yer oluşturmak” gibi kavramlarla ortaya konmuştur. Proshansky, Fabian ve Kaminoff (1983) yer kimliğini, “bireyin yaşadığı fiziksel dünya hakkında geniş anlamda düşünülmüş bilişlerinden oluşan öz kimliğinin (self-identity) alt yapısı” olarak sunmuşlardır. Vurguladıkları biliş yönü, günlük yaşamın fiziksel ortamlarına dair hatıralar, fikirler, duygular, tutumlar, değerler, tercihler, anlam, davranış ve deneyim kavramlarını kapsamaktadır (Proshansky, 1993: 77). Benzer bir diğer terim olan “yeri kendilemek” ise bireyin bir yere aşına olması, diğerleri ile arasındaki sınırları belirlemesi ve kendi kimliğini hissetmek üzere dünyadaki yerini diğer mekanlardan ayırt etmesi olarak özetlenebilir (Göregenli, 2015: 125). Agnew (1987) ise aynı süreci “anamlı bir yer” oluşturmanın etaplarını aktarırken ifade etmektedir. Yerinde nerede olduğunu gösteren koordinatlar sisteminin, sosyal ilişkilerin devamlılığını sağlayan ortamların yanı sıra yer hissi ve yere dair duygusal, öznel bağın anlamlı yerinde oluşmasının bileşenleri arasında olduğunu belirtmektedir (Aktaran Withers, 2009: 640).

Appadurai’nin (2001) birey-yer ilişkisinde işaret ettiği diğer bir olgu ise tezin mekansal etkileşimde yaşanan dönüşümleri vurguladığı argümanların bir özeti niteliğindedir. Modernite, bireyin yerle kurduğu ilişkiyi bağ kurmaktan çıkarıp başka yerlerin hayalinin kurulduğu bir bağlama sokmuştur. Medya, başka yerlerde var olan yaşamları orada bulunmayanların dünyasına sokarak “hayali dünyalar”ın oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Appadurai, 2001: 299). Bu durum ise daha çok insanın yer değiştirmenin gerçekliği ya da gitmenin fantezisi ile ilgilenmesine neden olmuştur. Urry ise (2009: 246–247) modernitenin bir diğer yüzü olan küreselleşme ile saklı kalmış mekanların özellikle küresel TV ve internet aracılığıyla dolaşıma sokulduğunu söylemektedir. Bu düşünceye göre yer, bireyin kendi deneyimiyle anlamlandırıldığı bağlamdan koparak, imajlarla, anlatılarla aktarılan, tüketilmek üzere sunulan bir

destinasyona dönüşmüştür. Zimmermann (2007: 64) da filmlerin, başka yerleri, kültürleri seyredenlerin gözüne ilıstırdığını, kimliklere, hareketliliğe çağrışımlarda bulunduğunu anlatarak benzer bir duruma dikkat çekmektedir. Ancak artan göç hareketleri, seyahatin kolaylaşması, kent içindeki hayatın hıza dayanması, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile mekansal sınırlılıkların ortadan kalktığının düşünülmesi “yerin sonu” fikirlerinin su yüzüne çıkmasına neden olmuştur.

Ralph’e (1976) göre, kitle kültürü ve artan hareketlilik, yerlerin sığlaşmasını, anlamlarını yitirmelerini beraberinde getirmektedir. Çünkü kitle kültürü ve yerler arasında gidip gelmeler, yerin içtenleştirilmesine, otantikliğinin deneyimlenmesine engel olduğu gibi yerin anlamsal derinliğini de yok etmektedir (Aktaran Creswell, 2004: 44–45). Augé (1992: 48) ise, anlamı yitirilen mekanları “yok yerler” terimi ile betimlemektedir. Bireylerin uzun zaman geçirdikleri, kimlikse, tarihsel, ilişkisel bağ kurdukları yerlerin aksine, yok yerler, geçiş noktalarını, herhangi bir anıya, ize mahal vermeyen koridorları ifade eder. Tezin ilk bölümünde detaylıca aktarılan bu fikirler daha çok küreselleşmenin, iletişim teknolojilerinin, hıza dayanan bir kültürün getirdiği niteliklerin bir sonucu olarak tartışılırken sanal mekanlar karşısında fiziksel mekanların durumu ise ikinci bölümde derinleştirilmiştir.

Batty (1993), siber mekanın, duyularımızla doğrudan deneyimlenemediğini belirtse de bu ortamın gerçek mekanlardan daha önemli olabileceğini ifade etmiştir (Aktaran Graham, 1998: 165). Fiziksel mekanları gölgede bırakma düşüncesinin yanı sıra gerçek mekanların yerini dolduracağına dair öngörüler de söz konusudur (Graham, 1998: 171). Ancak 2000’li yıllardan sonra bu keskin ayrımın yerini fiziksel mekan ile siber mekanın bir aradalığını, karşılıklı ilişkisini tartışan düşünceler almıştır. Bu düşüncelere göre, internette çok fazla zaman harcayan pek çok insan için, siber mekan gündelik hayatın bir parçası haline gelmektedir, gerçek ve sanal arasındaki sınır çözüldüğü gibi birinin nerede bitip diğersinin nerede başladığı belirsizleşmektedir (Warf ve Arias, 2008: 5).

İnternet ve siber mekanın yükselişi mekana dair tartışmaları, kullanıcıların neredeyse anlık olarak mesafeleri aştıklarına ilişkin yaklaşımlara götürse de (Warf ve

Arias, 2008: 5), Casey (2013: 14), teknoloji ile bağıın yer ile ilgili bağlamların yorumlanışına farklı bir perspektif de getirdiğini vurgular. Coğrafi konumun tespit edilmesine izin veren GPS gibi teknolojiler aracılığıyla bireyin çevresine dair farkındalığı artmıştır. Bir yanda mekansal yönelime sahip tekniklerin, donanımların bu farkındalığı desteklemesi, diğer yandan söz konusu teknolojiler ile mekana dair bilgi içeriklerinin üretilmesi bireyin mekansal ilişkilerini dönüştürücü niteliktedir (Leszczynski, 2014: 734). Bahsi geçen içerik üretimini destekleyen en önemli platformlardan biri de lokasyon temelli sosyal medyalardır. Birey, bu medyalar aracılığıyla mekan bilgisini kaydedip paylaşabilir, ayrıca bulunduğu yeri haritalaştırabilir ve çevresindeki insanlarla bağlantı kurarak sadece yerlerin değil orada yaşayan/bulunan başka insanların bilgisine de sahip olmaktadır. Gordon ve De Souza e Silva'nın (2010: 172) aktardığı gibi “Ağlar, yaşadığımız dünyaya nüfuz eder, etmiyormuş gibi davranmak gittikçe makul olmayan bir hal almaktadır.” Dolayısıyla söz konusu mekansal içeriklerin üretimini destekleyen sosyal medya uygulamaları, bireyin mekan etkileşiminde üzerinde düşünülmesi gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü Lefebvre'in dediği gibi yer algılarının değişmeden kaldığını ya da aksine mesafelerin öldüğünü düşünmek mekan gibi oldukça karmaşık bir yapının basitleştirilmesine denk düşmektedir (Aktaranlar Zook ve Graham, 2007: 468). Bu yüzden tezde, sosyal medyanın lokasyonların bildirilmesine ve mekan fotoğraflarının paylaşılmasına aracı olmasının bireylerin mekansal etkileşimlerine nasıl yansıdığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Siber mekanla gerçek mekanı ayrı alanlar gibi varsaymayan ve iç içe geçtiğini iddia eden bir çerçeve sunulmuştur (bkz. 2.1.3).

Lokasyon temelli sosyal medya uygulamaları üzerine Türkçe literatürde yer alan araştırmalara bakıldığında mekan fotoğraflarının sunulmasının konu edinilmesinden daha çok yerin konumunun bildirilmesi ile ilişkili olabilecek durumların ele alındığı görülmüştür. Cemile Tokgöz (2017), *Konum Tabanlı Mobil Oyunlar ve Mekan Algısı: Ingress üzerine etnografik bir araştırma* isimli makalesinde mobil oyunların kent sokaklarında geçerek gerçek kent öğelerini kapsadığını vurgular; mekan imgesinin oluşumunu, yeniden üretilmesini ve mekan kimliğinin sunulmasını bu platformlar

bağlamında değerlendirerek mekana dijital enformasyonun entegre edilmesini incelemektedir.

Konu ile ilgili çalışmaların yoğunlaştığı diğer bir eğilim ise lokasyon temelli medyaların kullanım motivasyonlarının değerlendirilmesidir. *Konum Tabanlı Mobil Swarm Uygulaması Üzerinden Paylaşım Motivasyonlarının İncelenmesi* adlı çalışmalarında Erdoğan, Özata, Doğan ve Şaşmaz (2017), Swarm'ın kullanılma motivasyonlarını, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile ele alarak “bilgi edinme, sosyalleşme, ifşa, etkileşim, kullanım kolaylığı, eğlence, dışa dönüklük, değerlendirme ve öğrenim kolaylığı” biçiminde 9 başlık ile sunarlar.

Büyükdemirci ve Ercoşkun (2017) ise *Coğrafi Tabanlı Sosyal Medya Kullanımı: Ankara’da En Çok Yer Bildirimi Yapılan Kahve Mekanları* makalelerinde Swarm ve Foursquare’de en çok bildirim yapılan kahve mekanlarındaki kullanıcı profillerini, mekanı seçme nedenlerini ve söz konusu platformları kullanımlarını göz önünde bulundururlar. Bu platformların mekan tercihlerinde ve mekana anlam verilmesinde belirleyici olduklarını vurgulamışlardır.

Bu uygulamaların kullanılmasını artıran akıllı telefonlar ise, kullanımları gereği hareketi desteklediklerinden çalışmalarda bireyin mekansal etkileşiminde rol oynayan araçlardan biri olarak tasvir edilmektedirler. Türkçe literatürdeki bu çalışmalardan biri de Semiha Eryol’a ait olan *Mobil İletişim, Haritalaşan Gündelik Yaşam ve Adreslenebilir İnsan* makalesidir. Eryol, akıllı telefonların gündelik hayat deneyiminde sıradan bireyi bir çeşit haritacılık faaliyetine entegre ettiğini belirtmektedir. Özellikle mobil iletişime odaklandığından hareket halindeki bireyin, telefonu bir iletişim aracı değil bir bilişim aracı olarak kullandığına dikkat çekmektedir.

Kürşad Öz (2014), *Foursquare Perspektifinden Yer Bağlılığının İncelenmesi (Examining Place Attachment From a Foursquare Perspective)* konulu enformasyon sistemleri alanındaki yüksek lisans tezinde bireylerin mekan bildirimleri ile bildirim yaptıkları yerler arasındaki bağı anket ve Foursquare verilerinin kullanılması aracılığıyla aktarmaktadır. Yer Bağlılığı ve bildirim sıklığı arasında ilişki olduğunu belirtmektedir.

Türkçe literatür kapsamında olmasa da çevre psikolojisi terimlerinden biri olan yer bağlılığını yer temelli medyalar kapsamında değerlendiren bir diğer çalışma ise Didem Özkul'un (2014) Mobil Ağlar: Mobil ve Mekan Belirten Medyalar, Gündelik Hayat ve Yer Hissi (*Mobile nodes: mobile and locative media, everyday life and sense of place*) konulu doktora tezidir. Özkul bu çalışmada, mobil ve yer temelli medyalar aracılığıyla, kullanıcıların kendilerine dair farklı yönlerini ve kendileri için özel olan yerlerle ilişkilerini iletişime soktuklarını, gündelik hayatlarından bireysel anlatılarla yer hissi oluşturdıklarını ifade etmektedir. Ayrıca yerlere dair bilgi paylaşmanın, yer oluşturma sürecinde, mekansal ve sosyal ilişkilerin ortaya çıkışında belirleyici olduğunu aktarmaktadır. Özkul (2014a: 68) yaptığı görüşmelerin ardından kullanıcıların lokasyonel bir bilgidan bahsederken mesajla fotoğraf paylaştıklarını da söylediklerini fark ettiğini belirtir, bu yüzden lokasyon temelli medyalar kapsamında metinsel ve görsel temsilleri de değerlendirdiğini aktarmaktadır. Dolayısıyla bireyin sosyal medyadaki mekansal etkileşimi sadece mekanları bildirmesi ile sınırlı değildir. Mekanların fotoğraflanarak dolaşıma sokulmasına da denk düşmektedir.

Sosyal Medyada Mekansal Etkileşim: Öğrenci Değişim Programlarına Katılmış Bireyler Üzerine Bir İnceleme başlıklı tezimiz ise Özkul'un çalışmasında bahsettiği fotoğraf paylaşımlarının da lokasyon temelli medyalar kapsamında değerlendirilebileceği düşüncesinden yola çıkılmaktadır. Ancak burada daha öznel bir gerekçe bulunmaktadır. 2012 yılında öğrenci değişim programı ile Bordeaux'ya gitmiş, buraya dair deneyimlerini fotoğraflamış ve Facebook'ta albüm yapmış biri olarak mekansal etkileşim için fotoğrafın ne anlama geldiğini tecrübe ettiğimi söyleyebilirim. Bu tecrübe sadece öğrenci değişim programı sürecinde çektiğim fotoğrafları değil, aynı zamanda gitmeden önce gördüğüm, başkalarının çektiği fotoğrafları da kapsamaktadır. Çünkü fotoğraf, tecrübenin kaydedilme biçimi (Sontag, 2010) olduğu gibi çekildiği yerlere dair çerçeveler de sunmaktadır. Merakla nasıl bir yere gideceğimi araştırırken sosyal medya bana bu konuda oldukça önemli bir rehber oldu. O dönem belki konum paylaşmak böylesine yaygın değildi. Ancak bugün konumlarla paylaşılan fotoğraflar oraya dair daha çok imajla karşılaşmamı sağladı. Peki öğrenci değişim programı sürecinde mekanları bildiren bireylere bu eylemleri ne getirmektedir? Fotoğrafın

dolaşıma sokulması gibi bildirimlerin dolaşıma sokulması ne sağlar? Özellikle bireyin yaşadığı yerden uzaklaşarak belirli bir zaman geçirmek üzere başka bir yere yerleştiği bir dönemde sosyal medya mekansal ilişkilere nasıl bir katkıda bulunmaktadır? Bu sorular, diğer araştırmaların lokasyon temelli medyalar ile ilgili konu edindikleri kullanım motivasyonlarını, mekan seçme pratiklerini, mekan imgesinin oluşumu ve yer hissi düşüncesini genişleterek bireylerin daha önce bulunmadıkları bir yerdeki mekansal ilişkilerini, bu ilişkilerin öncesi, sırası ve sonrası dönemlerini aktarmaktadır. Bu bağlamda programa katılan bireylerin lokasyon temelli sosyal medya uygulamalarını nasıl kullandıklarını ve fotoğraf paylaşım pratiklerini değerlendirerek mekanla kurdukları ilişkiyi betimlemeye çalışmaktadır. Bu ilişki ya da etkileşim, hem yere bağlanma, yer hissi ya da yer oluşturma gibi çevre psikolojisi terimlerinin vurguladığı yerle kurulan bağı içerir hem de diğerleri ile mekan üzerinden kurulan sosyal ilişkileri kapsamaktadır. Ayrıca öğrencilerin mekanlar arası hareketliliği merkezinde bu ilişkilerin aktarılması, turizm çalışmalarının mekan temsili ve mekana dair anlam üretim paradigmalarını da teze entegre etmeyi gerektirmiştir. Dolayısıyla *Sosyal Medyada Mekansal Etkileşim: Öğrenci Değişim Programlarına Katılmış Bireyler Üzerine Bir İnceleme* başlıklı konulu tez, diğer çalışmalardan esasında bir yerde henüz bulunmamış bireylerin sosyal medya üzerinden oraya dair araştırmalarını nasıl yaptıklarını, gittiklerinde bu platformlar ile neler aktardıklarını, sonrasında ise sosyal medyanın yer ile bağların sürdürülmesinde nasıl bir rol oynadığını sorgulaması ile ayrılmaktadır. Dolayısıyla tezin temel sorunsalları aşağıdaki biçimde özetlenebilir:

- (1) Bireylerin sosyal medyadaki mekana dair paylaşımları mekansal etkileşimlerine ne katmaktadır?
- (2) Bireyler neden mekansal konumlarını ve mekana dair fotoğrafları sosyal medya uygulamalarında paylaşmak istemektedirler?
- (3) Gitmedikleri bir mekana dair anlam oluşturma süreçlerinde sosyal medya bireylere ne sağlamaktadır?
- (4) Birey, gittiği yerden döndükten sonra sosyal medyada paylaştığı konumlar ve fotoğraflar ile ne yapmaktadır?

Bu sorulara cevap ararken kullanılan kavramsal çerçeve ise Blumer'ın (1969) sembolik etkileşim yaklaşımıdır. Blumer'a göre insanlar, nesnelerin ya da diğer aktörlerin kendilerine ne ifade ettiğine göre tavır almaktadır; ancak bu pratiklerine temel olan anlamlar etkileşimde bulundukları diğer kişilere ve kendi yorumlama süreçlerine göre yeni bir bağlama dönüşmektedir (Aktaran Poloma, 1993: 224). Bu yüzden mekan, obje gibi anlam verilebilecek bir yapıdır. Bu anlamlar ise toplumsal süreçlere dayandığı gibi öznel yorumlamaların da bir ürünüdür. Özdemir (2012: 100) doktora tezinde anlatının ve deneyimin karşılıklı ilişkisini aktarmak üzere Elinor Ochs ve Lisa Capps'ı kaynak göstererek anlatının toplum ve birey için bir arayüz olduğunu vurgulamaktadır; “anlatı aracılığıyla, kimliklerin, duyguların, eğilimlerin, kişilerarası ilişkilerin ve aidiyetin bireyselden toplumsala, toplumsaldan bireysele geçişi sağlanmış olur.” (Aktaran Özdemir, 2012: 100). Sembolik etkileşimin de mekanlarla ilgili sosyal medyada üretilen ve paylaşılan anlamların tarifini sunmak üzere bir arayüz olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bireyin mekanı anlamlandıran öznel deneyimini toplumsala, toplumsal mekan üretimini ise bireysele dönüştürmektedir.

Söz konusu çerçevenin kullanıldığı tezde literatür taraması ve bahsi geçen sorunsalların hangi bölümlerde işlendiğini aktarmak yerinde olacaktır. Tezin ilk bölümünde birey ve mekan arasındaki ilişki, farklı düşünsel akımların perspektiflerinden ele alınmış; kimlik, beden, hafıza gibi etkileşimin farklı taraflarını oluşturan kavramlarla ilişkilendirilerek tartışılmıştır. Aynı zamanda yeni iletişim teknolojileri sebebiyle söz konusu etkileşimin nasıl bir kırılma ile karşı karşıya olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

Tezin ikinci bölümü, etkileşimin bir ögesi olarak mekanın, sosyal medyanın işleyişine nasıl dahil edildiğini sorgulamaktadır. Lokasyon temelli sosyal medyaların ortaya çıkışını, kullanım biçimlerini, mekan görsellerinin bu mecralarda dolaşıma sokulmasını aktaran ikinci bölümde, fiziki mekandan ayırık bir sanal mekan tasvirindense iç içe geçtiklerini varsayan bir bakış açısı öne çıkmıştır.

Tezin üçüncü bölümünde ise tüm bu mekanı tanımlama, yerin etkileşim boyutunu tartışma ve sosyal medyada bu durumun nasıl temsil edildiğini ele alma gibi kuramsal

telaşlar yerini sahanın betimleme telaşına bırakmıştır. Öğrenci değişim programına katılmış 20 kişi ile gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimleyici analiz ile değerlendirilmiştir. Görüşmeciler ise İstanbul'a dönmüş olmaları ve deneyimlerinin üzerinden en az bir yıl geçmiş olması koşuluyla kartopu tekniği ile bulunmuştur. Cevaplarda yaklaşımların tekrar etmesi üzerine 20 kişinin sayı olarak yeterli olacağına karar verilmiştir. Şimsek (2009), betimleyici analizi, araştırmanın daha önceden tespit edilen temalar çevresinde yorumlanması ve özetlenmesi biçiminde ifade etmektedir. Araştırma sosyal medyanın mekansal etkileşime ne getirmiş olduğunu öğrenci değişim programına katılan bireyler aracılığıyla sorgularken öncesi, sırası ve sonrası biçiminde üç temayı izlemektedir. Bu temalar ise önceden sosyal medyadan görmek, gidilen dönemde mekanın diğerlerine iletilmesi ve sonrasında bu anlatılarla ne yapıldığı üzerine şekillenmektedir. Sorular da bu bağlamlarla ilişki olarak kurgulanmıştır. Betimsel analiz, anlatılara yer verilip yorumlanmalarını gerektirdiğinden görüşmecilerden alınan cevaplar, belirlenen temalar doğrultusunda yorumlanmıştır. Bu yorumlar ise, mekansal etkileşimin farklı ancak ilişkili yönlerini sunarak bütünlüyci bir bakış ile sonuçlandırılmıştır. Mekan ile ilişkilerin sosyal medyaya taşınması ise, daha önce detayları aktarılan sembolik etkileşim yaklaşımıyla ele alınmıştır.

1. BİREYSEL MEKANI YENİDEN DÜŞÜNMEK

“Yerin içine batmışız, onsuz yapamayız... Yerlerle çevriliyiz, orada yaşıyoruz, başkaları ile ilişki kuruyoruz ve ölüyoruz. Yaptığımız hiçbir şey yersiz değildir. Aksi nasıl olabilir?” (Casey, 2013: önsöz)

Paul Ricoeur (2012: 59), olup biten bir şeye “yer aldı/ meydana geldi” dememizin boşuna olmadığını söyler: “çünkü anımsanan şeyler içten içe mekana bağlıdır.” Yerin içine batık olma, yerle bütünleşme hallerimiz, bir taraftan gündelik hayat pratiklerimize yansır, diğer yandan kişisel hikayelerimizin bir parçası da olabilir. Bachelard’ın (2014:43) dediği gibi “mekan, peteklerinin binlerce gözünde zamanı sıkıştırılmış olarak tutarken”, nostaljik bir bağa kapı aralar. Sadece geçmişte değil, olmakta olanın da içindedir. Geometrik bir uzam olarak tanımlandığı gibi sosyal yaşamın dinamikleri ile anlamı üretilen sembolik bir alanı da kapsar. Dolayısıyla mekanı kavramsal bir çerçeveye oturtmak oldukça zahmetli bir düşünsel yolculuktur. Dolores Hayden (1995: 15), mekanı anlamak üzere harcanan çabaları tarif edebilmek için “kapağını kimsenin kapatamadığı çok dolu bir bavul gibi” benzetmesini yapar. Anlamlar üst üste yığılır; uzlaşılamayan bir konu olmaya devam eder. Yine de mekan üzerine yapılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda bir yaklaşım sınıflandırması yapmak mümkündür. Creswell (2004), yere yaklaşım biçimlerini değerlendirerek üç kategori önerir. Bunlardan ilki, dünyayı yerler dizisi olarak gören ve her bir yerin tek, özel bir varlık olarak çalışılabileceği fikrine dayanan *betimleyici* yaklaşımdır. İkincisi ise yerin özelliklerini, sosyal süreçlerin altında yatan bir durum olarak ele alan *sosyal yapısalcı* yaklaşımdır. Sonuncusu ise “bir yerde” olmanın varoluşsal sorularına odaklanan *fenomenolojik* yaklaşımdır (Aktaran Withers, 2009: 643). Tez, bireyin mekansal etkileşimi üzerine temellendirildiğinden özellikle fenomenolojik ve betimleyici kategorilerin yeri kendilemek, yer hissi, anlamlı yerler gibi öğeleri bu bölümde açıklanırken bireyin kimliğinin bir uzantısı olan sosyal yapısalcı kavramlar da göz

önünde bulundurulmuştur. Dolayısıyla tezin ilk bölümünde hem toplumsal hem bireysel açıdan mekanın nasıl anlamlandırıldığına dair düşünceler sunulacak, aynı zamanda kimlik, beden, hafıza gibi başlıklarla bireyin mekanla kurduğu ilişki aktarılmaya çalışılacaktır.

1.1 Yer-Mekan Teorilerinin Düşünsel Seyri

Gündelik konuşma dilinde, “mekan” ve “yer” birbiri yerine kullanılabilen, anlamsal olarak farklı görülmeyen sözcüklerdir. Çevre, bölge, lokasyon, manzara gibi kavramları ima edebilirler (Hubbard, 2014: 41). Friedmann, yer-mekan sözcüklerini günlük hayatın kullanım pratiklerinden alıp sınırları belli ve hazır bir kavrama dönüştürmenin oldukça zor olduğunu belirtir. Akademik literatür de, coğrafya, sosyal antropoloji, mimari, felsefe, çevre psikolojisi, planlama gibi insan bilimlerini ve mesleklerini kapsayan geniş bir alana yayılarak (Friedmann, 2010) tek bir anlam üzerinde uzlaşmanın zorluğunu gösterir niteliktedir. Chris Barker (2004: 186) kültürel çalışmalar sözlüğünde mekanın soyut bir varlık olmadığını, ancak varlığının zamanla ilişkili olduğunu vurgular. Yer için ise deneyimin, hafızanın, arzuların ve kimliğin merkezinde bulunan bir tasvir sunar (Barker, 204: 144).

Casey (2013), mekan üzerindeki ilginin tarihinin tam olarak bilinemediğini ifade eder. Bilinmezlikten kastı, anlamının bakış açılarının içinde gizli kalmış olmasıdır. Casey’e göre mekan, tartışmalı, araya kaynayan ya da bilinçaltına itmeyi gerektirecek biçimde bastırılması gereken bir kavram değildir. Tam tersine bizimle böylesine birlikte olduğundan ve biz de onunla olduğumuzdan hafife alınmış, ayrıca muamele edilmeye değer görülmediği farz edilmiştir. Çünkü mekan, hali hazırda dünyada varoluşumuzun öncülü kabul edilmiştir (Casey, 2013: önsöz). Dünyada var oluşumuzdan, geometrik sistemlerle ifade edilen bilimsel bakış açılarına, modernite ile yerelliğini yitiren uzamlardan, parçalanmış postmodern coğrafyalara uzanan perspektifler bolluğu içinde yer-mekan teorilerinin düşünsel seyri kısaca aktarılmaya çalışılacaktır.

1.1.1 Felsefi Düşüncede Mekan

Lefebvre (2000: 33), mekan kavramının uzun bir felsefi hazırlık sürecinden geçtiğini vurgular; felsefe tarihi nasıl bilimlerin ortak gövdesinden özgürleşmişse mekan da bu süreçten payını almıştır. Bu kopuşa kadar mekan, kendi başına bir anlam ifade etmez; mutlak mekan diye bir şey yoktur. Aristoteles'e göre mekan ancak içerdiği cisimler ve enerjilerle var olur (Aktaran Nalbantoğlu, 2008: 8-10). Platon, Aristoteles'in mekan düşüncesini önceleyerek bir yerde var olmanın, aynı zamanda bir şeyin içinde bulunmayı gerektirdiğini belirtmiştir. Ancak Aristoteles için mekan, iç içe sarmalama düşüncesinin yanı sıra hem kapsadığı cisimleri özel bir enerji ile kuşatması (Casey, 2013: 115) hem de kendisinden ve kendisine hareket edilebilen bir şey olarak hareketin koşullarından birini yerine getirmesi ile Platon'un tasvirinden ayrışır (Ross, 2002: 102). Lefebvre (2000: 33), Aristotelesçi mekan geleneğine son verenin Descartes olduğunu söyler; kartezyen akıl, mekanı mutlak bir bağlama taşımıştır. Maddenin varoluşunun özüne uzamdaki yayılımını koyan Descartes (1641: 101), mekanı üzerinde düşünülen şey olmaktan çıkarır. Cisimler, düşünme (imgelem) yetisiyle değil, yalnızca uzamdaki yayılımları ile açık bir biçimde bilinebilirler. Kurtar (2014: 350-351), bu yaklaşımın mekanı, düşünme ediminde karşıya alınan, nesneleştirilen, durağan ve tasarlanabilen bir şeye dönüştürdüğünü belirtir. Mekanı, bireyin imgelem gücünden ayıran Descartes'tan sonra Kant, deneyimin ön koşulu olan bir yer tasviri sunar. Uzam, dış dünyaya ilişkin her şeyi düzenlemek üzere aklın kendi doğası tarafından oluşturulmuş bir şemadır, sübjektif ve ideal bir şeydir. A priori biçiminde zihinde var olan mekana dair bilgi, deneyimlerin olanaklı olmasının ön koşuludur (Esenyel, 2011: 150–152). Heidegger, mekanı zihinsel bir tasavvur olmaktan ziyade “dünyada var olmak” (*Dasein*) yaklaşımıyla tartışır; mekan, fiziksel olarak içinde bulunulan alandan ötedir (Malpas, 1999: 22-23). Mekanı, içerdiği cisimlerle betimlemek de yeterli değildir. Nalbantoğlu (2008: 31), bu sorunsalın altını çizmek için Heideggerci düşüncede, insanın, mekanı kaplayan cisimlerle aynı kefeye konulamayacağını belirtir: “Nesnelerle ve hemcinsleriyle olan ilişkisi içinde bir yer edinmesiyle ve yegâne ölümlü canlı sıfatıyla önceden oluşturulup biçimlendirilen mekanı yoğurup yenilerinin oluşmasına vesile olmasıyla” insan, varoluşsal olarak mekanla bütünleşiktir. Mesken tutarak var

olmaktadır; çünkü yerleşmek varlığın temel özelliğidir (Aktaran Lefebvre, 2014: 144). Heidegger'in "mesken tutmak" (*dwelling*) sözcüğüyle mekanı tanımlama çabası, yer ile anlamsal olarak üst üste binen mekan hakkındaki tartışmalara, yeni bir ivme kazandırmıştır. Malpas'a (1999: 24) göre, mekan ve yer arasındaki ilişki, fiziksel teoriler ve gündelik hayat konuşmalarımız arasındaki ilişkiden daha az karmaşık değildir. Bu karmaşık ilişki, mekanı anlama gayretinin yanında yeri tanımlama zahmetini gerektirir.

1.1.2 Hümanistik ve Toplumsal Yaklaşımlarda Yer-Mekan Tartışmaları

Platon'dan bu yana, Batı Felsefesinde mekan, teoloji ve fiziğe dayandırılarak, mutlak, sınırsız ve evrensel bir alan olarak düşünülmüş ve kutsal bir yere konmuştur. Arturo Escobar, bu yaklaşımın yeri, mekan karşısında sınırlı, yerel ve belirli bir alana sıkıştırdığını ifade eder (Aktaran Creswell, 2004: 19). Creswell, 1960'lar ve 1970'li yılların başında, insana özne olmaktan çok bir nesne olarak bakan mantıksal pozitivistimin öne çıktığını ifade eder. Dönemin düşünsel akımları, mekanın terimleri arasına lokasyonu, uzamsal kalıpları, uzaklık ve alan sözcüklerini koyarak insan coğrafyasını bilimsel bir sınırlılık içinde tartışmıştır (Creswell, 2004: 20). Withers'a göre bu durum, mekanı soyut bir genelliğe sürükleyerek insani olandan uzaklaşmış geometrik bir konuya dönüştürmüştür. Yaşamın bir parçası niteliğindeki yerin, hak ettiği kadar dikkat çekmediğini savunan beşeri coğrafyacılar, mekanla ilgili bilimsel yaklaşımı eksik bulurlar (Withers, 2009).

Hubbard (2014: 41), sosyal ve beşeri bilimlerde de yerin ve mekanın sınırlarının tam olarak açıklanamadığını ifade etse de kavramların ayrışmasını tartışa gelen iki farklı düşünce pratiğine dikkat çeker; farklı çerçevelmelerin özünde "yer hissini" vurgulayan hümanistik bakış açısı; mekanlardaki direniş ve otorite ilişkisinin sorgulandığı Marksist ve materyalist yaklaşım. Birincisi, insanların yaşamış oldukları deneyimlerle tanımladıkları, ayırt edici (ve sınırlandırılmış) bir biçimde anılan yere odaklanma eğilimindedir. İkincisi ise sosyal olarak üretilen ve tüketilen alanın üzerinde durur (Hubbard, 2014: 41). Hubbord'un aktardığı bu düşüncelerin öncü izleri, Agnew'in yeri tanımlayan üç temel özelliğinde görülebilir (Withers, 2009: 639). Politik coğrafyacı

Agnew (1987), yer kavramını sosyal bilimlerle ilişkilendirirken “lokasyon olarak yer”, “lokal yer” ve “yer hissi” kavramlarını kullanır. Lokasyon, objektif koordinat sistemi aracılığıyla bir yerin başka bir yere göre nerede olduğunu ifade eden, ölçeklendirme ile harita üzerine aktarılan coğrafi alandır (Aktaran Cresswell, 2004: 7). Agnew, lokal sözcüğü ile, sosyal ilişkilerin oluşması için ihtiyaç duyulan, insanların hayatlarını sürdürdüğü ev, gündelik mekanlar gibi ortamları kasteder. Yer hissi ise, yere dair öznel ve duygusal bağ geliştirilmesi sonucu ortaya çıkar (Aktaran Withers, 2009: 640). Agnew’in önerdiği yer sistemi, “anlamli bir yer”in koşutu olarak üç öğenin birlikte hesaba katılması gerektiğini vurgular. Agnew’in yer formülünü yorumlayan Creswell’e (2004: 7) göre, New York’u, Kosova’yı, şehirde bir bahçeyi ya da bir çocuk odasını herhangi bir bahçe, bir şehir, öylesine bir oda ya da henüz yaşam olmayan bir gezegen olmaktan farklı kılan, “anlamli bir yer” olmasıdır. “Anlamli olan yerler, sosyal bir bağlamda ve sosyal ilişkiler boyunca oluşmaktadır; coğrafi olarak yerleşiktir ve aynı zamanda sosyal, ekonomik, kültürel çevreyle ilişkilidir ve insanlara yer duygusu, sübjektif bir alansal kimlik kazandırır” (Aktaran Göregenli, 2015: 175). Materyalist ve hümanist perspektifi bir araya getiren Agnew’dan sonra Tuan (1974: 92), “topophilia” terimini kullanarak insan ve yer arasındaki duygusal bağı, görsel, estetik beğenilerden beden ile kurulan iletişime kadar uzanan geniş bir bağlamda ele alır. Başlangıçta herhangi bir farklılık ifade etmeyen mekan, Tuan’a göre, daha iyi bilindikçe ve değerlerle donatıldıkça “yer”e dönüşmektedir. Tuan’ın terminolojisinde yer, güvenilir ve durağan bir ortamın tasviri iken, mekan özgür, açık ve tehlikeli bir alanda olduğumuzun ifadesidir. Mekan, harekete izin verir, yer ise bir durma halidir; hareketteki her mola, bir lokasyonun “yer” anlamını kazanmasını sağlar (Tuan, 1978: 6). Creswell’e göre, Tuan’ın yer-mekan ayrıştırmasında mekan, uzam bilimi ve ekonomik rasyonelliğe uygunken, yer, “değer” ve “ait olmak” gibi tartışmaların konusudur (Creswell, 2004: 20).

Edward Relph (1976), yer ile ilgili argümanlara, deneyime odaklanan bir boyut eklemiştir¹; amacı günlük hayattan bilinen ancak üzerine düşünülmemiş insana özgü

¹ Relph (1976), “*Place and Placelessness*” kitabında yeri, deneyime dönük bir bağlamda yorumlayarak gündelik hayattaki durumları değerlendirir.

durumları, olayları, deneyimleri araştırmaktır (Aktaran Seamon & Sowers, 2008: 43). Yerin objektif analizinin idealleştirilmesinin bir kenara bırakılarak yaşanan yer deneyimlerinin daha insan merkezli ve empatik bir kavrayışla ele alınmasını önerir (Hubbord, 2014: 42). Kaymaz (2013: 743) da, bireyin yerle kurduğu bağın gelişmesinde en önemli etkenin deneyim olduğunu söyler; öyle ki bireyin yere dair duyuşsal ve bilişsel tepkileri bu deneyimin ardından oluşmaktadır. Orada geçirilen sürenin yoğunluğu, içeriği, deneyimin sonuçları bireyin yere dair algısında belirleyici olmaktadır. Relph'e göre, mekansal deneyimler, günlük hayatın içindeki yoğunluğa göre farklı şekillerde oluşabilir (Aktaran Seamon, Sowers, 2008). Bazı mekanlarla daha yoğun bir ilişki kurmak mümkünken, bazılarında sadece geçip gidilir. Topluluk, ait olma ve yer hissi, insan ve yer arasında ancak köklü bir bağ olması durumunda ortaya çıkar (Aktaran Hubbord, 2014: 43). Relph, ayrıca bize ait olan bir yeri başkalarından korumak istediğimizi ve geride bıraktığımız yerler için nostaljik bir duygulanım yaşadığımızı ifade eder (Creswell, 2004: 21). "Mekan, genel olarak yerin bağlamını oluşturur; ancak anlamını daha çok özel yerlerden alır." (Creswell, 2004: 21). Dolayısıyla Relph de, Tuan gibi fenomenolojik bir yaklaşımla yerin anlamının, mekana göre daha yoğun ve özel bir bağ ile oluştuğunu söyler. "Mekan ve yer, eş zamanlı olarak birbirlerine bağlanan bir devamlılıktadır; bir tarafta deneyimi işaret eden yer, diğer yanda ise daha soyut bir süreci betimleyen mekan vardır." (Creswell, 2004: 21).

Fenomenolojik yer ve mekanı ayırıştırması, filozof Edward Casey'nin yapıbozumcu yer eleştirilerinde de görülür. Casey'e göre insan olarak yaşamanın özünde, yere bağlı olmak vardır. Hatta insan, tüm bilmelerinin öncesinde bulunmuş olduğu yeri tanımalıdır (Aktaran Charles W. J. Withers, 2009). Yer sadece özel bir anlam ifade etmekle kalmaz; alışkanlık, yerleşim ve ideolojik yerelleştirmeler (*idiolocalization*) sonucu birbiriyle bütünleşen bedenleri ve manzaraları içerir (Aktaran Adams, 2001; önsöz). Casey'nin (2001) yaklaşımında, benlik, beden ve peyzaj, mekana karşı yerin farklı boyutlarını ifade eder. "Coğrafi benlik" kavramını öneren Casey, yeri, beden hali hazırda içinde bulunduğu fiziksel, tarihi, sosyal ve kültürel bir eylem alanı olarak niteler.

Casey'nin fenomenolojik bakış açısıyla yorumladığı eylem alanı olarak yer, antropolog için ötekinin gündelik hayatına katıldığı pratik alanıdır. Antropolog, yerin nasıl oluşturulduğuna, deneyimlendiğine, kimliğin nasıl yerleştiğine ve yere aidiyetinin ortaya çıkma biçimine ilgi duyar (Ward, 2003: 80). Etnografik bakış için yer, pratiğin temeli olmakla birlikte sosyal üretimin ve yapılanmanın da önemli bileşenlerinden biridir. Yer, materyalist bir bakış açısı ile yorumlandığı gibi sosyal etkileşim, dil, hafıza, temsil, beden, davranış gibi öğelerle anlamı değişen bir yapı olarak da görülmüştür (Low, 2016: 7).

1960'lı yılların sonlarında Marksist coğrafyacıların mekansal yapıların ardında yatan toplumsal, ekonomik ve politik ilişkilere yaklaşımları, mekanın sosyal olarak üretildiğine dair ilk düşünsel nüvelerdir (Işık, 1994: 17). Edward Soja (2017: 64), 1970'ler boyunca genişleyen bu tartışmaların en açık dışavurumlarından birinin, mekansallaştırılmış tarihsel materyalizm olduğunu ifade eder. "Mekan, tıpkı toplum gibi, hem elle tutulur somut mekansallıklarla hem de birey ve gruplar arasındaki bir dizi ilişkilerle toplumsal yaşamın bir tezahürü ve aracıdır" (Soja, 2017: 171). Böylelikle mekan, üzerinde yalnızca sosyal ilişkilerin olduğu bir alan olmaktan sıyrılarak sosyal hayatın şekillenmesinde aktif rol oynayan bir bağlam kazanmıştır (Hubbord, 2014: 43). Bu düşünceyi derinleştiren en önemli toplumsal kuramcılardan biri *toplumsal mekan* kavramlaştırması ile Henri Lefebvre'dir. Lefebvre'e göre mekan, üretilmesi ve yeniden üretilmesi ile bir mücadele alanını temsil ederek yansız ve edilgen bir geometri olmanın oldukça uzağındadır (Aktaran Urry, 1995: 42). "Mekan ve mekanın siyasal örgütlenmesi, toplumsal ilişkilerin bir ifadesidir ama aynı zamanda onlara tepki de verir." (Lefebvre'den Aktaran Soja, 2017: 107). Çünkü toplumsal mekan, nesneler ya da şeyler arasındaki bir şey ya da bir ürün değildir, onların ortak varlıkları ve eş zamanlılıkları içindeki ilişkilerle var olur (Lefebvre, 2014: 99). *Mekanın üretilmesinde* üç temel koşul vardır. İlki zaman içinde, inşa edilen çevre ya da peyzaj halinde somutlaşan bireysel rutinleri, sistematik bölge üretimini içeren *mekansal pratiklerdir* (Aktaran Urry, 1995: 43). İkincisi *mekan temsilleri* ya da *tasarlanmış mekanlardır*. Bu mekanlar, bilginlerin, planlamacıların, şehircilerin, kısacası yaşananı ve algılananı tasarlananla bir tutan sanatçıların/entelektüellerin egemen olduğu mekanlardır

(Lefebvre, 2014: 68). Maddi pratikler üzerine tartışabilmeyi mümkün kılan göstergeler sistemini kapsar (Aktaran Harvey, 1997: 247). Sonuncu bileşen ise temsil mekanlarıdır. “İmgelemenin değiştirmek ve sahiplenmek istediği”, mekansal pratikler için yeni semboller, kodlar üreten zihinsel üretimlerdir. Lefebvre’e göre, mekansal pratikler, yaşanan, algılanan ve hayal edilen bu üç boyut arasındaki diyalektik ilişkinin okunması ile anlaşılabilir (Aktaran Harvey, 1997: 247).

David Harvey (1997: 227), *Postmodernliğin Durumu*’nda modernizmin ve postmodernizmin tarihi içinde değişen zaman-mekan deneyimlerini sorgulamaya girişir. Toplumsal yaşamda ortaya çıkan dönüşümleri, politik, ekonomik ve kültürel süreçler arasındaki maddi bağlarla ilişkilendirerek açıklar. Lefebvre’in *mekanın üretimi* kavramlaştırmasına benzer bir biçimde, toplumsal yaşamın yeniden üretimine aracılık eden maddi eylemlerin ve süreçlerin, nesnel mekansal kavrayışlar yaratabileceğini öne sürer. Her toplumsal yapı, üretim tarzı ve sosyalleşme biçimiyle kendine özgü bir zamansallık ve mekansallık oluşturma potansiyeli barındırır. Harvey (1997), Lefebvre’in üç boyutlu (yaşanan, algılanan ve hayal edilen) mekansal üretim önermesine, nedensellik ilişkisi ile yaklaşarak yeni bir yorum getirir. Harvey’e (1997: 250) göre, mekansal pratiklerin anlaşılabilmesi için, insan etkileşimi karşısında bir engel teşkil eden mesafelerin nasıl aşıldığı, mekansal mülk edinme biçimleri ve mekanın organizasyonunun kimin hakimiyeti altında gerçekleştiği göz önünde bulundurulmalıdır.

Michel de Certeau, toplumsal mekanları insan yaratıcılığına ve eylemine açık bir yaklaşımla ele alır. Ona göre yürümek bir “ifade mekanı” tanımlar. Kentte yürüyen yayaların devinimleri ile toplumsal mekanı anlatan Certeau’ya göre bu “adımlar”, *sayısız tekilliğin koleksiyonu* gibidir. “Karıncı gibi kaynaşan adımlar, kesişen yolları ile mekanı şekillendirirler. Mahalleleri bir araya getirerek örürler.” (Aktaran Harvey, 1997: 241). Böylece günlük faaliyetler aracılığıyla mekanı ya da kenti yaratmış olurlar (Aktaran Harvey, 1997: 241). “Adımlar bir yöre ile sınırlı değildir, adımların mekansallaştırdığını söylemek daha doğrudur.” Dolayısıyla Certeau, fenomenolojinin yer ve mekan kavramlarını bozuma uğratarak adımlarla alışılan bir mekan tasviri sunar. Yer ise *anlık bir konumlar tasarımıdır* (Aktaran Augé, 2016: 59). Certeau’nun bu

argümanları, sistematik bir gramer benzetmesine dayanır. Öyle ki gramer nasıl bizim tarafımızdan yaratılmamış ancak yaşamak için ihtiyaç duyduğumuz bir araç ise ve tüm dil bilgisi kurallarına rağmen neredeyse sonsuz bir kullanım biçimi sunuyorsa, yer için de aynısını söylemek mümkündür (Creswell, 2004: 39). Kentsel mekan, planlamacıların öngördüğü duvarlar ile biçimlendirilmiştir, yaya da bu duvarlar sisteminden bağımsız davranamaz; ancak sokağı meydana getiren kaldırımları sonsuz şekillerde deneyebilme gücüne sahiptir. Yer, pratikler için bir taslak sağlar, pratikler ise taktiksel bir sanattır. Creswell'e (2004: 39) göre, Certeau'nun önermesindeki bu düşünce, yeri otantik kavramında köklerini bulan varoluşsal bir şeydense bir etkinlik olarak görür. Performansların ve pratiklerin sahnelendiği gündelik hayatın mekanları, sınırlılık ve süreklilikten öte, değişimi ve açıklığı temsil eder.

Certeau'nun yer ve gramer arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için kullandığı analogi, bireyden bağımsız olarak önceden belirlenmiş değişmezlikleri içinde barındıran, buna karşın bireye anlık karar verme imkanları tanıyan bir gerilimi temsil etmesiyle modernitenin gelgitlerini çağrıştırmaktadır. Çalışmanın bu aşamasında modernite ile değişen mekansal yaklaşımları değerlendirmek, günümüz mekansal deneyimlerini anlamak için önemli bir adım olacaktır.

1.1.3 Modernite ile Değişen Mekan Anlayışları

Berman (2013: 15), moderniteyi, benliğin ve başkalarının yaşanmasında, olanaklarla ve tehlikelerle karşı karşıya gelme biçimlerinde, zamanın ve mekanın algılanmasında tüm dünyanın ortaklaşa yaşamış olduğu bir deneyim biçimi olarak tasvir eder. Soja'ya (2017: 38) göre bu tanım ile Berman, “zaman ile mekanı, tarih ile coğrafyayı, ardışıklık ile eşzamanlılığı (...) ve tam olarak içinde yaşadığımız dönem ile bölgeyi düşünme ve deneyimleme biçimlerimize özel bir konum atfetmiştir.”. Çünkü düşünme ve deneyimleme biçimleri, dönemin özelliklerini betimlediği kadar bu özelliklerin kalıcılışmasını da sağlar. Modernite, hem içinde bulunduğumuz bağlam hem de olayların karşılaştığı bir arakesit olarak deneyimlenir (Soja, 2017: 38). Olayların, sadece ardışık kabul edilebilecek zamansal bir kesit üzerinde ilerlediği varsayılmaz, gerçekleştikleri mekanları da göz önünde bulundurmaya gerektiren

eşzamanlılık² prensibi, dönemin anlaşılmasında önemlidir (Işık, 1994: 12). Diğer bir deyişle, “modernite deneyimi, insan varoluşunun en temel ve biçimlendirici boyutları olan mekan, zaman ve oluşun değişen anlamlarını yansıtan geniş bir algılama ağıdır.” (Soja, 2017: 39). Bu algılama ağını geriye saran Soja, modernite deneyiminde mekanı zaman kadar önemli kılan yaklaşımların su yüzüne çıkmasının oldukça uzun bir sürece yayıldığını vurgular. Mekan çoğu zaman coğrafyanın kalesinde sıkışıp kalmıştır. Ya zamansal süreçlerin içinde yer aldığı, daha önceden var olan mekansal bir düzen olarak düşünülmüştür ya da insan eylemleri için temel olmaktan ziyade olumsal bir alan biçiminde varsayılmıştır (Harvey, 1997: 231) Toplumsal gelişimi, birbiri ardına eklemlenen ve her defasında bir üst aşamaya geçilen bir süreç olarak yorumlayan toplumsal teoriler, mekana oranla zamana ayrıcalık tanımışlardır (Işık, 1994: 9). Sosyal bilimlerin zamana ya da mekana atadıkları anlam, kavramların birbirlerine karşı durumlarını etkilediği kadar, dünyanın nasıl yorumlandığını da biçimlendirir. Dolayısıyla yeni mekan anlayışları, teknolojik buluşlarla dijital kültürün filizlendiği modern dönemin dinamiklerini ortaya koymak açısından oldukça önemlidir.

Modernleşme ile birlikte “boş uzam” kavramının ortaya çıktığını belirten Giddens (1994: 23-25), kavramın anlaşılması için uzam ve yöre arasında ayrım yapılması gerektiğini ifade eder olmayan kişiler arasındaki ilişkilere açıktır, *mevcut* olmaya, *yerelliğe* ihtiyaç duymaz. Modernlik öncesi toplumlarda birbirlerinin yerine kullanılmış olsalar da toplumsal yaşamın mekansal boyutlarının değişmesi uzamı yöreden koparır. Uzam, *herhangi bir yüz yüze iletişim durumundan konum olarak uzak*, orada olmayan kişiler arasındaki ilişkilere açıktır, *mevcut* olmaya, *yerelliğe* ihtiyaç duymaz (Giddens, 1994: 23). Dolayısıyla mekan, artık yerel olanla açıklanamaz, oldukça uzak etkilerle biçimlenmektedir. Görünürde olup bitenden çok daha fazlasına, *uzaklaşmış ilişkilere* dayanmaktadır. Yöre ise uzam karşısında düşselleşmektedir (Giddens, 1994: 23). Yerel bağlamlarından kopmuş mekan karşısında zamanın durumu da çok farklı sayılmaz. Zaman algısı, modern öncesi toplumlarda doğadaki akışa göre belirlenen anlayıştan

² Işık (1994), ardışıklığın tarihsel, eşzamanlılığın ise mekansal düşünebilmeyi gerektirdiğini belirtir. Bir mekanda aynı anda cereyan eden olaylar, birbirlerini etkileyerek yeni bir mekansallık oluşturma potansiyeli taşırlar.

oldukça farklılaşmıştır. “Ne zaman” sorusu “nerede” ile ilişkilendirilmeden yanıtlanabilmektedir, dolayısıyla yerden bağımsız bir zamansallık söz konusudur. Modernliğin dinamizminin göstergesi³ olarak kabul edilebilecek zaman ve mekan ayrışması, bu iki kavramı standart boş boyutlar haline getirmektedir. Zaman, modern hayatın bölümlenmesini sağlayan bir organizasyon aracı, mekan ise üzerindeki nesnelerin ve ilişkilerin yönetilebildiği pasif bir yüzey olmaktadır (Işık, 1994: 25).

Giddens’in (1994), mesafelerin kat edilmesinin kolaylaşması ile nedenselleştirdiği “boş uzam” argümanına benzer bir yaklaşımla, Harvey (1997), “zaman-mekan sıkışması” terimini literatüre kazandırır. İnsan etkileşimi ve metaların dolaşımı karşısında *mesafeden doğan sürtünmeler*⁴, “dünya sanki üzerimize çökecekmişçesine” aşılmaya çalışılmaktadır (Harvey, 1997: 270). Mekanı kat etmenin aldığı zaman, öylesine kısalmıştır ki bu hız karşısında içinde yaşadığımız andan başka bir zaman yokmuş algısı beraberinde gelir (Harvey, 1997: 270). Dolayısıyla mekansal ve zamansal dünyalarımız, “sıkışma” deneyimi ile karşı karşıyadır. Hayatın hızındaki artış ve mesafelerin dünya küçük bir köymüş⁵ gibi aşılabilmesi, modern insanın dünyayı deneyimleme biçimlerine damga vurmaktadır. Tuan (1977: 183), sınırların aşılabildiği bu dünyada, bireyin içinde bulunduğu mekansal koşulları anlatmak için, iş adamının bahsi geçen dönemin bir sembolü olabileceğini söyler:

“Öylesine dolaşım halindedir ki, yer onun gözünde özel niteliklerini kaybetmek üzeredir. Neresi bir anlam ifade eder? Evi, şehir merkezinin dışındadır, orada yaşar. Ancak ev tümüyle işten ayrılmış değildir; bazen iş arkadaşlarının bitmeyen eğlenceleri için bir gösteri alanı olabilmektedir. Yurt dışına yaptığı periyodik seyahatlerle ise işi, zevkle birleştirmektedir.”

³ Giddens’a (1994) göre modernliğin aşırı dinamizminin kavranması için zaman ve mekan ayrışması oldukça hayati bir kavramdır; değişimin gerçekleşmesinin önündeki engelleri kaldırır, rasyonel örgütlenmenin yolunu açar, geleceği biçimlendiren sistematik tarih için mantıksal zemini kurar (Giddens, 1994: 25-26)

⁴ Giddens (1994), mesafeden doğan sürtünme ile etkileşim karşısında karşılaşılabilecek mesafelerden kaynaklanabilecek olası engelleri kast eder. Modernite ile bu sürtünmelerin en aza indirmeye çalışıldığını belirtir. Kapitalizmin, zaman aracılığıyla mekanı yok etmesi, sürtünmenin aşılmasında verilebilecek önemli örneklerden biridir (Aktaran Harvey, 1997: 250).

Tuan (1977), mobil olmanın sonuçlarını tartışmaya devam ederek yer hissinin kaçınılmaz olarak yüzeyselleştiğini belirtir. Yere dair soyut bilgiler ya da görsel nitelikler hızlıca kavranabilse de yer hissinin oluşması oldukça uzun bir zamana yayılmaktadır (Tuan, 1977: 183). Oysaki modernitenin otoyollarla, iletişim araçlarıyla donatılmış üssü, bu zamansal yayılıma izin vermeyerek “yersizleşme” (*placelessness*), “yer olmayanlar” (*non-lieu*) gibi yere dair yeni düşünsel kuramların doğmasına ortam hazırlamaktadır.

Modern insanın karşılaştığı bir diğer deneyim ise, ulus devletin “hayali cemaatler”inin bir üyesi olarak sınırları tanımlı bir coğrafyanın getirdiği kimlik öğelerini benimsemesidir. Benedict Anderson (1991), *Hayali Cemaatler*’in ikinci baskısının ön sözünde, ulus devletin inşası aşamasında daha önce bahsettiği zaman kavrayışlarının yanında mekan kavrayışlarının da değiştiğini fark edememiş olmaktan duyduğu üzüntüyü dile getirir (Aktaran Işık, 1994: 23). Kitabına eklediği *nüfus sayımı, harita ve müze* başlıklı bölümde, kişilerin nicelleştirilmesinden ve haritalar ile mekanların siyasi bir logoya dönüştürülmesinden bahseder (Işık, 1994: 23). Mekan, ulus-devletin izlerinin okunabileceği bir temsil olarak yorumlanabilir. Bu temsil sadece haritalarda görülmez. En küçük ulusun üyeleri bile diğer üyelerin çoğunu hiçbir zaman tanımayacak, onlarla karşılaşmayacak olsalar dahi kafalarında komünyonlarına dair bir imajla yaşarlar (Aktaran Urry, 1999: 231-232).

Dolayısıyla, modernite mesafelerin ortadan kalkmasını deneyimlemek olduğu kadar, yaşanan coğrafya ile kimlik bağı kurmayı da ifade eder. Bir yandan evrensellik ve mekansal engellerin çöküşü yüceltilmiştir, diğer yandan mekan ve mahal gibi kavramlara yerel kimliği örtük olarak güçlendirecek biçimde yeni anlamlar verilmiştir (Harvey, 1997: 305). Çünkü modernizmin sermayenin serbestçe dolaşımına olanak veren evrenselci yanı, toplulukları birbiriyle rekabet içine sokarken, toplumsal kimlik ve eylem açısından parçalanmayı ve yerelliği üretir (Harvey, 1997: 308). Appadurai (2001: 296), modernitenin özellikle de küreselleşmenin ortam hazırladığı bu iki kutuplu gerilimi, kültürel sonuçları ile alır. Benedict Anderson’ın “hayali cemaatler” kavramlaştırmasını genişletir, global akışın içindeki bireylerin ve grupların sadece bağlı

bulundukları topluluğu tahayyül etmediklerini, aynı zamanda dünyaya bakma biçimlerinin de bu hayal etme (*imagination*) eylemine bağlı olduğunu belirtir. “Hayali dünyalar” (*imagined worlds*), terimi, gittikçe daha fazla insanın yer değiştirmenin gerçekliği ya da gitmenin fantezisi ile ilgilendiği sosyal bir olguya denk düşer (Appadurai, 2001: 297). Appadurai (2001: 301-302), göç dalgalarının etkisindeki bu yeni hayali dünyaları açıklarken “yersizleşme-yurtsuzlaşma” (*deteritorialization*) kavramlaştırmasını, finansal, teknolojik, ideolojik ve medyanın oluşturduğu akışlar bağlamında tartışmaya açar. Küreselleşmenin yurttan, dahil olunan gruptan koparıcı yanı diğer yandan yerelleşmenin yeni yollarını üretmektedir. Modern dünyanın çeşitli sebeplerle başka yerleri hayal eden ve buralara ulaşabilen diasporik bireyleri, geldikleri yere, kendi yerel öğelerini taşır. Yersizleşmenin karşısına gidilen yerde yeniden oluşturulan kültürel bağlam çıkar.

1.1.4 Postmodern Düşüncede Mekan

Moderniteyi açıklamak üzere süregelen tartışmalar, değişimden sonra ortaya çıkması muhtemel sonuçlar ve bu sonuçların eğilimleri ile ilgilenmişlerdir. Post-modernizm ise, her şey tamamen değiştikten sonra tersine çevrilemeyecek durumların, öyküsü anlatılan olayın artık aynı olmayışının, şeylerin temsilindeki değişikliklerin peşindedir (Jameson, 2011: 9–10). Modernite içinde yaşanan dönüşüm konusunda hemfikir olunmakla birlikte post-modernitenin yeni bir dönem olup olmadığı oldukça tartışmalı bir konudur; yerine “üstmodernlik”, “geç kapitalizm” gibi kavramlar önerilerek söz konusu farklılık betimlenmeye çalışılmıştır. *PRECIS 6* (1987) adlı mimarlık dergisinin editörlerine göre post-modernizm, “evrensel modernizmin dünyaya bakışının ‘yeknesaklığı’na yönelik meşru bir tepkidir.” Pozitivist, teknoloji merkezli ve rasyonalist eğilimli modernizm, parçalanma, belirsizlik, bütüncül söylemlere karşı hissedilen güvensizlik gibi farklı biçimlerde tezahür eden değişimleri kapsamakta yetersiz kalmaktadır (Harvey, 1997: 21). Postmodern düşünce kapsamında, farklı gerçekliklerin bir arada olabilmesi, ötekine duyarlılıkla yaklaşmanın gerekliliği, parçalanmışlık ve kimliklerin sabit olmaktan ziyade geçici olması tartışmalara konu edinilmiştir. Zaman-mekan sıkışmasının yol açtığı toplumsal değişiklikler de post-modern bakış açısıyla yeniden yorumlanmıştır. Öyle ki bu daralmanın, yön duygusunun

yitirilmesini ve parçalanmayı beraberinde getirerek post-modernizmin halet-i ruhiyesini hazırladığı iddia edilebilir (Urry, 1995: 40). Augé (2016: 45), modernliğin ulaştığı son kerte olarak üstmodernlik sürecinin, zaman ve mekan açısından aşırılıklarla deneyimlendiğini belirtir. Zamanın hızlanması, çağdaş dünyanın olaylarla aşırı dolu olmasına neden olur. Mekan ise kozmonotların uzay performanslarının sahnelendiği ve küreselleşmenin dünyasının da aşıldığı bir aşırı bollukla karşı karşıyadır. Ölçekler değişmiş, imgesel göndermeler çoğalmış ve ulaşım araçlarının şaşırtıcı hızlanması, kentsel yığılmaları, bir yerden bir yere toplu akışları tetikleyerek Augé'nin⁶ (2016: 47) “yok yerler” olarak betimlediği yeni bir mekan anlayışını doğurmuştur. Yok yerler, insanların ve malların dolaşımı için ihtiyaç duyulan kara ve demir yolları, köprülülük kavşaklar, havaalanları gibi zorunlu şebekeler olabildikleri gibi, ulaşım araçlarının kendileri ya da alışveriş merkezleri de olabilmektedir (Augé, 2016: 48). Bireylerin uzun zaman geçirdikleri, kimlikli, tarihsel, ilişkisel bağ kurdukları yerlerin aksine, yok yerler, geçiş noktalarını, herhangi bir anıya, ize mahal vermeyen koridorları ifade eder. Üstmodernliğin mekanları da, küresel dünyanın sınırlarını çizdiği ve bağlamlarından koparılmış alanlar biçiminde gündelik yaşama tezahür ederler. Augé'nin (1992) nötr kabul edilebilecek bu argümanının öncesinde Relph (1976), negatif çağrışımlar taşıyan bir “yersizlik” (*placelessness*) betimlemesi sunmuştur. “Yerin sonu” düşüncesinin nüveleri, Relph'in (1976), kavramlaştırmasında oldukça açık bir biçimde dile getirilmiştir. Kitle kültürü ve mobilite, irrasyonel ve sıkı yerlerin oluşmasında öncelikli etkenlerdendir. Yerin kimliğini içtenleştirmeyen, sembolik işaretlerin ve derinliklerin farkında olmayan, otantikliğin karşıtı olarak nitelendirilebilecek yeni mekan algıları, yerin anlamını yok etmektedir. Özellikle modernite ile hayatlarımıza sızmaya başlayan yersizleşme, bireyi, mekanın içinde olmaktan uzaklaştırır; bilakis dışarıda kalmasına ve yabancılaşmasına sebep olmaktadır (Aktaran Creswell, 2004: 44–45).

⁶ Augé'nin mekan yaklaşımına, “Postmodern Düşüncede Mekan” başlığında yer verilmiş olsa da *yok yerler* terimi *üstmodernlik* konsepti ile ilişkilidir. Modernitenin ardından yerler için yaşanan dönüşümü ifade etmek üzere bu kavramı ortaya atan Augé, olayların, enformasyonun, mekanların aşırı bolluğunu vurgulamaktadır (Yok Yerler için Ötkünç'ün kaleme aldığı önsöz: 14). Modernitenin mekanlarından çok postmodernite yaklaşımına yakın bulunduğu için tezin bu başlığında aktarılmıştır. Ancak Augé'nin kendisini postmodernist olarak nitelendirmediğini hatırlatmakta yarar vardır.

Bauman (2011), post-modern dünyada bireyin mekansal yaşamını, serseri ve turist metaforunun bir bileşimi olarak sunar. Serseri olmak ya da turist olmak, marjinal grupların tekelinden çıkarak gündelik hayat pratiklerinin içine dahil olmuştur. Çünkü normal yaşamı daha ideal bir hale sokmanın yolu, rutin deneyimleri kırmaktan geçmektedir. “İdeal olarak insan her yerde ve her zaman turist olmalıdır. Bir şeyin içinde olarak ama asla oraya ait olmayarak.” Bu da fiziksel olarak bir yakınlığı, ancak tinsel açıdan uzak kalmayı ifade eder (Bauman, 2011: 293) Gündelik hayat içinde bir turist gibi yaşayan birey, başkalarının yaşadığı mekanlardan geçer; ancak kendisinin mekan oluşturmak gibi bir sorumluluğu yoktur (Bauman, 2011: 291). “Serseri ve turist, yerlilerle en kısa ve en üstünkörü karşılaşmalara girerler. Bir tiyatro gösterisi gibi, en dramatik ve etkileyici temaslar güvenli bir şekilde sahne kulisleri arasında ve perdenin kalkışı ve inişi arasında tutulur.” (Bauman, 2011: 291). Birey, mekan ile derinlikli bir ilişki kurmadan geçip gider, güvenliğin ön koşulu bir yapaylıkla hareket eder.

Jameson (2011), kültürel ve ideolojik evrim sonucunda, bütünlüğü olmayan, birbirinden kopuk parçaların bir araya getirildiği “hiper-uzam”ın ortaya çıktığını belirtir. İnsan kendini konumlandırma, yakın çevresini görsel yönden örgütleme ve bilişsel olarak, haritası yapılabilen bir dış çevrede kendi pozisyonunu işaret eden haritayı ortaya çıkarma kapasitesini kaybetmektedir (Jameson, 2011: 87). Kişinin, kopuk mekanları birbirine bağlayabilecek yetkinliği yitirmesinin yanında, küreselleşme karşısında öznelliğini konumlandırma çabası da boşa çıkmaktadır. Çünkü algısal alışkanlıkları, ileri modernizmin uzamı denebilecek bir bağlamda biçimlenmiştir (Jameson, 2011: 80). Oysaki çok uluslu, merkezsiz iletişim ağları ile donatılmış dünyada beden ile çevresi arasında ürkütücü bir ayrışma söz konusudur (Jameson, 2011: 87). Çevrenin hızla değişen öğeleri, bireylerin eskiye dayanan algı sınırlarını zorlayarak hiper uzamın içinde bir anlam mücadelesi vermeye zorlamaktadır. Diğer anlamsal kayma ise zaman ile ilgilidir; zaman, şimdinin içine sıkıştırılarak geçmişten ve gelecekte koparılan uygulama uzamına dönüştürülmektedir (Jameson, 2011: 68). Yeni tarihselcilik anlayışı, tarihin kendisinden çok eskiye dönük parçalanmış anlatıları bir araya getirme uğraşındadır. Jameson (2011: 19), estetikleştirme kaygısı taşıyan bu yeni tarihselciliği, bastırılmış olanların kimliksizleştirilmiş geri dönüşü olarak yorumlar; özellikle film

anlatılarında görülebilen bu yaklaşımı, *nostalgia deco* kavramı ile açıklamaktadır. Gittikçe kayganlaşan bir zeminde peşine düşülen kimlik, mekanın yitirilmesinin yanı sıra, zamanın parçalanması ile savrulmaktadır. Dolayısıyla modernite, mekan-zaman sınırlamasından sıyrılan ilişkilerin küreselleşmesine işaret eder. Sermaye, insan ve metaların akışı kapsamında bahsi geçen, homojen ve soyut bir mekandır. Post-modernite ise, modernitenin zaman-mekan tartışmalarını yok saymaz, ancak somut bir perspektifle, yaşanan mekandaki kırılmaları gözlemler; bunu yaparken de kimlik ve mekanın örtük ilişkisini açılar. Modernitenin takibinde mekan üzerine ortaya atılan bu düşünceler, pek çok değişkene dayandırılırken medya önemli etkenlerden birisi olarak ele alınmıştır. Dolayısıyla medya ve iletişim çalışmalarında mekan yaklaşımları, mekanı düşünmenin başka bir yolu olarak karşımıza çıkar.

1.1.5 Medya Çalışmalarında Mekan

Medya çalışmalarında mekan, genel olarak küreselleşen dünyada yeni medya teknolojilerinin ve ulusaşırı yeni medya düzeninin ulusal, bölgesel ve/veya kültürel sınırlarla ilişkisi bağlamında sorunsallaştırmaktadır. Diğer bir tartışma alanı ise yeni iletişim teknolojilerinin ve siberetik araçların bireylerin mekan deneyimini ve mekan algısını nasıl şekillendirdiği ile ilgilidir. Ancak medya çalışmalarının mekana dair sorgulamaları, birbiriyle çelişen iki yaklaşımı beraberinde getirir: yeni iletişim teknolojilerinin ve küresel iletişim ağlarının mekansızlaşmayı tetiklediği, sanal mekanları öne çıkardığı veya fiziki mekanı önemsizleştirdiğini savunan fütüristik ve tekno-belirlenimci yaklaşımlar ve söz konusu teknolojilerin (veya bu teknolojilere dayalı yeni ekonomik, toplumsal ve kültürel yapının) fiziki mekanı ortadan kaldırmaktan ziyade onu yeniden tanımladığını savunan argümanlar.

Harold A. Innis ve Marshall McLuhan, sırasıyla 1950'ler ve 60'larda, iletişim araçlarına toplumsal ilişkilerin ve sosyo-kültürel yapının şekillenmesinde kurucu bir rol atayan ilk iletişim kuramcıları olmuşlardır. Innis'e göre matbaa öncesi toplumda yaygın olan parşömen, kil ve taş tablet gibi araçlar mekandan çok zaman eğilimlidir. Çünkü mekanda taşınması ve iletilmesi oldukça zordur, buna karşın zamanın aşındırıcı etkilerine karşı dirençlidir. Basılı kağıt gibi hafif ve daha az dayanıklı araçlar ise

mekan eğilimlidir. Bu tür “taşınabilir araçlar, idari ilişkilerin mekan boyunca gelişmesini sağlayarak, dünyevi ve siyasal otoritenin merkezsiz gelişimini kolaylaştırdılar” (Stevenson, 2008: 197–198). McLuhan da Innis’in düşüncelerinden yola çıkarak modern iletişim araçlarının ve elektronik medyanın kültürel hiyerarşileri ve alan ayrımlarını sildiğini, matbaa kültürünün bireyciliğini aşarak dünyayı yeniden sözlü kültürün köy benzeri topluluğuna geri döndürdüğünü vurgular. Enfomasyonun sürekli yer değiştirmesi, yer kürenin zamansal ve mekansal olarak *içe patlamasına* neden olur. Bu durumda bireyler, mekansal sınırlamalara maruz kalmadan anlık olarak etkileşime geçebildikleri yeni bir ‘küresel köy’ düzeninin parçası olurlar.

Ancak McLuhan’dan sonra pekçok kuramcı, onun merkezsizleşme ve mekansızlaşmaya ilişkin savlarını, tarihsel-toplumsal yapıdaki mevcut iktidar ve güç ilişkilerini dikkate almamakla eleştirmiştir. Armand Mattelard ve Manuel Castells gibi iletişim kuramcılarına göre, küresel çağın ve enfomasyon çağının eşanlı ortaya çıkışı, teknolojik belirlenimciliğin öngördüğü gibi tümenden bir mekansızlaşmayı değil, malların, hizmetlerin, iş imkanlarının, paranın ve haberlerin, bilgilerin, verilerin dolaşımında uzamla ve ulusal mekanla yeni bir ilişkinin doğmasına yol açmıştır. Zaten uzamdan ve zamandan bağımsız akışlar aslında belli uzamlarda, küresel bilgi üretiminin ve sermayenin merkezini oluşturan kentlerde yerleşikliğini sürdürmektedir (Aktaran Cheviron, 2014: 20).

Manuel Castells (2005: 548) ise “ağ toplumuna öncülük eden, onun yarattığı hakim toplumsal pratikleri destekleyen yeni bir uzamsal biçim olarak akış uzamından” bahseder ve bunu “akış üzerinden işleyen, aynı zamanda gerçekleşen toplumsal pratiklerin maddi örgütlenmesi” olarak tanımlar. “Akış uzamı”, günümüzün ağ toplumu içerisindeki ekonomik, siyasi ve sembolik hayata hakim olan süreçleri besleyen sermaye akışı, bilgi akışı, teknoloji akışı, örgütsel iletişim akışı, görüntüler, sesler ve sembollerin akışının gerçekleştiği uzamdır. Castells’e göre elektronik iletişim ağları (yönetim-bilişim sistemleri, İnternet, telekomünikasyon vs.) akış uzamının temel yapısını oluştursa da fiziki mekanlar tamamen ortadan kaybolmaz. Ancak mantıkları ve anlamları ağ tarafından hazmedilir. Dolayısıyla ağın mantığı, küresel akışların merkezinde veya

eperinde duran farklı fiziksel mekanlar arasındaki hiyerarşileri tamamen ortadan kaldırmaz ama bunları farklı bir tarzda yeniden üretir. Appadurai'nin (2001: 295–298) daha önce bahsi geçen küreselleşmenin kültürel boyutlarını ele aldığı akışlar kuramsallaştırmasında ise tek bir merkez-evre ilişkisinden bahsetmek olası değildir; çünkü teknoloji, para akışları, politik olasılıklar, emeğin dağılımı bağlama göre farklılaşan merkez-evre ilişkileri oluşturmaktadır. Coğrafyanın taşıdığı politik, kültürel, ekonomik anlamın değişken bir zemine dayandığı bu paradigmada medya, baştanbaşı tüm dünyayı kapsayabilecek imajların, anlatımların üretilmesini ve yayılmasını sağlar. Başka yerlerde yaşanan başka hayatları, hayali, estetik, fantastik nesneler biçiminde yapılandırıp gerçek ve kurgu mekanlar arasındaki ayrımı bulanıklaştırır (Appadurai, 2001: 299). Dolayısıyla medya diğer mekanlar, yerler üzerinde düşünmenin ve oraya gitmeyi arzulamanın bir aracı olarak karşımıza çıkar.

İkinci ana eksen ise yeni iletişim teknolojilerinin ve siberetik araçların bireylerin mekan deneyimini nasıl şekillendirdiğı sorusu üzerine kuruludur. Bu tartışma yine McLuhan'ın teorilerine uzanır. Öyle ki “medya vasıtasıyla iletilen mesajın içeriğinden çok” iletişim aracının kendisiyle, toplumsal ve öznel algı biçimini nasıl etkilediğıyle ilgilenir. McLuhan bu bağlamda medyayı (ve bir anlamda tüm teknik araçları), insan olanaklarının ve yetilerinin bir uzantısı olarak görür. Yeni elektronik iletişim biçimleri de “insanın evrenle bağlantısını yeniden şekillendirir.” (Aktaranlar Bourse ve Yücel, 2012: 107-108). Zamansal ve mekansal ‘ie patlama’ bu yeni algı biçiminin bir sonucudur. Paul Virilio (2013) da, televizyon ve bilgisayar ekranları gibi derinliğı olmayan yeni ara yüzlerin hayatımıza girmesiyle “antik kentlerin yüz yüze konuşma yapısının kaybolduğunu, derinlik yoksunu yapıların ortaya çıktığını” savunur. Fiziksel engelleri ve zamansal mesafeleri, burada ve orada ayrımını ortadan kaldıran bu yapı içerisinde “mekan, elektronik bir topoloji içerisinde var olur.” (Virilio, 2013: 66).

Jean Baudrillard (2011) da “simölasyon” ve “hiper gerçeklik” kavramları üzerinden gerçeklik ve temsil, fiziksel mekan ve sanal mekan arasındaki düalistik ayrımı en radikal noktalara taşır. Baudrillard'a (2011: 13) göre “köken ya da gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek, yani simölasyon

denilmektedir.” Simülasyonun varlığına temel oluşturan bir gerçeklikten bahsedilemez ve simülasyon gerçeğin yerini alır. Benzer şekilde simülatif mekan da gerçek mekanın yerini almıştır. Yani “simülasyon kavramının harita üzerindeki bir toprak parçası, bir töz ya da referans sistemiyle hiçbir ilişkisi yoktur. Bir başka deyişle harita öncesinde veya sonrasında bir toprak parçası yoktur.” (Baudrillard, 2011: 13).

Özellikle 1990’larda kişisel bilgisayarların yaygınlaşması “sanal gerçeklik” ve “sibermekan” tartışmalarını tetiklemiştir. Bu dönemde “birçok teorisyen, tekno-ütopist, siber-punk grup, sanal gerçeklik sayesinde ruhların bedenlerden kurtulup siber mekanın sonsuzluğu içinde özgürlüğe kavuşacağını bekliyordu.” (Kut vd., 2013: 22). Ancak fiziki mekan-sanal mekan arasında bu derece keskin sınırlarlar çizen yaklaşım, 2000’li yıllardan itibaren sorgulanır hale gelmiştir. Medya kuramcısı Lev Manovich, “arttırılmış mekan” kavramı üzerinden, “fiziksel mekanın katmanlarına eklenen sibernetik öğelerle” zenginleştirilmiş-arttırılmış, yani “içinde hem gerçek hem de dijital öğeleri aynı anda bulunduran” yeni bir mekan deneyimine işaret eder (Aktaran Kut, 2013: 22–27). Arttırılmış mekan (diğer bir tabirle sibertektonik mekan), sanal ve gerçeğin birbirinin karşısı olarak konumlandırıldığı daha önceki düalistik ve tekno-fütüristik yaklaşımların tersine, bu iki kavramın iç içe geçtiği bir süreklilik perspektifi sunar (*bkz. 2.1.3*).

1.2 Birey ve Mekan İlişkisi

Yer-mekan üzerine tartışmalarda farklı birkaç yaklaşım olsa da genel eğiliminin yeri, birey tarafından deneyimlenerek bir anlam örgüsü kurulmuş coğrafi alan olarak gördüğünü, mekanı ise henüz böylesi bir anlam üretimine dahil edilmemiş ancak ilişkilerin cereyan ettiği potansiyel bir alan olarak tasvir ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Cresswell’in (2004) de belirttiği gibi birey, kendisi için “anamlı olan yer” e göre bir mekanı diğerlerinden ayırt etmektedir. Casey (2001), bu durumu “coğrafi benlik” olarak nitelerken bedenin içinde bulunduğu fiziksel, tarihi, sosyal ve kültürel bir eylem alanına işaret etmektedir. Ward (2003) ise antropolojik bakış açısıyla aynı süreci vurgulayarak yerin nasıl deneyimlendiğinin, aidiyetin nasıl ortaya çıktığının kimlik, deneyim ve beden gibi etkenlerle açıklanabileceğini aktarmaktadır. Bireyin, mekansal

etkileşimini ele almayı amaçlayan bu başlık altında kimlik, beden ve hafızanın mekanla olan bağı üzerinde durulacaktır.

1.2.1 Kimlik ve Mekan

Assmann (2001: 130), kimliği “kişinin kendi hakkında bilinçsizce oluşan algılayışının bilince çıkması” olarak tanımlar. Kimliğe ilişkin bu farkındalık durumu, bireyi diğerleri arasında ayırt edilebilir kılar. Kimlik, kısaca bireyin bir grup içinde kim olduğunu gösteren nitelikler olarak ifade edilebilir. Farklılaşmayan bütünlüğü ya da aynılığıyla, değişmez bir kalıp gibi düşünülse de yapılandırılması sosyal etkileşimlere dayandığı için sabit değildir. Tanımlanmasında dahil olunan grubun özellikleri temel alınıp benimsenebilir ya da “öteki” üzerinden muhalif bir kimlik inşası söz konusu olabilir. Assmann’a (2001: 131) göre kimlik ne sadece ait olunan gruptaki etkileşim ve grubun içindeki algılanış biçimlerinin benimsenmesi ile oluşur, ne de tamamen grubu oluşturan bireyin bireysel bilgisi ve bilincinin ürünüdür. Assmann (2001), bu yüzden birbirine bağlı olan ‘ben’ ve ‘biz’ kimliklerini yeniden gözden geçirerek yeni bir yaklaşım önerir: ben kimliği bireysel ve kişisel olarak ikiye ayrılmalıdır. Çünkü bireysel kimlik bedensel varlığın kılavuzluğunda gelişir, bireylerin bilincinde kurulan ve saklanan, yeri doldurulamaz bir imgedir. Kişisel kimlik ise sosyal yapının rolleri, yetkileri ile biçimlenir, bireyin sosyal hayatta kabul görmesine denk düşer. Dolayısıyla Assmann, bireysel kimliğin de ortak kimlik gibi kültürel olarak belirlenmiş bir yapıya dayandığını belirtir. “Kimlik, ben kimliği de buna dahil, hem bir toplumsal yapıdır, hem de bu haliyle kültürel kimliktir.”

Bedensel varlığın ve toplumsal rollerin rehberliğinde kim olduğunu keşfetme sürecindeki birey, içinde yaşadığı toplum kadar nerede bulunduğundan da etkilenir. Çünkü “kimiz biz” sorusu, “neredeyiz biz” sorusuyla yakından ilişkilidir (Göregenli, 2015: 172). Dolayısıyla mekansallık, kimliklerin oluşmasında önemli boyutlardan biri olarak kabul edilir: kimlik, özel alanların yanı sıra hem bölgesel hem de sosyal mekanlardan etkilenir (Keith ve Pile’den aktaran Martin, 2014: 98). Sosyal mekanlar, toplumsal pratiklerin hangi sınırlılıklarla gerçekleşebileceğine dair kodları barındırırken bireyi de bu yapıya uygun bir kimliklenme sürecine davet eder. Harvey (1997: 242),

düzenlenip rasyonelleştirilmiş toplumsal mekanların, bir deneyim çerçevesi sunduğu, bireyin de bu çerçeve aracılığıyla kim olduğunu öğrendiğini belirtir ve bu argümanını Bourdieu'den bir alıntı ile sürdürür: “ (...) zamansal biçimler ya da mekansal yapılar yalnızca grubun dünyayı temsil biçimini değil, kendisini bu temsile göre düzenleyen grubu da yapılandırır”. Foucault'nun (1988) “heteretopya” kavramlaştırmasında, bireyin uyum sağlamak zorunda olduğu mekanlardaki örtük iktidar etkisi daha da ileri gider. Mekan aracılığıyla kurallar yapısı, normlar ve kabul edilmiş sosyal kimlikler yeniden üretilir ve toplumsal yapı değiştirilebilir.

Sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinde mekan-kimlik konusu küreselleşme, iktidar, yerelleşme, mekanın kullanım biçimleri gibi perspektiflerden tartışılırken aslında insanların yerle kurdukları anlam oluşturma ilişkisi esas alınır. Dolayısıyla mekan-kimlik tartışmasını sosyo-psikolojik bir bağlamda tartışmak yerinde olacaktır.

Erickson (1946), “mekansal kimlik” (*spatial identity*) kavramını ortaya atar; kimliğin bileşenlerini oluşturan mekansal yönleri, mekan konumları gibi ifadelerle açıklar (Aktaran Bernardo & Palma Oliveiras, 2012: 35) Mekanın kimlikle ilişkisine atıflar Erickson'dan sonra uzun bir süre toplumsal alanla sınırlı kalmış, birey daha çok grup içindeki mekansal bağları ile ele alınmıştır. Bireyi merkeze alan mekan-kimlik tartışmaları ise, “yer hissi”, “yere bağlılık”, “yer kimliği”, “yeri kendileme” gibi kavram setleriyle, birey ve çevresi arasındaki fiziksel ve duygusal ilişkiyi konu edinen çevre psikolojisi çalışmalarında yoğunlaşır.

Relph (1976), bireylerin kimlikleri ve yer arasında ilişkiyi, yer kimliği ifadesiyle betimler. Yeri diğer yerlerden ayıran, devamlı bir aynılık ve bütünlüğe denk düşen bu terimi, üç bileşen ile tarif eder: i) yerin fiziksel özellikleri, ii) orada gerçekleşen fiziksel aktiviteler, durumlar, etkinlikler vb. iii) bireylerin ve grupların, insanların deneyimlerinden ve yerle ilgili niyetlerinden hareketle oluşturdıkları anlamlar (Relph, 1976: 45). Tüm bu bileşenler bir araya gelerek, birey için yeri, öteki mekanlardan ayırır ve özel bir alan haline getirir. Relph'in tanımlamasında dikkat çeken unsur ise, bireyin yere dair anlam oluşturma sürecinde diğerlerinin deneyimlerini ve niyetlerini referans kabul etmesidir.

Proshansky, Fabian ve Kaminoff'un sundukları yer kimliği konseptine göre, “yer, bireyin yaşadığı fiziksel dünya hakkında geniş anlamda düşünülmüş bilişlerinden oluşan öz kimliğinin (*self-identity*) alt yapısıdır.” (Aktaran Proshansky, 1993: 77). Bu bilişler, her insanın günlük yaşamını tanımlayan fiziksel ortamların çeşitliliği ve karmaşıklığına ilişkin hatıralar, fikirler, duygular, tutumlar, değerler, tercihler, anlam, davranış ve deneyim kavramlarını temsil eder (Proshansky, 1993: 78). Yazarların üzerinde durduğu iki önemli durum vardır: bunlardan birincisi öz kimliğin gelişmesinin, sadece bireysel, kişiler arası ve sosyal süreçlere dayanmaması, aynı zamanda fiziksel çevreye uzanmasıdır. Çünkü yer oluşturmak, kişisel kimliğin temel bileşenlerinden biridir; ancak yer kimliğinin, fiziksel-sosyal çevrenin değişmesinin bir sonucu olarak hayat döngülerine göre değişime uğrayabilmesi de söz konusudur (Bernardo & Palma Oliveiras, 2012: 36). Dolayısıyla yer kimliği, sürekli aynı kalmaz, tarihsel bir süreçte yayıldığı gibi, bireyin hayat döngüsünde ortaya çıkan durumlara göre yeniden şekillenebilmektedir. Proshansky, Fabian ve Kaminoff'un sunduğu yer kimliği konsepti, bireyler, yerler ve kimlikler arasındaki kolektif ilişkiyi dışlayıp yeri, bireysel bir perspektifle ele almakla eleştirilse de daha sonra bu alanda yapılacak pek çok çalışma için öncül kabul edilmiştir (Aktaranlar Bernardo ve Palma Oliveiras, 2012: 36). Kevin Lynch'in *Kent İmgesi* (2016) kitabında da, söz konusu kimliksel öğeleri görmek mümkündür. Mekan, görülebilen ve okunabilen sembollerle dokunmuştur. Çevrede yaşayan bireylerin, bulundukları alanı tanımalarını sağlayan, zihinsel imgeler oluşturmalarıdır (Lynch, 2016: 3–8). Mekana, bulunulan çevreye ilişkin her imgelem bireyin kendisine özgüdür. Birey, çevresinden kopuk yaşayamayacağı gibi hiçbir şeyi kendiliğinden deneyimleyemez. Bulunduğu yeri, mutlaka kendisini ilgilendiren bir olaylar dizisi ya da geçmiş deneyimlerin hatırasıyla algılar. Bir çiftçinin arazisine oturtulan Washington Caddesi, yine Boston'un kalbindeki alışveriş caddesi olsa da çiftçi için bambaşka bir görünüm ve yer hissiyatı sunacaktır (Lynch, 2016: 1). Dolayısıyla çiftçinin, arazisinde kendi hayatına dair izler bulduğu ve bu yere ait hissettirecek görsel, zihinsel, duygusal imgelemlere sahip olduğu söylenebilir. Yer kimliğini görsel bağlamda değerlendiren Lynch, aynı zamanda “yeri kendileme” (*appropriation*) olarak adlandırılan süreci de akla düşürmektedir. Kimliğin gelişmesi ile

iç içe olan bu kavram, bir yere aşına olmayı, oraya kök salmayı, bireyin kendiliğini bu yer üzerinden tanımlamasını ifade eder (Göregenli, 2015: 124). Kişi, diğerleriyle arasındaki sınırları belirlemek, dünyadaki yerini başkalarından ayırt etmek ve böylece kimliğinin varlığını hissetmek için, yeri kendileme ihtiyacı duyar (Göregenli, 2015: 125). İnsanın, kendileme ihtiyacını yaşadığı en önemli yerlerden biri, dış dünya ve kendisi arasına bir sınır çektiği, mahremiyet alanını yarattığı, kendisini ait hissettiği birincil mekanı “ev” i tanımlamasıdır (Göregenli, 2015: 125). İnsanın varoluşunun ev ile sarıp sarmalanması fikri Bachelard’ın (2014) *Mekanın Poetikası* kitabının temel argümanını oluşturmaktadır. ‘Evleri’ ve ‘odaları’ sürekli anımsayarak kendi içimizde oturmayı öğrendiğimizi belirten Bachelard (2014: 28), öznel deneyimin mekanla bütünleşik sürecini ortaya koymaktadır. Birey, bir yerde yaşadıkça oraya ait hissetmeye, kendisini orası ile ifade etmeye başlamaktadır. Göregenli (2015: 125) bu durumun bireyin kendisi ile ilişkilendirdiği bir süreç olduğu kadar başkalarıyla kurmak istediği ilişkinin de sözel olmayan ifadelerini de içerdiğini hatırlatmaktadır. Certeau (2010: 176), kişinin belli bir süre oturduğu yerin, içerdiği nesneler ve bu nesnelerin kullanım biçimleriyle onun bir portresini çizebileceğini belirtir:

“Her şey, kovma ve yeğleme oyunu, mobilyaların düzenlenmesi, malzeme seçimi, biçimler ve renkler gamı, ışık kaynakları, bir aynanın yansıması, açık bir kitap, yerde sürünen bir gazete, bir raket, küllükler, düzen ve dağınıklık, görünen ve görünmeyen, uyum ve uyumsuzluklar, sadelik ya da şıklık, özen ya da özensizlik (...) kullanılabilir uzamı düzenleme, günlük işlevleri oraya yayma biçimi, sahibi henüz en ufak bir söz söylememişken ‘bir hayat anlatısı’ oluşturur.”

Mekan, bir hayat anlatısı oluşturmak, kimliği ortaya koymak veya kimlik inşa etmek için önemli bir araçtır. Örtük ilişkilerle ya da direkt, kişinin kim olduğuna, ait olduğu sosyal gruba, toplumsal statüsüne dair göndergeler taşır. Bazen mekanın içindeki bir kitapla kendimize ve başkalarına, benliğimize dair bir şeyler anlatabilirken bazen sadece bedenimizle mekanı sarmalamak yeterli olur.

1.2.2 Beden ve Mekan

Beden, sosyal ve kültürel kaydın ara yüzüdür, öznellik taşır, acının ve zevkin yeridir, hem kamusaldır hem de özeldir. Bir materyal gibi kabul edilebildiği gibi aynı zamanda da ruhsaldır (Longhurst, 2014: 91). Bedenin öznel ya da nesnel, materyal veya temsili gibi ayrımlarla ifade edilmesi, mekanla ilişkilendirilmesinde ikilik yaratmaktadır. Gündelik hayatın, biyolojik bir indirgemecilik ile bedensel varoluş tarafından kuşatıldığı düşünülmüş, bedenin aynı zamanda sosyal ve kültürel bir varlık olduğu geri planda bırakılmıştır (Turner'dan Aktaran Low, 2009: 27). Bedeni ve mekanı, kültürel, psiko-analitik ve fenomenolojik açılardan ele alan sosyal bilimciler ise, bu biyolojik indirgemecilikten sıyrılarak bedenin özellikle sosyal ve kültürel sistemler tarafından biçimlendirilebilen bir yapı olmasıyla ilgilenmişlerdir (Turner'dan Aktaran Longhurst, 2014: 92). Bedenin işgal ettiği, algılanan ve deneyimlenen mekan, bireyin duygularına, zihinsel durumuna, sosyal ilişkilerine, kendilik hissine ve kültürel varsayımlarına göre daralıp genişler (Low, 2009: 27).

Bedenin sosyalliğine ilişkin yaklaşımlar içinde yer alan bir diğer düşünce ise iktidarın kontrolü altındaki bedene ilişkindir. Bu yönelimin en bilinen isimlerinden biri Foucault'ya (1988) göre beden, mekanın içinde yer alırken gücün etkinlik alanına dahil olmaktadır. Güç ilişkilerinin bedene yansıdığı diğer yaklaşım ise Lefebvre'in (2014: 195) "yaşanan mekan" sınıflandırmasıdır. İktidar sembollerinin somutlaştığı yaşanan mekan, bedensel rutinler aracılığıyla deneyimlenir; beden, mekanın üretilmesi için bir potansiyeldir. De Certeau'nun (2008: 220) tarif ettiği bedensel rutinler ise mevcut sembollerin içinde görece daha aktiftir. "Güzergâh betimleyiciler" dediği mekansal bilgileri gösteren semboller, yayayı, yürüyüşün ritmine çağırmaktadır. Sokak, bedenin yürüme pratiğiyle deneyimlenen bir uzama dönüşür. Yaya, aynı zamanda konumuna dair şurada ya da burada olmanın bilgisini uzamda mevcut bir 'ben' ile, dolayısıyla oradaki bedeni ile onaylar (De Certeau, 2008: 195). De Certeau'nun (2008), yaya deneyimi ile aktardığı aslında "cisimleşmiş mekanlar" (*embodied space*) denen, bedenin uzamsal yönelimi ve hareketi üzerinden yerin anlamlandırılması modelini anımsatır. Bu yaklaşıma göre beden, hem fiziksel ve biyolojik bir varlık, hem deneyimi yaşayan öznenin merkezi, hem de bireyin dünyadaki eyleminin lokasyonunu temsil etmektedir (Low, 2009: 26).

Edward T. Hall'ın (1968) “proksemik” kavramı da bedenın kültürel bir varlık olarak mekanı kullanım biçimlerini ortaya koyar. Bireyler, sosyal ilişkilerine ve mekana göre ölçüsü değişen kişisel bir çember ile  evrelenirler (Aktaranlar Low & Z  niga, 2003: 49). İlişkilerinin yakınlığına ya da uzaklığına göre diğerleri ile arasındaki mesafe genişler ya da daralır. Mekanlar, bedenlerin birbirlerinin farkına vardıkları alanlardır. Sennett (2002: 12), Antik Yunan'dan günümüze  ehrin bedenler yoluyla deneyimlenmesini tarihsel bir bağlamda anlatırken insanların birbirlerini görme biçimlerinde, dolayısıyla birbirlerine verdikleri tepkilerde mekansal ilişkilerin belirleyici olduğunu ifade eder. Beden ne kadar duyarlı ise mekan ve mekandakiler ile kurduğu ilişki o derece güçlü olacaktır. Sennett (2002: 13), modern mimarlar ve  ehir tasarımcılarının yaptıkları tasarımlarda insan bedenini pasifle tirdiklerini, bu temel ba ı dikkate almadıklarını belirtir. Bedensel deneyimin yerini hız deneyimi almıştır. Bedenle yitirilen bu ba , “mekandan kopukluk hissini pekiştirir”. Bireyin bedensel konfor ihtiya ı artmış, otomobiller ile gaz freni ve pedala dokunmak, dikiz aynasını kontrol etmek gibi mikro boyuttaki bedensel hareketlerle bir yerden bir yere gitmek mümkün olmuştur (Sennett, 2002: 13). Mesafeler arasındaki hızlanma, bedenın mekanı seyretmek için harcadığı çabayı azaltmış, kendini tamamen bulunulan mekana vermenin gerekliliğini ortadan kaldırmıştır (Sennett, 2002: 13).

Seamon (1979) ise bedenın hareketlerini, gündelik hayatın rutinlerinden ve yerin deneyime özgü tarafından koparmaz. Posta kutusuna yürümek, üzerine çok düşünmeden her gün aynı yoldan i e gidip gelmek, bili  düzeyinin altında (*preconscious*) kalan eylemlerdir. Yani bedenın sahip olduğu içsel bir kapasite ile “*otomatik, alışkanlıklar sonucu, istemsiz ve mekanik*” bir biçimde ortaya çıkarlar (Aktaran Cresswell, 2004: 33-34). Seamon (1979), bahsettiği hareket biçimini tarif etmek için “bedenin balesi” (*body-ballet*) denen ve art arda tekrarlanan bir dans sekansını kullanır. Bedenin balesi metaforu, tekrarlanan günlük performanslar ile yerin daha iyi bilinmesine ve onun parçası gibi hissetmeye işaret etmektedir (Seamon'dan Aktaran Cresswell, 2004: 33-34).

Casey (2001: 414) ise bedenın mekandaki rolünü Lefebvre'den bir alıntı ile vurgular: “*beden, çıkış ve varış noktası oluşturmaya yarar.*” Mekandaki bedensel

deneyimleri ise “giden” (*outgoing*) ve “gelen” (*incoming*) olarak adlandırdığı iki ayrı kategoride ele alır. Birincisi, beden, yeryüzünü karşılamak amacıyla dışarı çıkması üzerinedir. Dışarıya yönelmenin ırksal, sınıfsal, cinsel kimliğe ve kültüre göre farklılaşan sayısız şekli vardır; ancak bu çoklu yollar arasında yere dair en ilişkili olarak kabul edilen yönelim “uzamsal çerçeveler”dir. Bu çerçeveleme, her biri birbirinin karşıtı olan bedenin üç ekseninin (aşağı/yukarı, ön/arka, sağ/sol), belli bir yerin başlıca boyutlarına (yatay, dikey, direkt) yönelmesini ifade eder (Casey, 2001: 414). Yani mekan ve beden birbirlerine karşılıklı olarak bir eksen sunarlar. Kendi başlarına tam olarak betimlenebilecek bir varlık olmadıkları gibi, her biri bir diğerkinin etkisi ile var olur. Mekan, bedenin enerjisi ile değişime uğrar, beden de mekanın iç dinamiklerinin etkisi ile değişmektedir. Ancak beden sadece bir varış noktasına ulaşmak için değildir, ayrıca bildiği yerlerin izlerini de taşır. Bu izler sürekli olarak bedene çökerler ve orada tortulaşırlar (Casey, 2001: 414). Dolayısıyla gelen kategorisi, bedenin bildiği, geldiği yerlere göre biçimlenmesine odaklanır. Süreç, dışarıdan içeriye dönmektedir. Öze çekilme ile ilgili olarak Casey’nin (2001: 405) üzerinde durduğu diğerkonu ise bedenin algılama ve hissetme özellikleri ile yaşadığı yere bağlanmasıdır. Dışarıda karşılaşılan, bedenin içine sızmaya başlar. Bu bakış açısıyla mekanın, kişinin kimliğinden önce bedeniyle bir araya geldiğini, fiziksel ve zihinsel bir süreçle tanımlandığını söylemek mümkündür. Merleau Ponty’e (2012) göre, beden, görüşü yakalayıp tinsel bir sürece sokar ve görünürün algılanmasını sağlar. Bedenin görüşü aracılığıyla, her yerde bulunmak mümkündür; hatta kendimizi başka yerlerde hayal edebilmemiz bile söz konusudur (Merleau Ponty, 2012: 75). Daha önce gördüğümüz bir mekan gözümüzün önünde capcanlı durabilir. Bu yönüyle beden, görme eyleminin içinde uzandığı yerdir, düşüncenin görmeye eşlik edip zihinsel imgelemler yaratmasıyla hafızaya açılan kapıdır.

Miles Richardson (1982), fenomenolojik bir bakış açısıyla, bedenin deneyiminin ve algısının mekanda nasıl materyalleştiğini anlamak için deneyimin sembolleştirilme biçimlerine bakmak gerektiğini belirtir (Aktaran Low, 2009: 29). Çünkü deneyim hatırlanırken bu nesneleştirilme biçimleri referans alınmaktadır, sembollerin eritilmesi deneyime götürür. Dolayısıyla Richardson (1982), yerin özünü oluşturan kokuları,

renkleri, hisleri ve diğer hisse dayalı boyutları beden ile deneyimlediğimizi vurgular (Aktaran Low, 2009: 29).

Ricoeur (2012: 59), de bedenın anımsayışa ilişkin fenomenlerden biri olduğunu söyler. Mekanla kurulan bedensel bağ, hafıza ile çerçevelenir. “Bedensel hafıza, farklı zamansal uzaklıklara sahip duygusal anılarla doludur: geçmiş zaman dilimi, özlem ve nostalji biçiminde algılanıp yeniden hissedilebilir.” (Ricoeur, 2010: 59). Geçmiş zamandan bedene miras kalan bu anılar, aynı zamanda mekanda uzanır.

1.2.3 Mekana Dair Hafıza

“Şu kentteki şu evde uzun süre oturduğumu, dünyanın şu bölgesine yolculuk ettiğimi anımsarım, bir ara bulunduğum tüm oralar, burada aklıma gelir. Bana dünyanın uçsuz bucaksız olduğu izlenimini veren deniz manzarasının enginliğini anımsarım. Şu ya da bu arkeolojik alanı gezerken o kalıntıların hüzünlü biçimde gönderme yaptığı, kaybolup gitmiş o kültür dünyası aklıma gelir. Bir polis tutanağındaki tanık gibi, bu yerlerde ‘bulunduğumu’ söyleyebilirim” (Ricoeur, 2012: 59).

Ricoeur (2012), geçmişte bulunduğu yerleri, şimdiki zamanın içinde anımsayabildiğini ya da bir arkeolojik alanı gezerken oldukça eskide kalmış tarihin, duygu dünyasında yeniden canlandığını belirtir. Ricoeur’un (2012) mekansal deneyimi, hem bireysel geçmişinden izler taşır, hem de kültürel belleğin taşıyıcısıdır. Geçmişe bir çağrıda bulunur ve orada olup bitenleri bugüne taşır. Ricoeur’ün bize aktardığı hatırlama eyleminin ta kendisidir. Antik Yunan’dan bugüne tartışıl原因 gelen anımsayış kavramı, mekânın, zamanın, bireyin, kültürel belleğin nasıl değerlendirildiğine bağlı olarak farklılaşan temalarla karşımıza çıkar. Bellek ve hatırlama literatüründe en çok anılan temalardan biri *bellek sanatı*, *ars memoriae* ya da diğer bir deyişle *memorativa* kavramlaştırmasıdır. Retorik sanatının bir öğesi kabul edilen bellek tekniği, öncelikle bilinçte yer etmesi istenen şeylerin hayali görüntülerinin oluşturulmasına dayanır. Bu görüntüleri kalıcılaştıran ise bir mekân ile ilişkilendirilmesidir. M.Ö. 6. Yüzyıldan Rönesans’a kadar uzanan bu teknik ile mekânların sıralı bütünlüğünün, olguların düzeninin korunduğu düşünölmüştür (Assmann, 2001: 32- 33). Aristotelesçi kurama

göre ise, bellek sadece geçmiş duyu imgelerinin zihinde tutulmasıdır, anımsama ise geçmiş imgelerin bilincidir (Aktaran Barrash, 2007: 15). Anımsama yetisi, tutarlı bir biçimde imgeleri birbirleriyle ilişkilendirebilir ve unutulmuş olanları geri getirebilir (Aktaran Barrash, 2007: 15). Bellek ise daha çok kayıt altına alınanların depolandığı yerdir. Bergson (1910) ise, belleğin bir çekmece ya da ambar olarak ele alınmasına karşı çıkar. Bellek, hiçbir ögenin basitçe ulaşılmadığı, geçmişten gelen yeni ögelerin birikmesiyle değişen, geçmişin geçmiş üstünde yığılması olarak düşünülmelidir (Aktaran Urry, 1999: 17). Bergson (1963), üst üste yığılan belleğin iki biçimi arasında ayırım yapar: “alışkanlığa dayalı bellek” ve “imge üreten bellek” (Aktaran Ricoeur, 2012: 44). Alışkanlık belleği, yürümek, yazmak gibi örneklenebilecek performatif eylemleri ne zaman, nerede ve nasıl öğrendiğimizden çok bu eylemleri o anda yapabiliyor olmamızla ilgilidir. Bir temsilden öte *harekete geçirilmişlik* söz konusudur (Ricoeur, 2012: 44). Buna karşın imgenin belleği, bir alışkanlık özelliği göstermez. Yaşamdaki bir olay olarak tarihe sahiptir ve yinelenmesi mümkün değildir. “Gündelik olaylar meydana geldikçe imge-anı biçiminde kaydedilecektir; hiçbir anı göz ardı edilmeyecek, her olayın, her jestin yerini tarih belirleyecektir.” (Bergson’dan Aktaran Ricoeur, 2012: 60). Bergson, bir taraftan şimdinin performanslarıyla hafızayı olmakta olanın parçası kılar, diğer yanda ise zamanın tarihselliğini, hatırlama sürecinin merkezine yerleştirir. Zaman ayrıksı bir öge değildir, çünkü insan zamanın içinde gövdesine bağlı bir biçimde var olur (Urry, 1999: 17). Anımsama edimini zamandan ayrı düşünmemek gerektiğini savunan hafızanın tarihselliği yaklaşımları, kayıt altına alınan, tanıklıklara dayanan, ardışık bir dizgede beliren bir hafıza çerçevesi sunar. Hutton (1990) ise imgelerin yerini tarihin belirlemesine karşı çıkmaz; ancak bahsettiği tarihsellik, bireyin geçmişe ait imgeleri belirli yerlere yerleştirmesine bağlı bir temsildir. “Belleğin imgeleri her zaman bölük pörçük ve geçicidir. Somut yerlere oturtulana kadar bütüncül ve tutarlı bir anlam kazanamazlar.” (Hutton’dan Aktaranlar Özaloğlu ve Erman, 2017: 16). Dolayısıyla her olayın yerini tarih belirleyecek olsa da olaylara bu tarihi atayan, şimdiki zamanda formüle edilen imgelerin geçmişe ait özel bağlamlarla bütünleştirilmesidir (Hutton’dan Aktaranlar Özaloğlu ve Erman, 2017: 16).

Assmann (2001), temsili tarihselleştirmeyi çağrıştıracak biçimde, zamanı hatırlamanın figürlerinden biri olarak ele alır. “Bellek sanatı için mekan neyse, hatırlama kültürü için de zaman odur.” (Assmann, 2001: 35). Bahsi geçen hatırlama kültürü, bireylerin hatırlama kapasitesini işaret eden bellekten ziyade topluluk ruhu oluşturan belleğe dayanır. Unutulmaması gerekenlerin sosyal sorumluluğunu taşıyan bir gruba ihtiyaç duyar. Grup dinamiklerini yitirmek istemeyen her topluluk, hem içsel iletişimleri için bir ortam oluşturmak hem de hatıralarına dayanak yaratmak üzere mekana bağlıdır. Mekansallaştırma eğilimi taşıdıkları gibi, zamanı hatırlamanın dayanağı olarak kullanırlar. Hatırlanan içerikler, çok eski zamanlarda yaşanmaları, olağanüstü olaylarla ilişkili olmaları ya da hatırlamanın periyodik ritmi ile zamansallaştırılırlar (Assmann, 2011: 42–43). Dolayısıyla anımsama edimi, bireylerin kendi yaşam hikayelerini anlamlandırma çabalarını ifade ettiği gibi, grupların mekana ve zamana atadıkları anlam ile toplumsal varlıklarını güçlendirmelerini de kapsamaktadır.

1.2.3.1 Bireysel ve Kolektif Hafızanın Mekanları

Maurice Halbwachs (2001: 27), “kolektif hafıza” (*mémoire collective*) kavramlaştırmasında, gruba, topluluğa, ulusa özgü tarihsel olayların, bireylerin hafızasında özet ve şematik bir formda yer ettiğini belirtmektedir. Birey, bu olguları, isimleri kendi geçmişine ait izler kadar yoğun biçimde hatırlamaz. Kendi gördükleri, kendi hissettikleri, kendi yaptıkları, başkalarının hafızasıyla örtüşmez (Halbwachs, 2001: 26). Her şeyden önce geçmişinde olanları hatırlayarak kendine ait bir hafıza sistemi kurar; ancak toplumdan ayrı yaşaması mümkün olmadığından bu anıların tasnifinde kolektif hafızayı referans alır (Halbwachs, 2001: 26–27). Bireyin başkalarının anılarına ihtiyaç duymasını yorumlayan Ricoeur (2012: 140), hafızanın hatırlama ve tanıma olgularının yanı sıra tanıklığa da dayandığını belirtir. “Tanıklık, birinin bir başkası tarafından derlensin diye söylediği şey değil, benim geçmişe ilişkin bilgi diye başkasından aldığım şey olarak görülür.” (Ricoeur, 2012: 140). Böylelikle başkaları tarafından bizim için kurulan olaylara nüfuz ettiğimizi ifade eder. Hafıza hem bireyin ait olduğu grup tarafından kurgulanabilir bir olgudur, hem de bireyin kendisi tarafından,

“namevcut olanın mevcut olanı getirmesi”⁷ biçiminde yeniden şekillendirilir. Yani unutuş ve yanılgı, hafızanın karşı dinamikleri olarak bireyin anımsayış edimine müdahale eder.

De Certeau, hafızanın değişken ve toplumsal olmasını, ellerin vuruşuyla ses veren bir piyanoya benzetir. “Bellek, başka birinin duygusudur.” (Certeau, 2008: 179). Geleneksel toplumlarda ve aşkta olduğu gibi ilişki ile gelişir. Ortaya çıkması içinse bir değişime ihtiyaç duyulur, hatırlama ediminin doğası, yeni bir durumun oluşmasında köklerini bulur (Certeau, 2008: 180). Pierre Nora (2006), bu değişen durumu, tarihin hızlanması⁸ olarak kabul eder. Gelenek, atalara ait olgular, esaslı bir tarih duygusu, bahsi geçen hızlanma ile silinip atılmıştır, geçmişle ilişki kesilmiştir (Nora, 2006: 17). Dolayısıyla hafızanın sürekliliğinden söz etmek oldukça zordur. Nora, bölünmüş bir hafıza ile yaşayan toplumun süreklilik duygusunu mekanda aradığını söyler. “Artık hafıza ortamları olmadığı için hafıza mekanları vardır.” (Nora, 2006: 17). Unutmanın önüne bir set çekmek için oluşturulan hafıza mekanları, bulunmayan şeylerin yeniden oluşturulmasına denk düşer (Nora, 2006: 19). Yitirilen tarih karşısında unutmanın bir tedbiri olarak vardır. Süreklilik hissini yaşatmaya çalışır. Ricoeur (2012), Nora’nın hafıza mekanları fenomeninin tarihsel bilginin yönlendirdiği bir bağlama dönüşmeden önce ilksel düzeyde hatırlatıcı olarak iş gördüğünü ifade eder (Ricoeur, 2012: 60). “Yani hem hatırlatmaya dönük işaretler, hem gitgide zayıflayan hafızanın koltuk değnekleri, hem de unutuşa karşı verilen savaşta yardımcı kuvvettirler, hatta ölü hafızanın yerine geçmiş yedek hafızadırlar.” (Ricoeur, 2012: 60). Böylece mekan, belleğin yerler yöntemi ile kurulmasına fırsat verir, anılar ve mekanlar arasındaki yakınlık da bu bağa dayanmaktadır Mekanlar, yazıtlar, anıtlar gibi potansiyel belgelerdir (Ricoeur, 2012: 60). Pek çok olaya, kişiye, anıya şahitlik ederler.

Connerton (2012: 20-28) kolektif belleğin izlerinin en çok anıtlara sindiğini belirtse de “mahal” olarak adlandırdığı sokak, mahalle, ev gibi gündelik hayat

⁷Ricoeur (2012: 27), “namevcut olanın mevcut olanı getirmesi” diyerek Sokrates’in yanılgı fenomenolojisine göndermede bulunur. Yaşanmamış bir şeyin duyumu, mevcutmuş gibi düşünülebilir. Ricoeur, bunu namevcut olanın mevcutmuş gibi düşünülmesi olarak ifade eder.

⁸ Nora (2006), modernitenin zaman algısını değiştirmesi ile hafızanın içinin boşaltılmış olmasına istinaden *tarihin hızlanması* terimini kullanır.

mekanlarının, bir bellek taşıyıcısı olarak anıt mekanlardan daha önemli olduğunu söyler (Connerton, 2012: 45). Çünkü mahal olan karşılaşmaya olanak sağlar. Mahalli temasla şehir sokakları canlılık kazanır. Manavdan istenen tavsiye ya da bira içmek için uğranan barda laflamak oldukça önemsiz olaylar gibi düşünülse de ortak bir güven ağı örülmesi için temel alanlardır. Ağın kendisi de halihazırda uzamsal bir metafordur (Connerton, 2012: 35). Uzamsal ağın yanı sıra bu sokaklar, hatırlanabilme özelliklerine sahiptir. Bir şehri düşündüğümüzde aklımıza üzerimizde iz bırakmış bir sokağı gelir. Ayrıca kafamızda, şehri bir düzene sokmamıza yardımcı olarak mekanı hatırlamada yol gösterirler (Connerton, 2012: 35). Hayden (1997: 47), da benzer şekilde yer hafızasının sokak isimlerinin ve sokak düzeninin bilişsel hafızasını, bir kişinin şehre gelişinin kişisel anısını ve oraya dair duygusal bağlılıkları içerebileceğini belirtir. Fiziksel ortamın yorumlanması, anılar, hisler, mekandaki karşılaşmalar, sosyal temaslar yere dair hafızanın kalıcılışmasını sağlayan deneyimlerdir.

Casey, fenomenolojik terminolojisinde yere dair hafızayı bir deneyim kutusu olarak ele alır. Deneyimin yaşanmış olduğu bu kutu, spontane hafızanın bir uyarıcı ile karşılaşması sonucu tekrar tekrar açılabilir (Aktaran Hayden, 1997: 46) Halbwachs (1950, 2001), ise bu kutunun içine odaklanarak mekansal hafızayı materyal çevrenin uzamında arar. Geçmiş, çevremizi saran materyaller tarafından koruma altına alınmadığı sürece geri getirilmesi mümkün olmayan bir olgudur (Halbwachs, 2001: 93). Dolayısıyla mekanın sürekliliği bu korumanın sağlanması anlamına gelir. Kolektif hafıza ise, bir yerdeki nesnelere yüklenen anlamlarla işlerlik kazanır. Fiziksel çevrenin uzamsallığından öte sürekliliği olan mekanın gerçekliğinde ortaya çıkar. Halbwachs'ın (2001: 93), bahsettiği mekan, içinde olduğumuz, sık sık girip çıktığımız, hayal gücümüzle her durumunu yeniden inşa edebildiğimiz yerdir. Böylece anılar için geri gelecekleri bir yol yaratılmış olur.

Cicero, bellek becerisini eğitmek isteyen kişilerin, kimi yerler belirlemelerini ve hatırlamak istedikleri şeylerin görüntülerini zihinlerinde canlandırarak, onları belirledikleri yerlerde depolamalarını tavsiye eder (Aktaran Connerton, 2012: 14). Böylece bu yerlerin düzeni ile hatırlanmak istenen şeylerin de düzeni korunabilecektir.

Anımsandığında tekrar ziyaret edilmiş ve içinde adım adım yürünerek hatırlanmak istenen ögelere ulaşılmış olur (Aktaran Connerton, 2012: 15).

Bachelard (2014), daha önce bahsi geçen *Mekanın Poetikası* kitabında nesnelerden yola çıkan ve hayal kurmaya dayanan *cisimleşmiş bir bellek* tasviri sunar. Cicero'nun mekanlarla düş kurma oyunu, Bachelard'ın bakış açısının temel dayanağıdır. Mekan içindeki öğelerle tavan arasından mahzene zihne kazınmıştır. Ancak mekan karşısında zaman, hafızayı canlandırmada yetersizdir. Çünkü hafızanın somut süreyi kaydetmesi mümkün değildir; olaylar derinlikten yoksun bir zaman çizgisine yerleştirilerek düşünülür (Bachelard, 2014: 39). Mekan ise zamanı sıkıştırarak kendisinde tutar. Anılar devinimsiz olduklarından mekanın içine yerleşerek kalıcılışırlar (Bachelard, 2014: 39). Bu bakış açısını özellikle eve dair öznel deneyimle aktaran Bachelard, bireyi kolektif hafızadan çekip alır. İçimizde özellikle silinip gitmeden kalan anılar, yalnızlığın mekanına aittir (Bachelard, 2014: 40). Ev, bu mekanlar arasında en öncelikli olanıdır. Ancak bireyi doğduğu andan itibaren kuşatan ev, yitirildiğinde daha güçlü bir biçimde anılarda yer eder. “O eski evde yeterince derin yaşayamamış olmanın bir tür pişmanlığı, geçmişten yükselir, bizi istila eder, ruhumuza çöker.” (Bachelard, 2014: 87). Ruha çöken bu his ise mekan nostaljisinin çağrısıdır.

1.2.3.2 Yer Nostaljisi

Nostalji, olayları birbirleriyle ilişkilendirerek tanımlayan bir duygu aracılığıyla bir araya getirerek zaman ve deneyim hissi oluşturmaktadır (Milligan, 1998: 11). Bu bağlantıyı yaratan ise belirli bir fiziksel çevredir. Yere bağlanma olarak da tarif edilen söz konusu durum, mekana özgü hatıraları kategorize ederek geçmişe yönelik bir düzenleyici görevi görmektedir. Mekanın, hafızaya mesken olması, yere dair hissedilen özlemle ilgilidir. Yok olmasına karşı duyulan korku ve ‘oraya’ geri dönme isteği, yer ile nostaljik bir bağ kurma ihtiyacı yaratır. Svetlana Boym (2009), *Nostaljinin Geleceği* kitabında hem nostalji sözcüğünün ortaya çıkış serüvenini anlatır hem de yaşamın hızının arttığı bir çağda nostaljinin savunma mekanizması olarak belirmesinden bahseder. Etimolojik kökeni itibarıyla nostalji, mekanı anımsamak ve mekana tutunmak ile ilişkilidir. “Nostalji –nostos (eve dönüş) ve algia (özlem), nostalgia- artık var

olmayan veya hiç var olmamış bir eve duyulan özlemdir. Nostalji, bir yitirme ve yer değiştirme duygusudur.” (Boym, 2009: 14). Hafızaya kazınmış yer, hatırlanabilir olmasıyla hala oradadır, hatta gerçekten ziyaret etmek bile mümkündür. Ancak mekanda yaşanan geçmiş zamanı bugüne getirmek mümkün değildir. Nostalji, bu geri getirilemezliğin yasıdır. Çünkü hiçbir tekrar, sahici değildir (Stewart’tan Aktaran Boym, 2009: 19). Nostaljiye konu olan mekan, kayıp bir dünyayı omuzlarında taşır, şimdinin içinde hissettiğimiz derin kaygıyı sergiler (Casey, 1987: 364). Mekan dışında nostaljinin içeriğini oluşturan, geçmiş zaman ve geride kalan kişilere duyulan özlemdir; ancak yer nostaljinin olmazsa olmaz koşuludur. Yeri olmayan bir şey için nostalji duygusuna kapıldığımız çok nadirdir (Casey, 1987: 363).

Nostalji sözcüğünün ilk kez kullanılması da yine mekana duyulan bağlılığa özgüdür. Buna karşın ne bir şiir içinde geçer, ne de edebi bir roman ya da felsefi bir tartışmanın konusudur. Tıbbi bir bağlamda, İsviçreli askerlerin ülkelerinden ya da evlerinden yoksun olmalarının yarattığı melankoli hali olarak tanımlanmıştır (Casey, 1987: 371). On dokuzuncu yüzyılda, nostalji bir hastalık olmaktan sıyrılır; ancak bu sefer de tarihe duyulan yoğun bir özlemi ifade eder. Bu özlem ise baştan aşağıya değişime sürüklenen bir toplumun oluşturduğu müzeler, anıtlar, mezarlıklar gibi yerlerde ses bulur. İsviçreli askerlerin özlemi gibi saf oldukları söylenemez. Bilakis yeniye eski üzerine kurmak isteyen bir dönemin yarattığı yapay nostaljik görünümlerdir (Nora, 2006: 23). Dolayısıyla nostalji, bireysel melankoliden sıyrılıp kolektif bir anlam kazanmıştır. Sanayileşme ve modernleşmenin gündelik hayata sızması, geçmişin yavaş ritimlerine, sürekliliğine ve geleneğe duyulan özlemi daha da artırmıştır. Aeron (2017: 15) da bugün nostaljiden bahsettiğimizde ne ifade etmeye çalıştığımızı sorar. Kelimenin ortaya çıktığı anlamsal bütünlüğünü, yani eve dair özlemi artık yansıtmadığını belirtmektedir. Geçmişte kalmış okul günlerini ya da eski Roma’yı, değişen bir mahallenin geride kalan seslerini ve komşuluklarını, artık mevcut olmayan bir yemeğin kokusunu ya da tadını nostaljik bulduğumuzu belirtmektedir. Şaşırtıcı derecede farklı biçimlerde kullanılabilen bu sözcük, özlemiden pişmanlığa uzanan farklı duygusal durumlar için uygun düşebilecek kapsayıcı bir kavram olmuştur (Aeron, 2017: 15).

Geçmişin bütünlüklü ve kırılgan olmayan hali özlemle anımsanırken ve pek çok durum nostaljik olarak betimlenirken bir taraftan da kaybetmenin kaygısı ile uğraşılır. Fransız antropolog Joel Candau (1998), günümüzde hafızaya dair takıntılı bir eğilim olduğunu belirtir (Aktaran Berliner, 2004: 199). Bahsettiği durum, kaybetmenin kaygısı ile başa çıkamamanın yarattığı bir kimlik sorunudur. İnsanlar çoğu zaman, bir şeyi kaybedene kadar neyi kaybettiklerine dair bir fikirleri olmadığını söylemektedirler, bu kimliğin sürekliliğini sağlayan nostaljinin bir özelliğidir (Davis'ten Aktaran, Milligan, 1998: 11). İmajların, bilginin, işaretlerin yoğun üretimi ise, toplumun anıyı iletme kapasitesini artırmak yerine yoğun kuşatmasıyla azaltmaktadır (Candau'dan Aktaran Berliner, 2004: 199).

Boym (2009: 88), modernitenin iki tür nostalji bakışını tetiklediğini öne sürer: yeniden kurucu nostalji ve düşünsel nostalji. Yeniden kurucu nostalji, zamanı fethetmek için ev-sıla imgelerini ve ritüellerini yeniden kurar; ancak ulaşmaktan ziyade anlatıma dökmek daha önemlidir. Düşünsel nostalji ise başka bir yerin ve zamanın hayali içindedir (Boym, 2009: 77). Her ikisi için de bireylerin hem sıra özlemi duydukları hem de yurtlarından sıkılıp kaçmak istedikleri söylenebilir (Boym, 2009: 90). Dolayısıyla nostalji, yer değiştirmelerle yaratılmak istenen, “insanın kendisine verdiği bir randevu” gibidir. Önemli olan belirli bir görüntünün hatırasını yakalamak, belirli bir ana özlem duymaktır (Boym, 2009: 89). Urry (1999), *Mekanları Tüketmek* kitabında bu durumu turizm endüstrisi bağlamında ele alır. Birey, kitleselleştirilmiş yer söylenceleri ile yer değiştirmeye davet edilmektedir (Urry, 1999: 198). Seyahat, sadece gündelik hayatın rutini dışında gelişen bir eylem olarak kalmaz, gündelik hayatın içinde yakın zamana ait nostaljiler üretmenin bir yoludur. Dolayısıyla Boym'un (2009) bahsettiği gibi önemli bir görüntüsünün hatırasını yakalamak, yuvaya dönme beklentisinden öte yaşanan bir ana dair özlem hissi oluşturmakla ilişkilidir. Yine de birey, kendisi için anlamlı olan bir yer ile bağını korumak ve kimliğinin sürekliliğini sağlamak üzere hatırlama ve anıları yaşatma eğilimindedir. Tezin *Bireysel Mekanı Yeniden Düşünmek* başlıklı ilk bölümünde felsefi, hümanistik, etnografik, modern ve postmodern bakış açılarının içinde bireyin mekanla kurduğu öznel bağı vurgulayan fikirler betimlenerek mekansal etkileşimin toplumsal olduğu kadar öznel deneyimlerle de ilişkili olduğu aktarılmaya

alışılmıştır. Bu deneyimin, modernleşmenin, küreselleşmenin, iletişim teknolojilerinin ortaya koyduğu yeni etkileşim ortamları ile dönüştüğü ifade edilmiş, “yerin sonu”, “yer olmayanlar”, “hiper uzam” gibi kavramlar aracılığıyla bireyin artık mekanla derinlikli bir bağ kurmadığını ne süren düşünceler aktarılmıştır. Öte yandan bireyin, kimliğinin bir uzantısı, bedensel deneyiminin erevesi ve anıları temellendirmesinin önemli bir aracı olmasıyla mekansal etkileşiminin farklı boyutları ortaya konmuştur. Tezin ikinci bölümünde ise, bireyin mekansal etkileşimini sürdürmesi sosyal medya bağlamında tartışılırken aynı zamanda söz konusu platformların mekansal hafızaya dair ne sağladığı da göz önünde bulundurulacaktır.

2. SOSYAL MEDYA VE MEKANSAL ETKİLEŞİM

Sosyal Medya ve Mekansal Etkileşim başlıklı ikinci bölümde öncelikle mekanların medya aracılığıyla aktarılması üzerinde durularak medyanın yerler ile kurulan ilişkiye ne getirdiği tasvir edilecektir. Sonrasında ise sosyal medyanın, mevcut ilişkileri değiştirip değiştirmede, konumların ve mekan fotoğraflarının sosyal medya platformlarında paylaşılmasının, hem bireyin yer deneyimi ve bağı için hem de diğerleriyle kurduğu etkileşim için ne sağladığı tartışılacaktır. Birey, gerçekten de “yersizleşme” üzerine düşüncelerde bahsedildiği gibi önemini yitiren mekanlar karşısında bağ kurmaya kalkışmadan geçip gitmekte midir? Sosyal medya da bu tüketimsel ilişkiyi mi desteklemektedir? Yoksa konumların bildirilmesi ve mekana dair imajların paylaşılarak arşivlenebilmesi, saklanabilmesi, diğerlerine gösterilmesi ile aslında mekanla kimliksel bağı, hafıza ilişkisini koruyacak alternatif bir yol mu oluşturmaktadır? Bu düşüncelere temel oluşturabilmesi için siber mekan, sanal mekan gibi fiziksel mekanların alternatifi olabileceği vurgulanan bilgisayar dolayımı mekanlara ilişkin düşüncelere de yer verilmiş; ancak bahsedildiği gibi bir kopuşun söz konusu olmayacağı, bilakis iki ortam arasında karşılıklı, kesilen, içe içe geçen bir ilişki olduğu “üst mekan” nitelemesiyle ifade edilmiştir.

İkinci bölüme ilişkin hatırlatılmasında yarar olan bir diğer konu ise tezin öğrenci değişim programına katılmış bireylerin mekansal etkileşimleri üzerine olan sahası ile ilgilidir. Öğrenci hareketliliğine dayanan bu programlar, geçici bir süre bireylerin başka bir yerde yaşamalarına fırsat sunduğundan aslında bir nevi öğrenciyi geçici süreliğine turist konumuna getirmektedir. Ancak birey, uzun bir süre gittiği şehirde bir yaşam kurmaya çalıştığından yer ile turist deneyiminden farklı bir ilişki kurabilmektedir. Buna karşın sahada mekansal etkileşim süreci, öncesi, sırası ve sonrası biçiminde kategorize edilmektedir; başlangıç aşaması olan öncesi dönemi ise turistin mekanla olan etkileşimine benzer bir araştırma süreci, mekan fotoğrafları ile karşılaşma, gidenlere danışma gibi adımları kapsamaktadır. Ayrıca birey orada olduğu süreçte tecrübesini bir

turist gibi fotoğraf çekerek kaydetme eğilimindedir. Bu yüzden ikinci bölümdeki literatür taramasında turizm çalışmalarının birey-mekan etkileşimini ortaya koyan kaynaklarından da (Urry, 1999; Urry ve Larsen, 2011; Lester ve Scarles, 2016) faydalanılmıştır.

2.1 Medya Aracılığıyla Aktarılan Mekanlar

Medyanın mekanlara dair sunmuş olduğu içeriklerin, görsellerin bireylerin dünyayı görme biçimlerini belirlediğini, çünkü insanlar, yerler ve olaylar hakkında sürekli bir görüntü ve bilgi hareketliliği sağladığını söylemek mümkündür (Couldry ve McCarthy'den Aktaranlar O'Connor ve Kim, 2013: 13). Zimmermann (2007: 63) ise coğrafyanın, dokümantasyonla, yön belirlemeyle ve temsil oluşturmaya bütünleşik görsel bir disiplin olduğunu söylemektedir. Fotoğraflar, resimler, filmler, manzara çizimleri, gezi tasvirleri, haritalar, küreler, coğrafyanın görselliğini çerçeveleyen araçlardır. Bu yüzden medyanın ve coğrafyanın birbiri ile çok da ayrık disiplinler olmadığı ifade edilebilir. Medya mekanların temsil edilmesine izin veren bir araçtır.

Tezin *medya aracılığıyla iletilen mekanlar* başlığında medyada mekanların temsil edilmesinin bireyin mekan ile kurduğu etkileşime ne sağladığı, mekanı deneyimleme biçimi olarak fotoğraf çekmesi ve temsillerin üretimine katkı sağlaması, son olarak da sanal mekanların bu döngüde nereye yerleştiği tartışılacaktır.

2.1.1. Medya ve Mekan İlişkisi

Meyrowitz (1985: 116), iletişim ve ulaşımın, geçmişte eş anlamlı olduklarını, çünkü eskiden bir ülkenin iletişim kanallarının demiryolları, deniz hatları, karayolları olduğunu belirtmektedir. Mesafelerin getirdiği fiziksel sınırlar bu araçlarla aşarak enformasyonun hareketi sağlanmaktadır. Carey (1998) de iletişimin aktarım işlevi üzerinde durarak uzaklar ve insanlar üzerinde kontrol sağlanması gibi beklentileri karşıladığını belirtmektedir (Aktaran Timisi, 2003: 51). Telgraf ve daha sonra basılı medyanın ortaya çıkması ile birlikte, enformasyonun farklı yerlere erişimi kolaylaşmıştır; iletişim artık seyahatin ya da ulaşımın muadili olduğu bağlamdan çıkmıştır (Meyrowitz, 1985: 118). Çünkü “mesaj, objelerin fiziksel hareketinden

ayrılmış ve aynı zamanda iletişime fiziksel süreçleri aktif olarak kontrol etme olanağı sağlamıştır.” (Carey’den Aktaran Timisi, 2003: 53). Gelişen teknoloji ile birlikte, bir yerdeki bilgi, ortaya çıktığı bu yerden çok daha uzak yerlere, mekansal ulaşımın sınırlamaları olmadan hızlıca iletilebilmektedir. Ancak yerleri, iletişim sürecinin göndericisi ve alıcısı gibi yorumlayan bu bakış, yok sayma eğilimini de içinde barındırmaktadır. Appadurai (1996: 29), ne zaman küresel köyden bahsetmek üzere baştan çıksak, medyanın yer hissi olmayan topluluklar yarattığına dikkat çektiğimizi belirterek madalyonun başka tarafına dikkati çeker: “Global kültürel sistem ortaya çıkıyor gibi görünse de dirençleri, ironik durumları, pasif kalarak kamufle olmayı ya da Asya’nın batı dünyasına ilişkin sonsuz iştahını içinde barındırmaktadır.” (Appadurai, 1996: 29). Dolayısıyla medyanın yer hissi olmayan topluluklar yaratmasından ziyade fikirlerin, imajların, sermayenin, teknolojinin yayılımı içinde yerel olanın yeniden üretilmesi söz konusudur.

İlk bölümde de aktarıldığı gibi, global kültürel akışın dinamiklerinden biri olarak medya uzamı, ticari malların, dünyadan haberlerin, politikaların bir karışımını, geniş bir imajlar ve anlatılar repertuarı ile sunar. Gerçek ve kurgu manzaraların iç içe geçmesini beraberinde getiren medya sistemi, izleyicilerini metropoliten hayatın deneyimlerinden uzaklaştırarak daha çok estetik, hatta fantastik nesnelerin oluşturduğu hayali dünyaların perspektiflerine, diğerlerine doğru götürmektedir (Appadurai, 1996: 29). Kim (2012) de, medya aracılığıyla bir mekanın veya bir ülkenin görselleştirilmiş imgelerinin ve temsillerinin tüketilmesinin, bireyin bahsi geçen mekana dair bazı temel algılarını oluşturduğunu ve böylece orada gerçekten bulunduğu neler yaşayacağına dair beklentilerini ve hayallerini biçimlendirdiğini söylemektedir (Aktaranlar Scarles ve Lester, 2013: 14). Zimmermann (2007: 64) da fimlerin dünyayı ekrana taşımasının, böylece başka yerlerin, kültürlerin izleyenlerin gözüne ilişmesinin kimliğe, değişime, hareketliliğe dikkat çektiğini vurgulamaktadır. Bu durum ise, diğerlerini tanımayı, hareket isteğini, göç olgusunu tetiklemektedir (Appadurai, 1996).

Uluslararası hareketliliğin bir türü olan seyahat, fotoğrafların kitlesel üretiminden önce yabancı ve alışılmamış olanla karşılaşmak (Mc Luhan’dan Aktaran Stevenson,

2008: 208) iken bugün böylesi bir bilinmezlikle ilişkilendirilmesi oldukça zordur. Çünkü gazetenin seyahat sayfaları Büyük Kanyon'u veya Eiffel kulesini konu edindiğinde yabancı olanın niteliği farklılaşmaktadır. Elektronik iletişim araçları dünyanın görülür hale gelmesini sağlamıştır (Stevenson, 2008: 208). Medya, bir yandan yerlerin önemsizleşmesinin bir etkeni gibi görülürken diğer yandan kişinin bulunduğu yer dışındaki yerleri görmesinin, öğrenmesinin ve buralar hakkında hayaller kurmasının bir aracı olarak düşünülmüştür. Görsel medya ise “bireylerin dünya hakkında coğrafik bilgiye erişmelerinin en temel yoludur.” (Rogoff’tan Aktaran Zimmermann, 2007: 63)

Urry de (2009: 246–247) küreselleşme sürecinde bir yerlerde saklı kalmış mekanların ve onların görsel imgelerinin özellikle küresel TV ve internet aracılığıyla “icat edildiğini”, “pazarlandığını” ve “dolaşıma” sokulduğunu anlatmaktadır. Bu imgelerin dolaşımı ise “yerkürenin uzaktan seyredilen bir nesneymiş gibi algılanması” düşüncesini daha da güçlendirmiştir (Franklin, Cury ve Stacey’den Aktaran Urry, 2009: 247). Ayrıca mekanlar, sadece ekrandan seyredilmez. Urry (2009), mekanların deneyimlenmesinin de seyretmeye dayalı bir eylem haline dönüştüğünü anlatmak için “turist bakışı” kavramını kullanmaktadır. Bu bakışın kapsadığı diğer bir mekanı görme ilişkisini ise “medyatikleştirilmiş bakış” terimi ile aktarmaktadır. Medyatikleştirilmiş bakış, “medya aracılığıyla meşhur olmuş belli mekanların seyredilmesini anlatan kolektif bir bakıştır.” (Urry, 2009: 262). Medyada yer etmiş belli olayların, filmlerin mekanları, bu bakışın çerçevelerini oluşturmaktadır.

Meyrowitz (1985: 144) de medyanın, izleyicileri fiziksel konumlarından uzaklaştırıp diğer insanların ve fiziksel çevrelerin yer aldığı alternatif görüntüler karşısında nasıl konumlandığını sorgulamaktadır. İnsanlar dünyayı, fiziksel lokasyonlarına ya da geleneksel grup bağlarına bakmaksızın, diğer yerlerden ve diğerlerinin bakış açılarından nasıl görülüyorsa öyle deneyimleyebilmektedirler. Ancak Meyrowitz (1985: 145), burada elektronik medyanın, insanlara farklı mekanları göstermesinden ziyade bir homojenizasyon yaratmasından söz etmektedir. Yani birbirinden oldukça uzak yerler, aynı ortamlarmış gibi yaşanabilir; bu durumda bilinmeyen yerler gizemini kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Hatta bu

süreçte taşıdıkları kimliksel öğeler de silinerek yok olabilmektedir. Kimliğini yitirmiş böylesi bir yer Relph'in (1976), "yersizleşme" ve "otantikliğini yitirme" gibi terimlerle karşıladığı duruma denk düşmektedir. Bir yerin otantikliği, o yerin nasıl deneyimlenmesi gerektiğine dair yapay, sosyal ya da entelektüel modaların aktardığı temalar olmaksızın, yerin tüm kimliğini kapsayacak şekilde gerçek ve direkt olarak tecrübe edilmesiyle anlaşılabilir (Relph, 1976: 64). Ancak medya, otantik yerin niteliklerini silikleştirerek homojen yerlere çevirmekle kalmaz, ayrıca deneyimlenme biçimlerini de aynılaştırmakta ve yavan ihtimaller üzerine kurgulamaktadır (Relph, 1976: 90).

Öyleyse mekanların görsel temsillerinin aktarılmasında önemli bir mecra olan medyanın, mekana dair belirli kabullerin üretilmesine ilişkin bir anlam üretim sürecini desteklediği söylenebilir (Relph, 1976; Meyrowitz, 1995; Urry, 2009; Stevenson, 2008). Kitlesel iletişimin bireyin davranışlarını biçimlendirdiği gibi kesin bir sonuca varmanın, izleyicinin etkinliğini yok saymak olarak yorumlayan Castells (2005: 451), yine de kitle iletişim içeriklerinin bireyin imge çerçevesinde yer ettiğini belirtmektedir. Yani kitle iletişim araçları, zihnimizin işleyeceği hammaddeyi sağlayarak bilincimize ve davranışlarımıza yön verebilir (Castells, 2005: 451). Bruner, iyi eğitilmiş bir turist kafilesine rehberlik ettiği sırada işittiği ve aklından hiç çıkmayan bir tepkiyle, bu görsel hammaddenin dile gelişini aktarmaktadır: "Fakat ben bunu gördüm." (Aktaran Urry ve Larsen, 2011: 187). Ona göre deneyimin turistik modu öncelikli olarak görseldir, orada bulunmak ve orayı görmek, sadece orada var olmayı gerektirmektedir. Ancak turist görme ilişkisini medyadan sağladığı imajlarla kurmuştur ve orada bulunarak bunları doğrulamıştır (Aktaran Urry ve Larsen, 2011: 187). Ancak bu bakış açısı, bireylerin her mekan için aynı anlamı ürettikleri ve bu mekanları benzer şekillerde deneyimledikleri gibi düşünceleri beraberinde getirir. James Boswell (1968) ise aksine, aynı yerlerin ilginç bir biçimde her bireye farklı geldiğini belirtmektedir. Boswell (1968), bunu sadece bireyin yerleri, kendi zaman-mekan setiyle deneyimlemesine dayandırmaz, aynı zamanda her bireyin kendi kişiliği, anıları, duyguları ve niyetlerini ile yerleri deneyimlediğini ve ayrıştırdığını vurgulamaktadır (Aktaran Relph, 1976: 56).

Lester ve Scarles'a göre (2016: 2) endüstri tarafından yaratılmış ve harekete geçirilmiş mekanlara dair tüketime dönük algıları bir kenara bırakırsak, medyanın üreticilerin mekan kavrayışlarını sunan tek taraflı bir süreç olmadığını, turistlerin de sorgulamaksızın bu içerikleri tüketmediğini söylemek daha kapsayıcı bir yaklaşım olacaktır. Medya aracılığıyla iletilmiş her pratiğin ve sürecin, yer, mekan ve kendilik arasındaki ilişkileri harekete geçirici bir potansiyel taşıdığını söylemek mümkündür (Lester ve Scarles, 2016: 2). Ancak bireyin deneyimini kayıt altına aldığı fotoğrafın bahsedildiği gibi bireysel olup olmadığı, daha önce medyadan gördüğü imajların mekanın fotoğrafik aktarımındaki belirleyiciliği tartışılması gereken sorunsallardır.

2.1.2 Mekanların Fotoğraflar Aracılığıyla Aktarılması

Berger (1972), yaşadığımız mekanları anlamamız ve zihnimizde yapılandırmamız için görselliğin önemli bir araç olduğunu ifade etmektedir. Bir yere geçici bir süre için gitsek bile orayı anlamlandırırken ihtiyaç duyacağımız şey yine bu görsel bağ olacaktır (Aktaran Robinson, 2013: 157). Çünkü Lynch'in (2016: 4) de belirttiği gibi bireyler, hem duygusal hem de pratik sebeplerle yabancıları oldukları bir mekan için ivedilikle bir çevresel imge oluşturma eğilimindedirler. "Bu imge ise hem anlık duyuların hem de geçmiş deneyimlerin ürünüdür." Ancak bu görme ilişkisinin bir kent meydanında, sokakta ya da bir mekanda kurulması gibi bir şart söz konusu değildir. Bir fotoğraf da bu ilişkinin öncülü olabilir.

Despard (2015: 2) Brighenti'den ödünç aldığı, sosyo-politik, kültürel, algısal süreçleri bir araya getiren "görülebilirlik" (*visibility*) kavramı ile kamusal bir mekanın fotoğrafının, olası sosyal ve çevresel ilişkilere dair bir tasvir sunduğunu vurgulamaktadır. Buna karşın Sontag (2010: 28), fotoğraflar aracılığıyla gördüğümüz dünyanın, birbirinden alakasız bir dizi parçacığa denk düştüğünü söylemektedir. Bu yüzden fotoğraf kendi başına herhangi bir şey hakkında açıklama sunmaya yeterli değildir, bireyi spekülasyonlar üretmeye, fanteziler kurmaya davet etmektedir (Sontag, 2010: 28). Birey yine de tecrübesini görme biçimine çevirme arzusu ile bu fotoğrafik temsillere yenilerini ekler (Sontag, 2010: 30). Bu arzuyu takip eden diğer bir eğilim ise fotoğrafı sergilemek, başkalarına göstermektir.

Bireylerin seyahat deneyimlerini dolayısıyla mekanları fotoğraflama ve paylaşma pratikleri, turizm çalışmaları kapsamında iki ayrı eğilimle ele alınmaktadır. Oluşturulan cazibe mekanlarına ziyaretçi çekmek üzere simgesel kompleksler yaratılması (MacCannell, 1976; Percy, 1975; Urry, 1990) olarak özetlenebilecek mekanların tüketilmesi yaklaşımı fotoğrafı yorumbilgisel bir döngü üzerinden değerlendirir. “Yorumbilgisel döngü”ye (*hermeneutic circle*) göre, birey daha önce gördüğü mekan imajlarını takip ederek bulur, yeniden fotoğraflar ve ziyaretin gerçekleştirildiğine dair bir kanıt olarak başkalarına sunarak döngüyü tamamlar (Osborne’dan Aktaran Urry ve Larsen, 2011: 193). Ancak bireyin mekan ile kurduğu ilişkiyi önceden üretilmiş imajlar, kaydedilmiş işaretler ve yerlerden ibaret bir görme şekli olarak yorumlamak turisti pasifleştirdiği gibi imajları da donuk bir bağlama taşımaktadır (Larsen, 2006: 249). Yorumbilgisel döngü yaklaşımının bir uzantısı biçiminde ele alınabilecek “temsil döngüsü” (*circle of representation*), ise bireylerin kendi kişisel deneyimlerine göre söz konusu görüntüleri farklı yargılarla yorumlayabileceklerini kabul edilmektedir (Robinson, 2016: 158). Ancak yine kitle medyası tarafından destinasyonlara dair imajların kolektif olarak yansıtıldığını varsayar (Jenkins, 2003: 308). Turist, tüketilmek üzere yaratılan ikonları ya da dikkatin üzerinde olduğu yerleri fotoğraflayıp diğer bireylerin bakışlarına sunmaktadır (Jenkins, 2003: 308). Crang (1999) bu bakış açısını, “yerleri yaşanan gerçek yaşamdan süzerek ölü bir coğrafyaya çevirmek” ile eleştirmektedir (Aktaran Larsen, 2006: 249). Çünkü birey, tezin ilk bölümünde aktarıldığı gibi bulunduğu mekanı sadece görmez, aynı zamanda bedeni ile deneyimler.

Bireyin daha aktif bir bağlam içerisinde yorumlandığı diğer yaklaşım ise performans, deneyim, etkileşim gibi sosyal katılımın öğelerini de fotoğraf çekme pratiğine dahil etmektir. Urry ve Larsen da (2011: 190) *Tourist Gaze: 3.0* kitaplarında, turizmin yapmak, dokunmak gibi sadece görmeye dayanmayan yeni metaforlara ihtiyacı olduğunu ve bu metaforların performanslar etrafında biçimlendiğini belirtmektedirler. MacCannell’ın (2001) belirttiği gibi Urry’nin *turist bakışı* konsepti, haklı yönleri olsa da gözden kaçırdığı ikinci bir bakış vardır. Çünkü MacCannell’in ikinci bakış diyerek nitelediği turist davranışı, görmenin inanmaya eş

değer olmadığının, her bir bakışta, resimde kaçırılan bir şeyler olduğunun farkındadır. İkinci bakış, sıra dışı olandan ziyade beklenmeyenin, gerçekliği görme şansı verecek nesnelerin ve olayların peşindedir (Aktaran Jenkins, 2003: 311). Yani Goffman'ın gündelik hayatı sahne önü ve arkası biçiminde değerlendirmesi gibi her bir durumun arkasında başka bir anlam olabileceği düşünülmektedir. Performansın geri dönüşü, Goffmancı bir perspektifle turist bedenini, psikobiyojik, anlatımcı ve sosyal bir varlık olarak düşünür (Urry ve Larsen, 2011: 192). Dolayısıyla fotoğraf, bu perspektifle mekanları tüketmekten çok üretmekle ilgilidir. Bireyler, mekanlara dair pratiklerinin bir kısmını sahnelemek, izlenim oluşturmak, kendilerine dair anlatılar yaratmak gibi sebeplerle fotoğrafı performansa dayalı bir bağlama yerleştirmektedirler (Larsen, 2006: 250–251). Mekanların görsel tüketimine dönük de olsa performans kaygısıyla da çekilse Sontag'ın (2010: 30) da dediği gibi “günümüzde her şey bir fotoğrafta sona ermek üzere vardır.”

Robinson'a göre, seyahat edenlerin ya da yaşadıkları yerden başka bir yere gitmiş kişilerin neden fotoğraf paylaştığını anlamak için, öncelikle bu kişilere fotoğrafın ne ifade ettiğini düşünmek gerekmektedir (Robinson, 2016: 165). Fotoğraf makinası, 19. yüzyılın sonlarına doğru kitlelerin kullanımına sunulması ile birlikte önemli bir hafıza aracı olarak kabul görmüştür (Bushey, 2014: 35). Öyle ki Kodak da fotoğrafı ticarileştiren bir kurum olarak bize kaydedilmemiş bakışların ve hafızanın buharlaşıp gideceğini öğretmiştir (Urry ve Lansen, 2011: 180). Her şeyin büyük bir hızla tahrip olduğu, dönüşüme uğradığı bir süreçte kitlelerin kullanımına sunulan fotoğraf makinesi de bu öğrenilmişliğin bir sonucu olarak “kaybolmakta olan şeylerin kaydını tutan bir cihaz olarak belirmiştir.” (Sontag, 2010: 19). Dolayısıyla bugün, yıkılmış mahallelerin, canlılığını kaybetmiş kırsal alanların fotoğrafları, “geçmiş cebimize sığdırmaktadır.” Fotoğrafa düşen, kaybedilmiş geçmişin yarattığı kaygıyı görece dindirmektir (Sontag, 2010: 19). Fredrich A. Kittler, Andre Bazin, Walter Benjamin, and Roland Barthes gibi isimler de fotoğrafı, zaman içinde anıları koruma kabiliyeti ile ilişkilendirmişlerdir (Aktaran Murray, 2013: 173). Hafıza, tarih, yok olan ve kaybedilen de bu bağlamda, fotoğraf çekme pratiği kapsamında tartışılan konular arasındadır (Aktaran Murray, 2013: 173). Öyleyse fotoğraf makinasından beklenen, kısa süreli, geçici durumları ya da

olayları kalıcılaştırması ve sonsuz hafızaya ulaştıran bileti sağlamasıdır (Haldrup ve Larsen, 2003: 41).

Geçici bir durum olarak nitelendirilebilecek seyahat de Crang'e göre, aslında kendisi için deneyimlenmekten çok gelecekte hatırlanacak bir anı yaratmak içindir (Aktaran Haldrup ve Larsen, 2003: 27). Anıları imajlar biçiminde kayıt altına alma isteği ise, turisti fotoğraf çekmek üzere harekete geçirmektedir (Urry ve Larsen, 2011: 180). Turist böylelikle önemli ve eğlenceli olayları korurken aynı zamanda da ilginç, egzotik ve farklı olanı elinde tutmaya çalışır (Cohen'dan Aktaran Urry ve Larsen, 2011: 179). Aynı şekilde Marwell (1996) de, fotoğraflamak üzere özel görüntüler seçebilme kabiliyetinin, turiste bir dereceye kadar deneyimlerini geri getirmek üzere somut kanıtlar sağladığını belirtmektedir (Aktaran Robinson, 2013: 165). Dolayısıyla fotoğrafın ve seyahatin birbirini destekleyen ve iç içe geçmiş kavramlar olduğu söylenebilir. Yaşadığı yerin uzağında bulunma fırsatı yakalamış birey, deneyimini hatırlamak üzere kaydetme eğilimindedir.

Fotoğraf çekme isteğinin bir diğer sebebi ise fotoğrafın, orada bulunmuş olmanın bir kanıtı niteliğinde olmasıdır (Sontag, 2010: 12). "Fotoğraf, birisinin gerçekten orada bulunduğunun, dağın o kadar büyük olduğunun, kültürün gerçekten de resimsel olduğunun ya da gerçekten iyi zaman geçirildiğinin belgesidir." (Urry ve Larsen, 2011: 179). Turist, bu fotoğrafları orada bulunduğu sırada kendisi için çekiyor olsa da başkaları ile paylaşması söz konusu kanıtı daha inandırıcı kılmaktadır. Dolayısıyla seyahat arkadaşlara ve aileye oranın fotoğraflarının gösterilmesi ile tamamlanmaktadır (Urry ve Larsen, 2011: 179).

Dijck'e (2010: 407) göre, fotoğraf paylaşmak ve deneyim paylaşmak birbiri ile aynı anlama gelebilecek pratiklerdir ve her ikisi de hayat hikayeleri anlatmaktan bahseder. 90'lı yıllara kadar, basılmış fotoğrafların ve dolayısıyla da hikayelerin aile ve arkadaşlardan oluşan sosyal halkalara iletilmesi, daha sınırlı bir çevreyle deneyim paylaşmanın bir biçimi olmuştur (Dijck, 2010: 407). Şipşak fotoğraflardan oluşan koleksiyonlar, aynı zamanda bireyin hayatından mutlu anların ve pozitif deneyimlerin kayıt altına alındığı resmi anlatılardır (Stalker'dan Aktaran Robinson, 2013: 165).

Ancak Hardrup ve Larsen’a (2003: 38) göre, bu fotoğraflık anlatılar, hesaplanmış hafızalardır; yani bireyin nasıl hatırlanmak ve yerleri hatırlamak istediğini bağlı olarak yine kendisi tarafından oluşturulmaktadır. Van Djick (2007), bireyin fotoğraf çekildiği sırada idealize edilmiş bir kimlik sunmak üzere gülümseyerek poz verip süreci etkilemeye çalışması gibi gelecekteki anılar için de aynı çabayı sarf ettiğini belirtmektedir (Aktaran Merchant, 2013: 182). Dolayısıyla kameranın varlığı, gelecekte hatırlanmak istenen anıları daha heyecan verici bir hale sokarken bireyin o anki davranışlarının da değişmesini teşvik etmektedir (Merchant, 2013: 182). Ayrıca fotoğraf, kişinin kendini aktarmasının bir biçimi olarak sevdiği yerleri betimleyebilmesine aracı olmaktadır. O yüzden estetik bir kaygı ile bu temsilleri yaratıp sevdiği şeylere dikkat çekmeyi amaçlamaktadır (Urry ve Larsen, 2011: 179). Hsiu-yen Yeh (2009), sosyal kimliklerin oluşturulmasında ve sürdürülmesinde turistik mekanların anlatılar ve hikayeler ağı ile donatıldığını ifade etmektedir (Aktaranlar Urry ve Larsen, 2011: 179). Fotoğraf çekmek yaşananın kaydedilmesini sağlarken paylaşmak ise hem deneyimin bir ispatı hem de sosyal etkileşim materyalidir. Dolayısıyla bir önceki başlıkta belirtildiği gibi bireyin mekanla kurduğu görsel ilişkide kişisel deneyimini referans aldığını, benlik anlatısı oluşturma bir yolu olarak çektiği fotoğrafları paylaşmak istediğini ve bu şekilde sosyal etkileşimi için bir bağlam yarattığını söylemek mümkündür. Ancak söz konusu durum, sanal alanlardaki mekan temsilleri için yeniden göz önünde bulundurulmalıdır. Kim (2013: 263–264), farklı uygulamalar, hizmetler ya da arayüzler ile sunulan bilgisayar dolayımı mekan temsillerine erişimin, mekanların tüketilmesine yönelik bakışları değişime uğrattığını belirtmektedir. Bilmenin, deneyimlemenin, düşüncelerin ve anıların sıralanma, arşivlenme, iletilme, yayılma ve manipüle edilme biçimleri değişmektedir.

Timisi (2003: 151), teknoloji kullanıcısı konumundaki bireyin, televizyon gibi araçlarla görme sınırlarının genişlediğini hatırlatırken yapay gerçeklik, yapay çevre, çoğaltılan gerçeklik, benzeşim, siber mekan kavramlarının da aynı bağlama oturduğunu aktarmaktadır. Birey, bu ortamlardaki temsillerle, belki yine kitle iletişim araçları aracılığıyla yaşadığı gibi uzaklardaki deneyimlere ortak olur, ancak bu deneyim Reid’in belirttiği gibi “bireyin içkin zihinsel kurgusu ve teknolojinin bu kurguyu ortaya çıkarıcı

temsillere izin veren yapısıyla” düşünölmelidir (Aktaran Timisi, 2003: 151). Reid, sanal gerçekliğin bireyin kendi imgelem dñnyasına göre yeniden kurgulandığını anlatmak üzere bunu vurgulamış olsa da benzer bir yaklaşım siber mekan için de söz konusu olabilir. Gerçekliğin bilgisayar dolayımı bir ortama aktarılması olarak ifade edilebilecek siber mekan, mekanların temsili ve bireyin bu mekanları deneyimlemesi için yeni bir alan yaratmaktadır. Sosyal medyanın mekansal etkileşimde bir araç olarak hangi işlevleri gördüğünü tartışmadan önce, dahil olduğu daha büyük bir yapının, siber mekanın etrafında şekillenen görüşleri değerlendirmek yerinde olacaktır.

2.1.3 Fiziksel Mekandan Siber Mekana: Bir Üst Mekan

İletişim teknolojilerindeki mevcut ilerlemeler, tekno-belirlenimci bir perspektifle yorumlanarak mekansal sınırlamaların olmadığı, küresel ilişkilerin uzamdan bağımsız gerçekleştiği bir bağlamla ilişkilendirilmiştir (Graham, 1998: 168). Modern öznel ve iletişim ağları arasındaki etkileşimin, zamanın ve mekanın sınırlayıcılığından kopup anında ve sürekli üzerimize akmasıyla aktarılabilecek Mc Luhancı (1967) bakış, tezin ilk bölümünde de ele alındığı gibi, bahsi geçen kopuşu teknolojik gelişmelere dayandırmıştır (Stevenson, 2008: 206). Giddens (1990), zamanın ve mekanın yerel etkileşimin bağlamlarından kopması ile toplumsal sistemlerin yerinden çıktığını iddia etmektedir. Harvey (1997) de benzer bir izlekle mekanı kat etmenin azaldığı zaman ile yaşanan “sıkışma”ya odaklanmıştır.

Mekanın, iletişim teknolojileri ile önemini yitirmesi bağlamında ilerleyen bir diğer düşünce akımı ise, coğrafi bir yerin özelliklerinin üç boyutlu sanal gerçekliğe aktarılması ile mekanın fiziksel gerçeklikten sıyrılması üzerinedir (Graham, 1998: 168). 90’lı yıllarda internetin mekansal terminolojide nasıl tanımlanabileceğine dair tartışmalarda “siber mekan” kavramı öne çıkmaktadır (Jensen, 2010: 123). Gibson (1984), siber mekanı, “her millette, milyarlarca yasal operatörün matematiksel kavramları öğrenen çocukların deneyimlediği rızaya dayalı bir halüsinasyon” olarak tanımlamaktadır (Aktaran Jensen, 2010: 123). Batty (1993) ise, siber mekanı duyularımızla doğrudan görünmeyen yeni bir alan biçiminde betimlerken fiziksel

mekanın kendisinden daha önemli hale gelebilecek, geleneksel coğrafi mekanın üzerinde, arasında, içinde katmanlaşmış bir tasvir sunar (Aktaran Graham, 1998: 165).

Benzer şekilde Jones'a göre, bilgisayar dolayımı ile iletişim, insanların toplumsal ilişkiler kurmak üzere bir araya geldikleri bir yer ve bu yere girmek için kullandıkları bir araçtır (Aktaran Timisi, 2003: 149). Jones'ın bakış açısında, sanal mekan, gerçek mekanlarda kurulan toplumsal ilişkilerin benzerlerinin kurulmasına aracı olan bir alanı tasvir etmektedir. Böylece fiziksel mekanların insanları bir araya getirme işlevi daha geniş bir bağlama taşınmıştır. Ancak fiziksel ve sanal arasında kurulan bir ilişkiden çok iki ayrı dünyanın kopukluğu vurgulanmaktadır.

Jensen (2010: 123) bugün sanal ve fiziksel ayrımının böyle bir bakışla düşünülemeyeceğini aktarsa da hala gündelik dilde “çevrimiçi oluyorum”, “internette ara” gibi deyişlerle aslında bu konseptin sözel aktarımlarda sürdürüldüğünü ifade etmektedir. Ancak söz konusu ifadeler, pek çok niteliğini mekana özgü terimlerden almıştır. Siber mekanın en önemli araçlarından biri olan internetin ne olduğunu ifade etmek ve görselleştirmek üzere, elektronik sinyallerden, temsilin, bilginin ya da değişimin kodlarından ziyade yer metaforları kullanılmaktadır. Web sitesi, bilgi otoyolları, sanal topluluklar, sanal şehirler, web sörfü, fiziksel mekandaki bireylerin yer terminolojisine göndermede bulunmaktadır (Aktaran Graham, 1998: 166). Bu durumun nedenleri arasında kavranması kolay olmayan bir alanın tanıdık terimlerle ifade edilmesi (Sawhney, 1996); internetin, sosyal ve kültürel etkileşime, paranın, hizmetlerin, bilginin, emeğin akışına izin veren karmaşık sisteminin aktarılması, fiziksel-sanal ikiliğinin aksine siber mekanın, gündelik hayatın yerleri, materyal ve sosyal mekanlar ile hayal edilebilir işleyişi bulunmaktadır (Aktaran Graham, 1998: 166).

Siber mekan ile gündelik hayatın mekanları arasındaki düşünsel ilişki, gerçekliğin yerini tutup tutmadığı, anlamlarının sosyal mekanlara bağlı olarak üretip üretilmediğine göre değişmektedir. Yerini tutma taraftarı, determinist, teknolojik ütopyacı yaklaşımlar, teknolojiyi modernitenin cesur dünyasının yaratılmasının ve ilerlemenin aracı olarak gördüklerinden total bir kırılmayı savunurlar (Graham, 1998: 171). Fiziksel mekanla melez bir ilişki kurulduğu etrafında şekillenen düşünceler ise, birbiri ile kesişen iki

dünya arasında yaşadığımızı (Batty ve Miller, 2000), siber mekan ile yerlerin dinamik ve karşılıklı olarak birbirini yapılandıran bir süreç ile bağlı olduklarını vurgulamaktadır (Aktaranlar Zook ve Graham, 2007: 468). Mitchell (1995), şehir mekanlarında harç ve tuğla ne kadar önemliyse kodların da aynı şekilde temel olduğunu, fiziksel yollar bir şehirde ne anlama geliyorsa elektronik bağlantıların da böylesi bir işleve karşılık geldiğini belirtmektedir (Aktaranlar Zook ve Graham, 2007: 467). Elektronik ağların uzama yayılması, Castells'in (2005) "akışlar uzamı" olarak nitelendirdiği perspektifin önemli bileşenlerinden biridir. Yapısal mantığı, küresel sermayenin, düşüncelerin, hizmetlerin sınırları aşan yayılımına dayandığından mekansız gibi görünen akışlar uzamı, aslında mekansız değildir (Castells, 2005: 549). Castells'in terminolojisiyle, "mekanlar ortadan kaybolmazlar; ama mantıkları ve ne anlama geldikleri ağ tarafından hazmedilmektedir."(Castells, 2005: 548). Yani demiryollarının ekonomik bölgeleri ve ulusal piyasaları belirlemesi gibi, teknolojik altyapı da, mimarisi ve içeriğiyle yeni uzamları, gücün uzama dağılımını, merkez ve limanların oluşmasını tayin etmektedir (Castells, 2005: 548–549).

Son yıllarda kodlar ve gündelik hayatı iç içe geçiren, siber uzamın ve fiziksel mekanın bileşimini ortaya koyan baskın düşüncelerden biri de Lev Manovich'in (2005) "artırılmış mekan" kavramlaştırmasıdır. Artırılmış mekan fikri, farklı yerlerden veri çekme potansiyeli taşıyan fiziksel mekanların, veri merkezi olmalarına dayanmaktadır (Manovich, 2005: 227). Öyle ki değişen bilginin dinamizmi ile çevrelenmiş bu mekanlar, hem gözetim mekanizmaları ile donatılarak bir yerde olup biten her şeyin kaydının tutulduğu ve aktarıldığı alanlardır hem de ekranların, ara yüzlerin yerleştirildiği alanlar olarak içeriğin dağıtılmasının da aracı olmaktadır (Manovich, 2005: 220–224). Böylelikle fiziksel mekan, daha önce sahip olduğu boyutlardan çok daha fazlasına sahiptir. Gözetleme, monitörler ve sensörler ile artırılarak mekana yeni boyutlar eklenmektedir (Manovich, 2005: 220–224).

Kodun ve mekanın kesiştiği diğer bir kavram ise "dijimekan" (*digiplace*) dır. Dijimekan, mekanın maddi ve sanal sosyal süreçlerden oluştuğu, dolayısıyla bu pratikleri inşa ettiği kabulüne dayanmaktadır. Ağa bağlı bireyler, yerel çevre hakkında

bilgi bulutları arasında gezinirken, dijital ve fiziksel alan birleşmektedir (Aktaranlar Zook ve Graham, 2007: 468). Dijimekanın en popüler örneklerinden biri Google Maps'tir. Daha önce yeri kategorilere ayırma çabalarının en yeni formlarından biri olarak bilgiyi ve yeri kesiştirmektedir (Zook ve Graham, 2007: 469). Amin ve Thrift (2002), artık şehirlerin daha önce olmadığı kadar konumlanmış, sabitleştirilmiş ve yönlendirilmiş olduğunu belirtmişlerdir, posta kodları, haritalar ve diğer bir mekanı yere dönüştüren anlamlar, yeni konumlandırma teknolojilerine dahil edilmişlerdir (Aktaranlar Zook ve Graham, 2007: 469).

Google Earth, gerçek mekanların üç boyutlu temsil edildiği ve kullanıcıların bu temsiller ile gerçek mekanlara dair fikir sahibi olup oraya gittiklerinde deneyimlerini zenginleştiren, kolaylaştıran web tabanlı dijimekan uygulamalarından bir diğeridir. Yere ait gerçeklik, simülasyon aracılığıyla siber mekana aktarılmakta, aynı zamanda da fiziksel mekanın keşfinde bir referans noktası oluşturulmaktadır (Jensen, 2010: 131).

Zimmerman (2007), Google Earth ve Google Maps örneğinde olduğu gibi, web tabanlı medyanın ve mekanın bir araya gelmesini, sanal ve gerçek alanların birleşmesinden öte, dijital dünyaya bırakılan bir çapa biçiminde betimlemektedir. Daha açık bir biçimde ifade etmek gerekirse coğrafi mekanın yer olmayan gerçekliğinde gezinmek olarak görür (Aktaran Leszczynski, 2015: 745).

De Souza e Silva (2006: 263), “artırılmış mekan”, “sanal mekan” gibi kavram konseptlerine, “dijimekan”ın benzeri sayılabilecek “hibrid mekan”ı eklemiştir. Bu mekan temasının merkezinde, fiziksel ve dijital sosyal çevrede birleştiren, hareket halindeki mobil cihaz kullanıcıları bulunmaktadır. Taşınabilir iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla dijital mekanlara sürekli bağlı olma imkanı artmış, böylece internet nereye gidilirse gidilsin taşınabilir olmuştur (De Souza e Silva, 2006: 263). Sürekli bağlı olma hali, mekan deneyimini dönüştürürken şimdinin içine uzak olan bağlamları sarmalamaktadır. Bağlı olmaktan kasıt ise, sadece mekanlara dair bilgiye erişmekle değil, aynı zamanda sosyal etkileşim kurmakla da ilişkilidir (De Souza e Silva, 2006: 262).

Lewicka'nın ortaya koyduğu gibi, küreselleşme, hareketlilik (mobilité), teknoloji gibi etkenler karşısında yer, güçlü bağların nesnesi olmaya devam etmektedir (Aktaran Özkul, 2013). Ancak yer algılarının değişmeden kaldığını ya da tam tersine mesafelerin öldüğünü düşünmek, konuyu basitleştirmek ve mekanın oldukça karmaşık yapısını inkar etmektir (Lefebvre'den Aktaranlar Zook ve Graham, 2007: 468). Gündelik mekanların karşısına, siber mekanı koyan düşüncelerin aksine bugün fiziksel olanı dijital olanla bir araya getirip başka bir konseptte doğru götüren üst mekanlardan bahsetmek mümkündür. Çünkü her iki bağlam da birbirinin içine geçerek fiziksel mekanların deneyimlenme biçimini ve bu mekanlar aracılığıyla kurulan etkileşimi dönüştürmektedir. Farman da (2012), üst mekan nitelemesini çağrıştıracak biçimde sanal ve gerçek mekanların birbirleriyle sürekli etkileşim halinde, geçirgen bir zemine dayandıklarını söylemektedir (Aktaran Leszczynski, 2015:740).

Leszczynski (2015: 745), mekanı medya çerçevesinde değerlendirirken mekanın dijital içeriğe aktarılmasının, bir takım mekansal gerçekliklerin sanal ortama taşınması gibi saf bir yansıma ile sonuçlanmadığını belirtmektedir. Bunun yerine, mekansal medyalarla çevrelenen gündelik hayat, deneyimlendikçe ve algılandıkça, birbirinin içine geçmiş, yapılandırılmış, işaretlenmiş, kesişen yeni mekanlar oluşmaktadır. Söz konusu kesişmeleri sağlayan ise mekansal büyük veri akışlarıdır, keza “orada olmanın deneyimi, verinin erişilebilir olduğu bir yerde olmanın deneyimidir.” (Gordon ve de Souza e Silva'dan aktaran Leszczynski, 2015: 745).

2.2. Sosyal Medyanın Mekansal Etkileşime Getirdikleri

Gordon ve De Souza e Silva'nın (2011) bahsettiği mekansal büyük veri akışlarının üretimini destekleyen, sanal mekanlar ile gerçek mekanların karşılıklı etkileşimleri sonucu üst mekanların oluşmasını sağlayan diğer bir araç da sosyal medyadır. Gerek lokasyon temelli sosyal medyaların (LBS) mekanları işaretlemeyi teşvik eden uygulamaları gerekse mekanlara dair fotoğrafların paylaşılması, orada olmanın ve orayı görmenin deneyimlerini dönüştürülebilecek niteliktedir. Tezin bu bölümünde, özellikle sosyal medyanın mekanla ve mekan üzerinden kurulan ilişkide nasıl bir bileşen olarak rol aldığı tartışılacaktır. Sanal, fiziksel mekanın bir aradalığı ise,

bahsedildiği gibi sürekli etkileşim halinde olan ve geçirgen bir özellik taşıyan üst mekan bağlamında ele alınacaktır.

2.2.1 Sosyal Medya Kavramına Kısa Bir Bakış

Sosyal medyanın, “web 2.0” ve “kullanıcı temelli içerik” kavramları ile bir arada kullanılması, terimin tam olarak neye karşılık geldiği konusunda bir belirsizlik yaratmaktadır. Bu yüzden sosyal medyayı tanımlamadan önce, web 2.0 ve kullanıcı temelli içerik konseptlerini değerlendirmek faydalı olacaktır. Keza, bu bölümde mekan ve sosyal medya ilişkisi kurulurken kullanıcının ürettiği içerikten sıkça bahsedilecektir.

Web 2.0, world wide web’in yazılım geliştiriciler ve son kullanıcılar tarafından yeni bir biçimde kullanılmasını ifade etmek üzere 2004 yılında literatüre kazandırılmıştır. Önceki bağlamdan (web 1.0 ya da dot.com) farklı olan ise, içeriklerin ve uygulamaların, bireylerin üretiminden ve dağıtımından çıkması, tüm kullanıcıların katılımı ve işbirliği ile değiştirilebilir olmasıdır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). Kavramı ortaya koyan Tim O’Reilly, daha kapsamlı bir tanımla bireylerin söz konusu ağ içindeki konumlarını aktarmaktadır:

“Web 2.0 bağlı tüm cihazları kapsayan bir platform olarak ağıdır: web 2.0 uygulamaları platformun içsel avantajlarından en çok faydalananlardır: sürekli güncellenen hizmet olarak yazılımın götürülmesi daha çok insanın kullanımını geliştirir, başkaları tarafından kullanılmasına olanak verilen biçimde kişisel veri ve hizmetleri sağlarken bireysel kullanıcılar da dahil olmak üzere farklı kaynaklardan daha çok veriyi tüketir ve harmanlar, ‘katılımcılığın mimarisi’ ile ağ etkileri yaratır ve web 1.0’ın zengin kullanıcı deneyimleri doğuran sayfa metaforunun ötesine geçer.” (O’Reilly’den Aktaran Fuchs, 2014: 50).

İnternetin kullanım biçimindeki değişikliğe vurgu yapan bu yaklaşım, kullanıcı temelli içeriğin oluşmasını sağlayan “katılımcılığın mimarisi”ni de özetlemektedir. Jenkins (2006), kullanıcıların hem içerikleri yaratabildikleri hem de tüketebildikleri bu yapıyı “katılımcı kültür” olarak nitelemektedir (Aktaran Beer ve Burrows, 2007: 2). Jenkins’e göre, katılımcı kültür, sivil katılımın ve yaratıcılığın önündeki engelleri yok etmese de azaltmaktadır, yaratıcılığı desteklediği gibi yaratılanları paylaşmayı da

kolaylaştırmaktadır. Ayrıca deneyimli katılımcıların daha acemi denebilecek diğerlerine resmi olmayan bir danışmanlık da sunabilmelerini sağlamaktadır (Aktaran Dijk, 2016: 313). Ayrıca Jenkins, Pierre Levy'den hareketle katılımcı kültürün içinde bulunan bireylerin kaynakları bir merkezde toplandıklarını, kabiliyetlerini bir araya getirerek “medya gücünün alternatif bir kaynağı” biçiminde kolektif bir zeka ürettiklerini varsayar (Aktaran Fuchs, 2014: 79).

Beer ve Burrows'a (2007: 3) göre Wikipedia da bahsi geçen kolektif üretimin öncü platformlarından biri olarak fikir ve bilginin online depolanmasına, açık ve katılımcı pratiklerin ortaya çıkmasına aracı olmaktadır. Wikipedia gibi kolektif yaratımı destekleyen web 2.0 uygulamaları, web arayüzüne sahip pek çok kaynaktan erişime, üretime açık olması ile sadece bilgisayara kaydedilen veriye bağlı kalınan dönemin aşılmasını sağlamıştır. Enformasyon her an her yerde ulaşılabilen, katkıda bulunulabilen ağlar bağlamına yerleşmiştir. Pentzold (2009), Wikipedia üzerine gerçekleştirdiği araştırmada sitenin, bilginin yapılandırılmasını ya da biriktirilmesini sağlamaktan çok bir hafıza yeri oluşturduğunu söylemektedir (Aktaran Van Dijk, 2010: 412). Web 2.0'ın sosyo-teknik altyapısıyla bakış açıları, deneyimler ve hafıza arasında bir bağlantı kanalı oluşturduğu yorumu yapılabilir.

Biriktirilebilen, hatırlamaya aracı olan, pek çok araçtan erişilebilen bilgiler ve imajlar ise, kullanıcı temelli içerik (*user generated content*) kavramıyla ifade edilmektedir. Jenkins'in de işaret ettiği gibi, medyanın gücüne alternatif bir kaynak sağlamakta ve medya kullanımı için oldukça önemli bir değişim sürecine kapı aralamaktadır. Kaplan ve Haenlein (2010: 61), bir içeriğin, kullanıcı temelli olabilmesi için üç temel özelliğe sahip olması gerektiğini belirtirler. İlki, herkese açık bir web sitesinde ya da bir sosyal paylaşım sitesinde bir grup kişi için yayınlanmasıdır. İkincisi üretiminde belli bir yaratıcı çaba gösterilmesi, üçüncü ise profesyonel rutinler ya da eylemler haricinde oluşturulmasıdır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). İlk koşul, anlık mesajlaşmaları ve mailleşmeyi kapsamaz, ikincisi ise bir gazete makalesinin ya da bir başkasının yazdığı blog yazısının değiştirilmeden tekrar dolaşıma sokulması ile ilişkilendirilmez. Son özellik ise, kullanıcı içeriklerinin, ticari faaliyetler için

oluşturulmuş içeriklerden ayrı tutulmasını vurgulamaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). Kısaca ifade etmek gerekirse web 2.0 sunduğu bağlam ile bahsi geçen özellikleri taşıyan içeriklerin üretilmesine aracı olmaktadır. Sosyal medya ise, web 2.0'ın ideolojik ve teknolojik temellerine dayanan, kullanıcı temelli içeriklerin oluşturulmasına ve paylaşılmasına izin veren internet tabanlı bir uygulama grubudur (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61).

Van Dijk (2016: 251), sosyal medyayı kısaca “bir şeylerin paylaşılmasını sağlayan internet uygulamaları” biçiminde aktarırken hem bireysel hem de sosyal dünyaları birbirine bağladığını, kişilerarası iletişimle kitle iletişiminin bir bileşimini sunduğunu vurgulamaktadır. Özellikle kişilerarası iletişim tarafına dikkat çekmesi, bu mecranın etkileşime açık, yani karşılıklı iletişimi destekleyen yapısına dayanmaktadır. “Geri bildirim alsalar da almasalar da, tüm sosyal medya kullanıcılarının amacı sosyal olmaktır.” (Dijk, 2016: 253).

Christian Fuchs (2014), sosyal medyanın sosyal olmasının ne anlama geldiğini sosyal kuramın üç klasik ismi Emile Durkheim, Max Weber ve Karl Marx'ın kavramlaştırmaları çevresinde ele almaktadır. Durkheim'in sosyal olgu yaklaşımına göre, tüm medya ve tüm yazılım, sosyal süreçlerin ürünü olmaları sebebiyle sosyaldır. Toplumda üretilen, uygulanan ve sosyal sistemler için gerekli olan bilgi böylece somutlaşmaktadır (Fuchs, 2014: 59). Weber'in sosyal ilişkiler ve sosyal eylem yaklaşımına göre ise, eylem bireyin başkalarının davranışını hesaba katması ve kendisi açısından değerlendirmesi ile sosyal olmaktadır. Bu yönüyle sosyal ilişki aktörler arası sembolik etkileşime dayanmaktadır (Fuchs, 2014: 60). Durkheim'in bakışında biliş taraflıyla öne çıkan sosyal olgu, Weber'in yaklaşımında iletişimin gerçekleşmesini koşul saymaktadır. Marx ise işbirliğinin toplumun özü olduğunu söylerken ortaklaşa çalışmaya işaret etmektedir (Fuchs, 2014: 60). Ferdinand Tönnies'e göre bu ortaklaşa yapma fikri, topluluk olma biçiminde ortaya çıkmaktadır (Fuchs, 2014: 60) Topluluk olmak birtakım değerlerin yaratılması ve bu değerler çevresinde bir arada olmak ile ilişkilidir. Fuchs (2014: 63), tüm bu düşüncelerin, sosyal medyanın sosyalliğinin dinamiklerini oluşturduğunu, bu dinamiklerin ise biliş, iletişim ve işbirliğine

dayandığını belirtmektedir. Sosyal medya, bu üçlünün iç içe geçtiği bir yapıyı temsil etmektedir. Yani, bireyin sosyal süreçlere dair biliş sahibi olması, iletişim için bir ön zorunluluktur, iletişim karşılıklı bir etkileşime dayanır ve ortaya çıkan enformasyon ortaklaşa bir yaratımın ürünüdür.

Sosyal medya kapsamında değerlendirilecek uygulamaların hepsinin aynı derecede sosyal olduğunu söylemek ya da biliş, iletişim ve işbirliği öğelerinin bir arada işlediğini belirtmek çok da doğru olmayacaktır. O yüzden uygulamaları, kullanıcıların

Tablo 2.1. Kaplan ve Haenlien'in Sosyal Medya Sınıflandırması

Benliğin Sunumu/Benliğin İfşası	Sosyal Olarak Varlık Gösterme/ Medya Zenginliği		
	Düşük	Orta	Yüksek
Yüksek	Bloglar	Sosyal ağlar (örn. Facebook)	Sanal Sosyal Dünyalar (örn. Second Life)
Düşük	Ortaklaşa Projeler (örn. Wikipedia)	İçerik Toplulukları (örn. Youtube)	Sanal Oyun Dünyaları (örn. World of Warcraft)

dahil olma biçimlerine, ürettikleri içeriğe göre farklı kategorilere ayırmak mümkündür. Kaplan ve Haenlien'a (2010: 62) göre altı kategori ile uygulamaları sınıflandırmak mümkündür: Bloglar ve mikrobloglar; içerik toplulukları; sosyal paylaşım ağları; sanal oyun dünyaları ve sanal sosyal dünyalar. Kaplan ve Haenlein (2010: 61) bu sınıflandırmayı medya zenginliği, sosyal mevcudiyet ve benliğin sunumu/ifşası yaklaşımlarını temel alarak oluşturmuşlardır. Sosyal mevcudiyet iki aktör arasındaki iletişimin, akustik, fiziksel ve görsel duruma göre değişiklik göstermesine denk düşmektedir. Medya zenginliği ise, sosyal mevcudiyetin de durumunu belirleyecek şekilde, belirli bir zaman aralığında iletilen bilgi miktarına göre değişmektedir. Son olarak benliğin sunumu, bireyin başkaları tarafından nasıl görüleceğine dair kaygılarla kendini sunma biçimlerini kontrol etmesi düşüncesine dayanır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61).

Tez, bireylerin fiziksel mekanla kurdukları etkileşimi sosyal medya ile nasıl sürdürdüklerini sorguladığından, sanal dünyalar ve sanal oyunları ayrı tutarak sosyal ağları, içerik topluluklarını ve kolektif projeleri göz önünde bulundurmaktadır. Bunu ise

mekanla kurulan görsel ilişkiyi kapsayacak şekilde Facebook, Instagram, Google Earth gibi hem yerin taglenebildiği hem de görsel olarak temsil edilebildiği platformlar üzerinden konu edinmektedir. Bu yüzden bu uygulamalardan bahsetmek, ancak öncesinde sosyal medya uygulamaları ve mekan arasında nasıl bir ilişki olduğuna kısaca değinmek faydalı olacaktır.

2.2.2 Sosyal Medya Uygulamalarında Yer/Mekan

Teknolojik gelişmeler, mekanlara dair bilgi almak üzere oldukça çeşitli kaynakların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Böylece bir yere dair bilgi almak isteyen turist ya da herhangi bir birey, medyanın mekanlara dair yaydığı içeriklerin pasif tüketicisi olmaktan uzaklaşmış ve deneyimlerin, imajların ya da yer anlatılarının oluşturulması sürecine aktif olarak katılmaya başlamıştır (Månsson’dan Aktaranlar Anastasiadou ve Migas, 2013: 124–125). Tavsiye siteleri, bloglar, çevrimiçi video paylaşımları, sosyal ağlar, destinasyonlara dair kullanıcı temelli medyalara örnek olarak sayılabilir. Facebook, Twitter, Foursquare gibi sosyal medya platformları ile kartpostallar ya da el yazısı mektuplar göndermek yerine çevrimiçi günlükler yazabilmekte ve sürekli bir seyahat güncellemesi halinde fotoğraf yükleyebilmektedirler (Salmond, 2013: 194). Paylaşılan içerik fotoğrafla sınırlı kalmaz; “Coğrafi etiketleme” (*Geotag*) biçiminde nitelendirilen lokasyona dair veri ile de desteklenmektedir.

Crampton (2009), hem mekansal yönetime sahip yeni teknolojik nesneleri (yazılım, donanım, programlama teknikleri) hem de bu teknolojiler aracılığıyla üretilen yeni coğrafi bilgi içeriklerini “mekansal medya” (*spatial media*) olarak nitelendirmektedir (Aktaran Leszczynski, 2014: 729). Mekansal medya, dijital içerik ve lokasyonun deneyimlere yansıyan birlikteliğini ifade eden “coğrafi web” (*geoweb*) fenomeni ile birlikte daha geniş bir bağlamda anlaşılabilir (Leszczynski, 2014: 729). Scharl and Tochtermann (2007), bu terimi, web 2.0’ın desteklediği etkileşimsel bağlam ve kullanıcı temelli içeriklerle coğrafi bilginin birleşimini işaret etmek üzere kullanırlar (Aktaran Leszczynski ve Elwood, 2011: 6). Coğrafi web ile ilişkilendirilmiş en temel pratik, online içeriğin coğrafi işaretlenmesidir. İngilizce literatürde *geotagging* olarak geçen bu işaretleme pratiği, yer isimlerinin, enlem-boylam kordinatlarının ya da

lokasyona ait diğer bilgilerin metin, imaj veya web içeriklerine eklenmesini ifade eder (Leszczynski ve Elwood, 2011: 6).

Gordon ve de Souza e Silva (2011: 20), coğrafi bilgi sistemlerinin temelini oluşturan, mekanın bir medya aracılığıyla iletilmesini konu edinen bu kavramın alternatif kullanımlarını sıralarlar: “Coğrafi-mekansal web” (*geospatial web*), “yeni coğrafya” (*neogeography*), “web haritalama 2.0”. Ancak söz konusu terimler, ağ tabanlı mekanların sosyal etkileşim süreçlerine odaklanmak yerine daha çok var olan teknolojiyi aktarmak üzere ortaya konmuşlardır. Dolayısıyla Gordon ve de Souza e Silva (2011) , değişen sosyal pratiklere, iletişim bağlamına dikkat çekmek üzere “net yerelliği” (*net locality*) kavramını önerirler. Net yerelliği, bireyin büyüyen bilgi ağları içinde kendine bir bağlam oluşturmaya denk düşen kültürel bir ihtiyaçtan ileri gelmektedir (Gordon ve de Souza e Silva, 2011: 13). Zira yakınımızda kimlerin olduğu, diğer bireylerle bir arada olmaktan ne anladığımız, net yerelliğinin sorguladığı durumlar arasındadır. Ancak tüm bu mekan ve sosyal etkileşim ilişkisi merkezinde lokasyon temelli sosyal medya uygulamalarını tutmaktadır. Alternatif kullanımı ile “lokasyona özgü medya” (*locative media*), konum duyarlı mobil araçları ya da bu lokasyonu sağlayan servisleri kapsamaktadır (Prasad’tan Aktaran Özkul, 2014a: 54). Web temelli etkileşimli harita uygulamaları, kitle kaynaklı yer içerikleri (Google Maps, Google Earth), Yelp, Foursquare gibi kullanıcılara çevrelerindeki hizmetleri araştırmalarını sağlayan sosyal yorum ve keşif uygulamaları, sosyal etkileşime aracı olan Swarm, Circle uygulamaları lokasyon temelli sosyal medyalara örnek olarak verilebilir (Leszczynski, 2014: 730).

Thielmann (2010: 3), medya çalışmalarının “mekansal dönüş” ile birlikte mekana ve lokasyona ilişkin sorunsalları konu edinmesini, ayrıca yeni medyanın ortaya çıkardığı mekansal bireysel medyaları, “medya coğrafyaları” olarak nitelendirdiği kapsayıcı bir terim ile ele alır. Bir yanda medya ile iletilen yerellikler (*mediated localities*) diğer yanda ise lokasyon temelli medyalar (*locative/location based social media*), bu kapsayıcı terimin iki tarafını oluşturmaktadır. Thielmann (2010: 2), söz konusu ayrımı yaratan dinamiğin öznenin bulunduğu yeri iki şekilde haritalaştırmasına

bağlı olduğunu vurgulamaktadır: Açıklamalı (*annotative*) bildirim, dünyayı sanal olarak işaretleyerek gizeminin çözülmesine dayanmaktadır. Diğer de öznenin eylemine dair bir işaret bırakarak günlük pratiklerini aktarmasına dayanan fenomenolojik mekan anlatımlarıdır. Dolayısıyla medya ile iletilen yerellikler, bireyin mekana dair deneyimine ilişkin temsillerdir. Lokasyon temelli medyaların sağladığı ise, dijital teknolojilerin yeri bildirmeye izin veren özellikleri kullanılarak lokasyonun bildirilmesidir.

Gordon ve de Souza e Silva (2011: 76), bu uygulamaların lokasyona dair bilgi üreterek dinamik bir ilişki yarattıklarını belirtirler. Kullanıcıların kendi yer anlatıları ya da başkalarının yorumları ile yeri nasıl deneyimledikleri, başkalarının yer anlatıları üzerinden mekanla kişisel ilişkilerini nasıl kurdukları “net yerelliği” kavramı etrafında sordukları sorular arasındadır. Bu yaklaşıma göre lokasyon temelli uygulamaların ördüğü “dijital ağlar, bizi fiziksel dünyaya bağlar ve coğrafik olarak yerleşik olan sosyal etkileşim için bir çerçeve sağlamaktadır.” (Gordon ve de Souza e Silva, 2011: 61).

Ancak bu etkileşime çerçeve sağlayan diğer bir ağ özelliği de kullanıcılar tarafından çekilen fotoğrafların dolaşımıdır. Lokasyon temelli sosyal medyalar nasıl diğer kullanıcıların lokasyonlarına dair bir farkındalık oluşturuyorsa aynı durum fotoğraf için de düşünülebilir. Birey bulunduğu yeri fotoğraflayıp sosyal medya uygulamalarında paylaşarak, konumuna dair bir bildirim yapmasa bile, nerede olduğunu görsel bir formla anlatmaktadır. Dolayısıyla yerin fotoğrafını paylaşmak ve konum bildirmek benzer bir etkileşim bağlamı taşımaktadır. Hatta yerlere dair anlatı oluşturma bu iki farklı aracı bir araya gelerek birbirini tamamlayan bir biçim de alabilir. Hem yer fotoğrafları paylaşmaya hem de yerleri taglemeye fırsat veren sosyal medya uygulamalarını kısaca ele almak, tezin sonraki başlıklarında işlevlerine değinilen bu uygulamaların mekanla ilişkilerini anlamak için yol gösterici olacaktır.

Flickr

Flickr, kullanıcıların fotoğraflarını biriktirmesine, paylaşmasına ya da diğerlerinin çektiği fotoğrafları görmesine izin veren dijital bir fotoğraf deposu biçiminde

aktarılabılır (Beer ve Burrows, 2007: 3). 2004 yılında kullanılmaya başlanan bu uygulamanın mottosu uzun zaman “Fotoğraflarını Paylaş. Dünyayı izle.” idi. Bir fotoğraf arşivi sitesi gibi görünse de kullanıcıların birbirlerinin fotoğraflarını beğenmelerine fırsat vermesi, gruplar oluşturulabilmesi, yorum yapılabilmesi sosyal ağlar arasında yer almasını sağlamaktadır (Van Dijck, 2010: 402). Ayrıca fotoğraflara eklenen bilgilerin bazıları manuel olsa da, nerede ve ne zaman çekildiklerine dair bilgiler otomatik yükleme ile birlikte gelmektedir. Van Dijck, bireylerin yüklemiş olduğu bu fotoğrafların mekanlara dair kolektif bir bakış oluşturduğunu söylemektedir. Taglenmiş ya da lokasyon bilgisi ile desteklenmiş bu fotoğraflar, dünyaya dair ortak bir bakış üretmenin aracıdır (Van Dijck, 2010: 403).

Google Görseller ve Google Earth

Dijk’e (2016: 132) göre, Google’ın sahiplendiği misyonun temelinde “dünyadaki bilgileri organize etme ve bunları evrensel olarak erişilebilir ve kullanışlı hale getirme” fikri vardır. Bu da daha çok Google Search aracılığıyla sağlanmaktadır. Google arama motorunun görsel aramayı tag ile desteklemesi ve ilişkili imajları kullanıcının karşısına getirmesi de Flickr’in işleyişine benzer bir kolektiflik içermektedir. Bununla birlikte Google, orijinal kaynağından çekip çıkarılmış (*strip away image*), çekildiği yere ve zamana dair bilgilerin eklenmediği, sadece bir link ile ilgili sayfaya gitmek üzere desteklenen fotoğraflar sunmasıyla (Hochman, Manovich ve Yazdani, 2014: 3). Flickr’ten ayrışmaktadır. Google’ın görselleri sunma biçimi “göçmen” terimi ile nitelendirilirken Flickr ya da benzer sosyal medya uygulamalarındaki gibi yükleme zamanlarının, konumlarının belirtildiği görsel bilginin diğer organizasyon moduna “yerli” denmektedir (Hochman vd., 2014: 3). Ancak Google bir süre sonra veriyi organize etme amacına, kullanıcıların katılımını ve popüler programların gelişimini göz önünde bulundurarak iki yenisini daha eklemiştir. Böylece kullanıcılar, web’e kendi içeriklerini yüklemeye başlamışlardır. Ayrıca diğer bir yenilik olarak mekanların kartografik, fotoğrafik ve üç boyutlu temsiline fırsat tanıyan üç ayrı uygulamayı geliştirmiştir: Google Haritalar (Maps), Google Earth ve Street View (Dijk, 2016: 132). 2005 yılı itibarıyla Google haritaların gündelik kullanıcının deneyimine sunulması ile

birlikte, coğrafi bilgi sistemi (*geographic information system – GIS*), pazar ya da sosyal araştırmaların veya askeri sebeplerin ötesinde bir kullanım alanına ulaştırılmıştır (Gordon ve de Souza e Silva, 2011: 20). Böylelikle haritalama pratiği de bu araç aracılığıyla popülerleşmiştir. Ancak burada Gordon ve de Souza e Silva, coğrafi bilginin web tabanlı haritalaştırılmasının, harita pratiklerinden çok iletişimi dönüştürdüğünü vurgulamaktadırlar (Gordon ve de Souza e Silva, 2011: 21). Bu dönüşüme aracı olan diğer bir uygulama ise mekanın bir harita üzerinde gösterilmesinden ziyade sokakta karşılaşılabilecek panoramik görüntüsünü sunan *street view*'dir. Fotoğraflık bir içerik olmasının yanı sıra kullanıcının sokakta aşağı-yukarı hareket edebilmesine fırsat vermektedir. Uygulamanın altyapısını sağlayan ise Google Maps ve söz konusu harita formunu kuşbakışı olmaktan farklı bir bağlama taşıyan Google Earth'tür. Bu araçlar aracılığıyla kullanıcıların sanal mekan deneyimi yaşadıklarını iddia eden tartışmalar söz konusudur. Robinson (2013: 164–165), bu tür sanal deneyimlerin, yerlere erişimi kolaylaştırırken, bir destinasyonu tanımlayan yerel duyusal deneyimlerin ve bağlantıların yerini tutamayacağını belirtmektedir. Daha çok gidilecek yeri araştırmak ve değerlendirmek için değerli bir araştırma kaynağı olmasından bahsedilebilir (Robinson, 2013: 165). Gordon ve de Souza e Silva (2011: 34–35) da, Baudrillard'ın haritanın gerçekliği olmayan bir gerçekliğin yerini tuttuğu ifadesinin net yerelliği ile birlikte farklı bir yöne evirildiğini ifade ederler. Söz konusu haritalar, gerçekliğin yerini almanın aksine fiziksel lokasyonla kurulan ilişkiyi güçlendirmektedir.

Facebook

Van Dijk (2016: 134), Facebook'u, bir enformasyon aracı yerine tanınan ya da ağda bulunan kişilerle iletişime geçmek üzere kullanılan bir sosyal araç olarak nitelemektedir. Çünkü bazen bireyler, bir soruya yanıt ararken dış dünyadaki soyut bir arama motorundan ziyade kendilerini anlayacak, güvendikleri kişilerle iletişim kurmak isteyebilmektedir. Dijk'e (2016) göre, Facebook da tam olarak bu fikir üzerine 2004 yılında Harvardlı öğrenciler arasındaki etkileşimi destekleyecek biçimde Mark Zuckerberg'in öncülüğünde kurulmuştur (Fuchs, 2016: 212).

Sosyal medyanın kişilerin eğitim, hayata bakış, iş durumu gibi bilgilerini içeren profiller oluşmalarını sağlayan, fotoğraf paylaşılabilen ve arkadaş edinilebilen özelliklerini bir arada barındıran Facebook (Fuchs, 2016: 212), Dijk'in de belirttiği gibi Google haritaların ya da Flickr'ın sunduğundan daha geniş bir sosyal etkileşime açıktır. Beer ve Burrows (2007: 6), sosyal medyanın hem uzak hem de coğrafi olarak yakın ilişkileri desteklediğini aktararak sanal ve fiziksel arkadaş gruplarını bir araya getirdiğini belirtmektedirler. Okuldan birbirini tanıyan kişiler, iş yerinden bir mekanda buluşmak üzere bir etkinlik organize edenler veya gün içinde olan şeyleri tartışmak isteyenler, Facebook gibi bir sosyal medya ortamında bir araya gelmektedirler. Tam tersi bir biçimde sanal bir arkadaşlığın fiziksel dünyaya taşınması da söz konusudur (Beer ve Burrows, 2007: 6). Buna karşın, Özkul (2014a: 53) Facebook'un ortaya çıkış serüveni dolayısıyla yere bağlı bir medya olarak ele alınabileceğini söylemektedir. Harvard Üniversitesi öğrencileri arasındaki iletişimi kolaylaştırmak üzere kurulan bu sosyal medya uygulaması, zamanla büyük değişiklikler geçirse de ortak bir yer etrafında kümelenen yapısını yitirmemiştir. Keza, 2010 yılında Facebook, lokasyon bilgisinin statü güncellemelerine eklenmesini sağlayacak "Facebook Yerler" özelliğini uygulamaya koymuştur (Gordon ve de Souza e Silva, 2011: 9).

Instagram

2010 yılında piyasaya giren Instagram, görüntü filtreleme, fotoğrafa konum bilgisi ekleme ve anında paylaşma gibi mevcut sosyal paylaşım araçları ile benzer özelliklere sahip bir platform olarak kullanıcılara sunulmuştur (Hochman ve Manovich, 2013: 3). Özellikle akıllı telefonlar için tasarlanmış, mobil fotoğraf çekimini destekleyen fotoğraflık bir sosyal medya olarak sınıflandırılabilir (Despard, 2015: 4). Hızlı bir biçimde kabul görmesi de güncel kültürel eğilimleri içinde barındıran, kullanıcıların imaj oluşturma, paylaşma ve bilgiyi organize edebilme pratikliğiyle açıklanabilir (Hochman ve Manovich, 2013: 3). Ayrıca "dünyayı görmenin yeni bir biçimi" iddiası ile lanse edilen Instagram, filtreleme seçenekleriyle fotoğrafın çekildiği yerde ve anda kolayca editlenmesini sağlamaktadır (Despard, 2015: 4).

Instagram'ın temelini oluşturan en önemli özelliği ise, coğrafi ve zamansal etiketlemeye fırsat tanınmasıdır. Kullanıcı fotoğrafın nerede çekildiğini herkese açık bir biçimde paylaştığında bu imaj, aynı yerde çekilmiş diğer fotoğrafların arasına eklenmektedir (Hochman ve Manovich, 2013: 4). Mekan bilgisine tıkladığında aynı yerden fotoğrafların olduğu kolektif bir sayfaya yönelmiş olur. Instagram'ın ilk yıllarında kullanıcılarına sunduğu bir diğer konum bildirme özelliği ise, kişisel haritalarına gittikleri yerlerin fotoğraflarını ekleyebilmelemdir (Hochman ve Manovich, 2013: 4). Ancak bugün bu özellik aktif değildir.

Hjorth ve Pink (2014: 43), Instagram gibi konum temeli servislerle desteklenen fotoğrafik uygulamaların önemli dinamiklerinden birinin hareketlilik olduğunu belirtmektedirler. Çünkü bireyler, sosyal medya uygulamaları ile bütünleşik kameraları ile mekanlar arasında gidip gelirken kendi çevrelerinden ya da hareket halindeki diğer insanların durumlarından yakaladıklarını çekip paylaşmaktadırlar. Ayrıca bu hareketliliğe fırsat veren, teknolojinin, cep telefonu kamerasının taşınabilir olmasıdır. Ancak yine de bireyler bu mobil durumlarını, lokasyon bildirerek sosyal olarak yerleşikleştirme ve görselleştirme eğilimindedirler.

2.2.2.1 Mekanların Fotoğraflanması ve Paylaşılması

Fotoğraf makinası lenslerinin küçülerek her yere yayılması, kameralı cep telefonlarının, wifi özellikli akıllı telefonların, tabletlerin içine yerleştirilmesi, hayatı kaydetmenin ve yaymanın farklı yollarını ortaya çıkarmıştır (Salmond, 2013: 191). Urry ve Larsen (2011: 181), fotoğrafların artık daha çok bilgisayarlar, mobil telefonlar, internet ve özellikle sosyal ağlar aracılığıyla dolaşıma sokulduğunu ve tüketildiğini belirtmişlerdir. Fotoğrafın ağlarla birleşmesi daha hızlı yayılmasını sağlarken bireylerin yakın çevreleri içinde dolaşan imajları daha geniş bir çevrenin içine sokmuştur (Pauwels'den Aktaran Van Djick, 2010: 407). Böylece mekana dair bir fotoğraf, kolayca uzakta bulunan diğerleri ile paylaşılabilir ve sanal bir ortamda sergilenebilir olmuştur. Tatil fotoğrafları, fotoğrafı çeken kişi ile bir arada olmadan görülebilmektedir (Urry ve Larsen, 2011: 185). Aynı fiziksel mekanı paylaşmadan diğerinin fotoğraflara erişebilmesi esasen bireyin seyahat deneyimini dünyanın neredeyse her tarafından

tecrübe ettiği anda sosyal medya hesaplarından, seyahat blogundan güncelleyebilmesine dayanmaktadır (Salmond, 2013: 190). Analog fotoğrafların “bu olmuştı” zamansallığının aksine, dijital kamera ekranları, olmakta olanı mekan, poz ve tüketimle bir araya getirerek göstermektedir (Urry ve Lansen, 2011: 181). Prieur vd. (2008), bu durumu Kodak kültüründen anlık fotoğraf kültürüne geçiş olarak yorumlamaktadır. Kodak kültürünü oluşturan, aile ve arkadaşlardan oluşan küçük bir grup içinde, imajlar etrafında biçimlenen sözlü hikayelerin anlatılması iken söz konusu yeni fotoğraf kültürü anonim izleyicilere imajlar ile hikayeler anlatmaya dayanmaktadır (Aktaran Djick, 2010: 407). Murray (2013: 166) de, kendimiz ve çevremiz hakkında hikayeler yaratma biçimlerimizin değiştiğini ifade etmektedir. Çünkü çekilen fotoğraflar, özel anlara ya da kutlama durumlarına özgü olmaktan çok, daha küçük, sıradan denebilecek bir gösterimi ya da bireyin gündelik hayattan bir keşfini sunmaktadır. Dolayısıyla dijital medya şimdi hissini arttırmakta ve izleyici kitlesi için performans sergilenen bir bağlam sunmaktadır (Salmond, 2013: 194).

Bireyler, sosyal varlıklar olarak kimliklerini sadece kendi hayatlarını belgelemek üzere fotoğraf çekmek ve saklamakla değil, aynı zamanda fotoğraflarını paylaşabilecekleri gruplara katılarak etkileşime açık üreticiler ve kültürün tüketicileri olarak da sergilemektedirler (Aktaran Bushey, 2014: 36). Salmond (2013: 190), yeni medya teknolojilerinin, başkalarının da bizlerin izleyicisi olduğu bir bağlam yaratması ile yeni bir öz-farkındalık seviyesi oluşturduğunu ve böylelikle kendi reality gösterimizin starları haline geldiğimizi belirtmektedir. Böylece sosyal medya aracılığıyla paylaşılan seyahat deneyimleri ve anılar, kültürel ve kişisel kimliğin yapılanmasına ve aktarılmasına aracı olmaktadır. Daha önce Van Djick’in aktardığı, fotoğraf makinası karşısında bireyin geleceğe aktarmak üzere idealize bir kimlik yaratmak üzere sarf ettiği çaba, görece başka bir çabaya evrilmektedir. Çünkü dijital olanın büyüğü, insanların ve mekanların temsil edilme biçimleri üzerinde bir kontrol sağlamasıdır. Yani deneyim silinip yeniden çekilebilir ya da tamamen yok sayılabilir (Urry ve Lansen, 2011: 185). Bu yüzden birey, sosyal medya uygulamalarında kendine dair fotoğrafları sunduğunda geçici olduklarını da kabul etmektedir (Murray, 2013: 176). Facebook ve Flickr gibi platformlarda sunulan fotoğrafların hayatı kısa

ömürlüdür, bu ağlar fotoğraflar için geçici, atılabilir, kaydedilmeyen bir akım yaratmaktadırlar (Urry ve Larsen, 2011: 185). Yine de önemsiz ve fark edilmez bir forma dönüştükleri düşünülmemelidir. Sadece paylaşılan kitle, sayıca kalabalık bir gruptan oluştuğundan hızlıca görülüp yorumlanan bir etkileşimi ifade etmektedir.

Fotoğrafın, ortaya çıktığında üstlenmiş olduğu en önemli işlevlerden biri hafıza iken bugün dijitalleşmesi ve internet ortamında paylaşılabilir olması, anlık, geçici üretime dahil edildiği tartışmalarını beraberinde getirmiştir. Bushey de (2014: 36) son yirmi yılda kişisel fotoğrafın, hafıza aracı olmaktan bir iletişim aracı olmaya doğru kaydığına dair araştırmalara dikkat çekmektedir. Daha önce bahsedildiği gibi bireyler, büyük olayları ya da aile geçmişini belgelemek yerine, gündelik deneyimlerin kronolojisini tutmak ya da kimlik oluşturmak gibi amaçlarla fotoğraf çekmektedirler (Bushey, 2014: 36). Bu yüzden dijital fotoğrafların, hafıza işlevine sahip olup olmadığı, yerlerle kurulan etkileşimin sürdürülmesi bakımından önemli bir sorunsal olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gökçen Başaran İnce (2014: 22), yeni medya teknolojilerinin en büyük sorunlarından birinin bitlerin biriktirilmesi ve saklanması ile ilgili olduğunu belirtmektedir. İnternetin bir arşiv işlevi görüp görmediğini, geçmişe dair bilgilerin saklanabilmesi için bir kaynak olup olmadığını sorgulamaktadır. Çünkü bu platformlardaki bilginin büyüklüğü, hafızanın geleceği için bir risk yaratmaktadır. Hafızaya dair öğelerin, bitlerle, sayılarla tanımlanan bir ortamda tutulması, kullanıcının arşivciliği için her zaman silinme, kaybolma gibi tehlikeleri beraberinde getirebilir. Ancak tam tersine dijital ortamın hafızanın saklanıp depolanmasında oldukça önemli olduğunu ifade eden yaklaşımlar da mevcuttur. Hand, dijitalleşmenin, albüm yapma biçimlerini yeniden canlandırıdığını ve iyileştirdiğini söylemektedir, ayrıca albüm yapma pratiğini diğer hafıza oluşturma biçimleri ile bir araya getirdiğini belirtmektedir (Aktaran Murray, 2013: 176). Garde-Hansen da (2011) dijital medyanın, bireylerin ve grupların hafızalarını depolayabildikleri bir yer olarak hala arşiv işlevi gördüğünü ifade etmektedir. Hansen'a göre, dijital medya geçmişe dair bilgiyi arşivlerken dört biçimde çalışmaktadır: arşiv olarak üretme, bir arşivleme aracı olması, kendinden arşivlenebilir

olma fenomeni ve yaratıcı arşivleme (Aktaran Başaran İnce, 2014: 22). Arşiv olarak üretmesi, sosyal medyanın ya da web sitelerinin doğrudan deneyimin, geçmişe dair bilginin arşivlenmesine hizmet etmesidir. 11 Eylül tanıklıklarının aktarıldığı web sitesi ya da ikinci dünya savaşından belgelerin yer aldığı site, arşiv olarak üretilmeye örnek verilebilir. Arşivleme aracı olması, Google, Wikipedia gibi, hafızanın depolandığı platformlara denk düşer. Yapısı dolayısıyla kendinden arşivlenebilir olması, maddi olarak çaba harcamadan içerdiği materyalin kayıtlarını tutabilme yeteneğini ifade etmektedir. Son olarak yaratıcı arşivleme ise bireylerin bilinçli ya da bilinçsiz olarak ürettikleri kullanıcı temelli içerikler ile sosyal ya da bireysel bir arşiv oluşturabilmelerini işaret etmektedir. Facebook, Flickr, akıllı telefon uygulamaları bu kaynaklara örnek olarak verilebilir (Aktaran Başaran İnce, 2014: 23).

Hoskins (2009) dijital medyanın sunmuş olduğu söz konusu hafıza işlevini “dijital ağlar hafızası” olarak nitелеmektedir. Hoskins’in önerdiği bu kavram, anındalığı ve bağlanabilirliği vurgulayarak ihtiyaç duyulduğu zaman yaratılan araçlaştırılmış bir hafızayı referans almaktadır. Söz konusu olan, dijital teknolojilerin ve medyanın bağlantısallığı ile yönetilen, sosyal ağların yapılandığı gerçekte iç içe geçmiş bir hafızadır (Aktaranlar Frith ve Kalin, 2016: 49). “Bağlantısal hafıza” olarak da belirttiği durum, bireyle kolektif hafızayı bir araya getirdiği gibi, geçmiş ve gelecekte hatırlanacak geçmişi şimdinin daimi akışında birleştirmektedir (Aktaran Van Dijck, 2010: 402). Daha açık bir biçimde ifade etmek gerekirse hafızanın biçimlendirilmesi dijital ağların sorumluluğundadır ve bireylerin ayrı ayrı sahip oldukları hafızalar teknolojik mekanizmalar ile bir araya getirilerek, kolektif hafıza gibi ancak daha sosyoteknik bir bağlamda, bağlantısal hafızada birleşmektedir (Aktaran Van Dijck, 2010: 403). Geçmiş ise şimdide tekrar üretilebilen ya da silinebilen bir izleğe yerleştirilmiştir. Fotoğrafın buradaki işlevi ise, hafıza kapasitemizi tamamlamak üzere anıları elektronik olarak yakalama ve saklama isteğimize karşılık gelmektedir (Merchant, 2013: 178). Ancak hafızanın dijital ağlarda arşivlenmesi, fotoğrafın editlenebilir uygulamalarda değiştirilebilmesi, bir grupta bağlantıda kalarak hafıza oluşturma pratikleri, hafızanın dinamiklerini değiştirerek birey tarafından hatırlanan bağlamı dönüştürebilmektedir. Dolayısıyla paylaşılan mekan fotoğrafları da belirtilen

bağlantısal hafıza içine dahil olarak değiştirilebilir, silinebilir, anlamı yeniden yaratılabilir bir döngüye açılmaktadır. Buna karşın Van Dijck fotoğrafın daha önce üstlendiği hafıza aracı rolünün günlük yaşamın mikro kültüründe bahsedildiği gibi yok olmadan sosyal pratiklerle sürdürüldüğünü belirtmektedir (Murray, 2013: 176). Çünkü söz konusu görsel kaynaklar, gündelik hayatın önemli görülmeyen ayrıntılarını yansıtarak belleğin farklı bir bağlamla aktarılmasını sağlamaktadır. Birey, mekanı, gündelik detaylarla hatırlamak isteyerek fotoğraflayıp paylaşabilir ya da hala görülmesi gereken mekanlara dair bağlantısal hafızanın kuşatması altında kalarak mevcut imgelerin sosyal medyalarda tekrar üretilmesine aracı olabilir. *Sosyal medya ve yer ilişkisi* başlığı altında daha önce aktarıldığı gibi bireyin mekanla kurduğu etkileşimin diğer bir ögesi de taglemek yani yerleri işaretlemektir.

2.2.2.2 Mekanların Konumunu Bildirmek

Sosyal medyada gittikçe popülerleşen trendlerden biri olan tagleme (etiketleme), dijital ya da çevrimiçi nesnelere not ekleme kabiliyeti olarak ifade edilebilir (Aktaranlar Liao ve Humphreys, 2011: 409). Liao ve Humphreys'e (2011) göre özgürce seçilmiş bu kelime grupları, bilginin site yöneticileri ya da sahipleri tarafından hiyerarşik sınıflandırılmasından farklı olarak kullanıcılar tarafından yaratılmaktadır.

Sosyal medya ve mekan ilişkisi başlığı altında aktarılan “coğrafi web” kavramı da benzer bir işleyişle fiziksel lokasyon ile dijital veriyi bir araya getirmektedir (Leszczynski, 2014: 729). İnternete bağlanabilen cep telefonlarının, GPS'in ve Wi Fi kullanımının yaygınlaşması ile birlikte coğrafi web ile ilişkili en temel uygulamalardan biri bulunan lokasyonun işaretlenmesi ya da diğer bir deyişle etiketlenmesidir. Coğrafi tagleme olarak da adlandırılabilir bu aktivite, fiziksel lokasyonun bir sözcükle, cümleyle ya da imajla ilişkilendirilmesi ve GPS gibi standart coğrafik referans sistemi ile desteklenmesi biçiminde özetlenebilir (Aktaranlar Liao ve Humphreys, 2011: 409).

Hochman vd. (2014: 1) sosyal medyanın, söz konusu tagleme işlevleriyle hiper-lokal bir bağlama sahip olduğunu belirtmektedirler. Sosyal medyanın hiper-lokallığı, check-in tweet, fotoğraf gibi enformasyon öğelerinin spesifik bir mekan ve zamanla birleşmesini ifade etmektedir. Yani online topluluklardan, bloggerlardan ya da kullanıcı

temelli sosyal medyalardan gelen bilginin otomatik olarak ya da bireyin kendi isteğiyle lokasyon bilgisi ve zaman damgası ile genişletilmesidir (Hu ve Farham'dan Aktaranlar Hochman vd., 2014: 1). Örneğin, Facebook, akıllı telefonlar aracılığıyla yapılan statü güncellemelerinde, yorumlarda ya da paylaşılan fotoğraflarda kullanıcıların coğrafik lokasyonlarının gösterilmesine izin vermektedir. Google Earth ve Google Maps de aynı şekilde kullanıcıların farklı yerleri saptayabilmelerini, buraları pinlemelerini, yorumlar yapmalarını sağlarken, Flickr ise siteye fotoğraf yüklenirken çekildiği konumun bildirilmesine aracı olmaktadır (Özkul, 2014a: 52). Fakat Foursquare, Yelp, Swarm gibi lokasyon temelli uygulamalar, söz konusu sosyal medya uygulamalarına benzeseler de öncelikli işlevleri yer üzerinden etkileşim kurulmasına aracı olmaktır. Çünkü bu sosyal ağlar kullanıcıların birbirlerine yakınlıklarına göre düzenlenirken statü güncellemeleri de kullanıcıların lokasyonuna ilişkin olmaktadır (Gordon ve De Souza e Silva, 2010: 60–61). Bir tarafta sosyal medya uygulamalarındaki içeriklerin lokasyon bilgisi ile genişletilmesi diğer tarafta lokasyon temelli uygulamaların tamamen bu fonksiyonu yerine getirmesi söz konusudur. Dolayısıyla hem lokasyon temelli uygulamaları hem de fotoğrafik sosyal medyanın lokasyonla desteklenen arayüzlerini ele almak, mekanlarla kurulan etkileşim için üstlendikleri işlevleri göz önünde bulundurmak üzere aydınlatıcı olacaktır.

De Souza e Silva ve Frith'e göre (2013: 34), lokasyon temelli sosyal medyalar, kullanıcıların konumlarını sosyal ağlarıyla paylaşmalarına izin veren aynı zamanda da arkadaşlarının check-inlerini görebilmelerini sağlayan mobil telefon uygulamalarıdır. Bahsi geçen uygulamaların, kullanıcıların yönlerini bulmalarını, mekana dair keşifler yapabilmelerini ve bulundukları çevre hakkında spesifik bilgilere erişebilmelerini sağladıkları söylenebilir (Frith ve Kalin, 2016: 44).

Jordan Frith (2014: 900), Foursquare kullanıcılarının check-in yapmalarının ardındaki motivasyonları değerlendirirken Bartle ve Yee'nin (2006), çoklu kullanıcı alanları (*Multi User Domains*) için yaptığı sınıflandırmadan yararlanır. İnsanlarla tanışmak için kullanan sosyal kullanıcılar; puan kazanmak gibi oyuna dönük motivasyonlar için kullananlar oyuncuları; keşfet özelliği yeni mekanlar bulan keşifçiler

olarak Foursquare kullanıcılarını gruplandırır. Bu tipolojilere ek olarak gündelik hayatını kayıt altına almak üzere kullanan katalogçulardan bahseder (Frith, 2014: 901). Ancak keskin sınırlar çizmeyerek her gruptaki kullanıcının diğer grubun özelliklerini gösterebileceğini de vurgular. Bireylerin lokasyona dair bilgileri paylaşımlarının pek çok sebebi olabileceğini belirten Özkul (2014b: 102) ise, kaybolma endişesi ile başa çıkmak, günlük aktiviteleri organize etmek, dakik olmak, güven duygusu kazanmak, yeni mekanlar keşfetmek, sosyal ilişkiler kurmak, yakın ilişkileri korumak biçiminde öne çıkanları sıralamaktadır.

Leszczynski (2014: 734), gerçek zamanlı konumun ağlarda paylaşılmasının, kullanıcının mekansal yakınlığına göre çevresindeki potansiyel temaslar konusunda uyarılmasını, böylece spontane bağlantılar kurabilmesini kolaylaştırdığını belirtmektedir. Sosyal ilişkilerin lokasyonu saptayabilen araçlar ve coğrafi kodlardan oluşan içeriklerle mekansallaşması, bir araya gelme koşullarımızın değiştiğinin bir işareti gibi düşünülebilir (Leszczynski, 2014: 734). Gordon ve De Souza e Silva da (2010: 59), daha önce aktarılmış olan “net yerelliği” (*net locality*) kavramını önererek mekana dair farkındalığın ve sosyal etkileşimin birbirlerine bağlı olarak geliştiğini, fiziksel alanın başkaları ile paylaşılmasının ve bu kişilerin yerlerinin farkında olunmasının, mekanların algılanma biçimlerinde ve bu alanlarda başkalarıyla kurulan etkileşimde belirleyici olduğunu ifade etmektedirler. Net yerelliği kavramından biraz daha bahsetmek gerekirse mekanların iletişime sokulduğu ve üretildiği bir bağlamı işaret ettiği söylenebilir. Dinamik ve anlamlı bir yapıya dayandığı gibi sosyal etkileşim ve ağı bağlantısallığı aracılığıyla oluşturulmaktadır. Böylece lokasyonlar, sadece diğer yerlerle, yapılarla, insanlarla olan ilişkiler aracılığıyla değil, aynı zamanda dijital bilginin onlara nasıl eklemlendiği ile de anlam kazanmaktadır (De Souza e Silva ve Frith, 2013: 35).

Humpreys (2010: 768), söz konusu bilgilerin mekansal etkileşim için ortaya çıkardığı diğer bir durumu aktarmak üzere, Lofland’ın (1998) sosyal mekanların kullanılma biçimlerinden biri olarak aktardığı “mahalli” (*parochial*) kavramını ödünç almaktadır. Lofland, mahalli mekan ile birbirlerini tanıyan ya da komşu olan bireylerin

bulundukları grup içindeki kişisel ağlarının geliştiği bir alanı tanımlamaktadır. Humpreys (2010: 768) de “mahallileşme” (*parochialization*) terimi ile kamusal alanı bir ortaklık duygusu ile paylaşan bireylerin sosyal ve lokasyonel bilgiyi yaratma ve paylaşma süreçlerini ifade etmek için önermektedir. Söz konusu uygulamaların, mekansal pratikler ve şehir ile iletişimde özel ve kamusal olanın arasında kalan böyle bir alan geliştirdiğini belirtmektedir. Böylece mobil sosyal ağların kullanıcıları, hem mekanları deneyimlerken hem de birbirleriyle kurdukları etkileşimlerde bir ortaklık duygusuna sahip olmuş olurlar. Ancak mekanların paylaşılması bireyler için her zaman bir ortaklık ifade etmeyebilir. Bazen de kendi istekleri doğrultusunda filtreler kullanarak kamusal alandaki mekansal deneyimlerini kontrol etmek ve kişiselleştirmek isteyebilirler. Bu kontrol ve kişiselleştirme, bazı lokasyonları diğer konumlardan daha görünür kılarak (ziyaret edilen yerlerin bir kısmını paylaşarak), mekana dair bilgileri değiştirerek (yeni bilgiler ekleyerek ya da var olanları değiştirerek) ya da yerlere anlamlar yükleyerek (lokasyona dair yorumları okuyarak) uygulanabilir (De Souza e Silva ve Frith, 2013: 35). Kullanıcıların farklı lokasyon temelli bilgilere ulaşabilmesi, bu konumların farklı bireyler tarafından farklı şekillerde temsil edilmelerine aracı olur (De Souza e Silva ve Frith, 2013: 35). Hochman ve Manovich (2014), Tel Aviv’de insanların sosyal medyaya yükledikleri fotoğraflar ve bildirimler üzerine yaptıkları araştırmalarında mekanın değişmez bir varlık olmaktan ziyade daha çok sosyal bir ürün olduğunu, belirli sosyal gerçekliklerle çevrelendiğini ifade etmişlerdir. Örneğin turistler tarafından çekilmiş fotoğraflarla orada yaşayan bireylerin çektiği fotoğraflar şehrin farklı yerlerindendir. Bu verilerin yansıtıldığı haritayı incelediklerinde aynı yerin farklı sosyal gruplar tarafından farklı deneyimlerle tecrübe edilebileceğini, bireylerin şehir etrafındaki hareketlerinin oldukça farklı olduğunu belirtmişlerdir. Sutko ve de Souza e Silva (2010) da lokasyonel medya uygulamaları aracılığıyla sosyal ve mekansal ilişkilerin ön plana çıktığını belirtirken mekanın sosyal üretimi ile toplumun mekansal üretiminin üst üste binen yapısının genişlediğini vurgulamaktadırlar (Leszczynski, 2014: 734).

Gündelik hayatın mekanlarının ve pratiklerinin bu araçlar aracılığıyla kaydedilmesi ve yayılması, “sosyo-teknik” denebilecek, hem dijital kullanıma hem de

sosyal bir üretime işaret etmektedir (Leszczynski, 2014: 734). Sosyal olması, bahsedildiği gibi bireyin diğerleri ile etkileşimlerinde mekana yüklenen anlamdan ileri gelirken öte yandan kolektif olarak üretilmesine ve kullanılmasına da dayanmaktadır (Liao ve Humphreys, 2011: 409). Kamusal alanlarda konuma duyarlı mobil teknolojilerin kullanılması ile mekanlara dair bu bilgiler, topluluk temelli üretim sürecine girmiştir. Thielmann (2010: 7–8), bu kolektif üretim durumunu daha çok “coğrafi anlambilim” (*geosemantics*) denen imajların lokasyon kaynağı ile paylaşıldığı bir bağlama denk düştüğünü ifade etmektedir. İnternette dolaşan, paylaşılan, depolanan imajların, coğrafi koordinatla işaretlenmesi, metin tabanlı etiketlerle arama motorları aracılığıyla erişilebilir olmasını sağlamaktadır. Kennedy (2007), dünyadaki belirli yerlerin “temsili etiketler” biçiminde birikerek oluşmuş bilgisini elde etmek üzere Flickr’in coğrafi verilerini incelemiştir (Aktaran Van Dijck, 2010: 406). Flickr, görsel içeriğe ait bilgileri konum verilerinin yanı sıra kullanıcı tarafından eklenen etiketlerle birleştirerek otomatik olarak tanımlar. Van Dijck (2010: 406) bu taglerin Flickr’in veri tabanına dahil edilmesinin, benzer uygulamaların da ortaya çıkmasını tetiklediğini belirtmektedir. Bu uygulamalar ile bir konu ya da lokasyona dair fotoğrafların farklı kullanıcılar tarafından paylaşılmasının söz konusu konu ya da yerin kolektif bir görüntüsünü ortaya çıkarabileceği iddia edilebilir (Van Dijck, 2010: 406). Bu kolektivist paradigmanın yanı sıra, Dan Catt (2008) yakın gelecekte Flickr gibi fotoğraf paylaşım sitelerinde, lokasyonu belirtilmemiş bir imaj ya da video kalmayacağını belirtmektedir (Aktaran Thielmann, 2010: 8).

Shwartz (2014: 95) da, mekan imajlarının, koordinatlar ve konum etiketleri ile desteklenmesinin ortak bir pratiğe dönüştüğünü söylemektedir. Ancak lokasyon temelli medyaların mekanlar yaratma, yorum bırakma, kişisel listeler oluşturma gibi özellikleri tezin ilk bölümünde aktarılan yere bağlanma yaklaşımına benzerlikler taşımaktadır (Shwartz, 2014: 95). Aynı şekilde Özkul (2014b: 102) da, yere bağlanma yaklaşımının bir uzantısı olan yer hissini, bahsi geçen medyalar ile ilişkilendirmektedir. Bir mekana dair lokasyonel bilgiyi paylaşmak, orayı nasıl algıladığımızı ve bize ne ifade ettiğini kapsayan yer hissini değiştirebilme potansiyeline sahiptir. Kullanıcılar mobil ve lokasyon temelli medyalarda check-in yaptıklarında ya da yerlere lokasyon bilgisi

eklediklerinde, aslında bu yerlerin koordinatları aracılığıyla oraya dair hafızalarını, kavrayışlarını paylaşmış olurlar (Özkul, 2014b: 102).

Frith (2014: 892) de lokasyon temelli uygulamalardan biri olan Foursquare'ın bireylerin geçmişteki mekan hareketlerine erişebildikleri bir hafıza aracı olarak işlev gördüğünü belirtmektedir. Frith'e göre, bazı kişiler için bu etkinliklerin kronolojik sıralamasını tutmak, Foursquare'de gittikleri mekanları bildirmelerinin öncelikli sebebi olabilmektedir. Çünkü Foursquare gibi lokasyon temelli servisler, kullanıcılarına ziyaret ettikleri yer ile kurdukları kişisel ilişkiyi koruma fırsatı vermektedir (Shwartz, 2014: 95). Coğrafi ve zamansal olarak taglenen imajlar ise, yere bağlanmayı ve duygusal deneyimi çağrıştıracak şekilde, iki özelliğe dayanarak oluşmaktadır: öncelikle imaj, belirli bir zaman ve mekana yerleşiktir, ayrıca bir yere dair özel, kısa süreli, tekrar edilemeyecek bir deneyimi ortaya koyar (Hochman, Manovich ve Yazdani, 2014: 8).

Milligan (1998) yere bağlanmanın, geçmişteki etkileşimlerin yanında potansiyel etkileşimleri de kapsadığını belirtmektedir. Böylelikle, insanlar ve mekanlar arasında oluşan duygusal bağlantının, hem o yerle ilgili hatıraların hem de gelecekte orada yaşanabilecek deneyimlerin bir aradalığıyla yapılandığı ifade edilebilir (Aktaran Shwarz, 2014: 95).

Potansiyel etkileşimin ortaya çıkmasına ortam hazırlayan durum ise lokasyon temelli medyaların, imajları çerçevelemesi, gündelik hayatın hareketlerini ve anlam üretimini devam ettiren bir bağlama sokmasıdır (Hjorth ve Pink, 2014: 48). Yani bireyin geçmişle olan ilişkisi sona ermez, bulunduğu mekanları arşivleyip yeniden temsil edebileceği, hatta Milligan'ın ifade ettiği gibi potansiyel etkileşimlere açabileceği bir durum ile karşı karşıyadır.

Özkul'un (2013) da belirttiği gibi lokasyon temelli medyalar, yere bağlanmanın bir aracı olabileceği gibi aynı zamanda da lokasyona dair bilginin paylaşılmasını sağlayarak söz konusu yerdeki bireylerle etkileşimi sürdürebilmenin bir yolunu oluşturmaktadır.

2.2.3 Sosyal Medyada Mekansal Etkileşim

Hall’a (2018: 163) göre sosyal etkileşim sosyoloji, iletişim, sosyal psikoloji alanlarında ya çok kapsayıcı ya da oldukça sınırlayıcı bağlamlar arasında tartışılmalıdır. Turner (1988: 14), sosyal etkileşimi, bireylerin mekan içerisindeki hareketlerinin, örtük veya zihinsel müzakerelerinin ve fizyolojik durumlarının diğerlerinin davranışlarını belirlediği bir süreç olarak aktarmaktadır. Kısaca aktörlerden birinin davranışlarının diğerini etkilemesi ve aktörün diğerine tanınması olarak özetlenebilir.

Turner (1988: 14), etkileşimin farklı yönlerini öne çıkaran “değişim” (Homans, 1961), “etnometodoloji” (Garfinkel, 1967), “sembolik etkileşim” (Blumer, 1969), “dramaturji” (Goffman, 1959) veya “etkileşim ritüelleri” (Collins, 1986) gibi farklı yaklaşımları hatırlatarak söz konusu konseptleri birleştirici bir fenomen olarak sosyal etkileşimi göstermektedir. Bu yaklaşımların ortak noktalarını bedensel hareketlerin, ve ortaya konan ifadelerin sembollerle yorumlanması olarak belirtirken motivasyon süreçlerinin gözden kaçırıldığını ifade etmektedir (Turner, 1988: 43). Çünkü etkileşimsel süreç, insanların birbirlerinin davranışlarını yönlendirirken gerçekte ne yaptıklarıyla ilgilenmektedir. Turner ise, motivasyonel sürecin dahil edildiği modelin insanları diğerleri ile iletişim kurmak üzere neyin harekete geçirdiği ile ilgilendiğini söylemektedir (Turner, 1988: 15).

Hall’a (2018: 163) göre sosyal etkileşim sürecinin bir tarafında diğerlerinin varlığının farkındalığı ve bu farkındalığa cevap olarak sonradan gelen davranışları kapsayan sosyal dikkat vardır. Diğer tarafında ise Miller ve Steinberg (1975) tarafından kavramlaştırılan kişilerarası iletişim bulunmaktadır. Sosyal dikkat, diğerlerinin varlığı fark edildiğinde ortaya çıkar ve kişi kendini gözlemlemeye başlar. Bu noktada kişinin kendine ait benliği başkalarına açılmış olur (Hall, 2018: 163). Dolayısıyla sosyal dikkat, karşılıklı bir onay ve kasıtlı ilişki kurmaya bağlıdır. Kişilerarası iletişim ise kalıplarla tanımlanan rol temelli etkileşimlerin yanı sıra tanıdıklarla kurulan dinamik etkileşim süreçlerini kapsamaktadır.

Daha geriye gidersek Goffman (2014) davranışları belirleyen yapılaşmış durumları, drama ya da tiyatro analogisiyle kurgulayarak gözlemciler ve katılımcılar arasındaki performanslar üzerinde durmaktadır (Aktaran Poloma, 1993: 202). Goffman'a göre (2014: 28), yüz yüze etkileşim kabaca fiziksel olarak aynı ortamda bulunan bireylerin karşılıklı olarak birbirlerinin eylemleri üzerindeki belirleyicilikleri biçiminde tanımlanabilir. Goffman'ın performanslarla kastettiği ise, belli bir durumda belli bir katılımcının diğer katılımcıları etkilemek üzere sergilediği davranışlar, yaydığı/verdiği izlenimlerdir (Goffmann, 2014: 28). Bu izlenimler birey tarafından kontrol edilmeye çalışıldığı gibi ayrıca idealize edilerek toplumun onayladığı değerlerden ve davranışlardan çok daha fazlasını içermektedir (Goffman, 2014: 45).

Etkileşimi, bireylerin benliği ve bu benliği mümkün kılan diğerleri arasında devam eden bir süreç olarak betimleyen düşüncenin temelinde ise sembolik etkileşim vardır (Poloma, 1993: 218). Sembolik etkileşim, mikro sosyolojinin teorik çerçevelerinden biri olarak bireyler arasında tekrar eden etkileşimlerin toplumu nasıl oluşturduğu ve koruduğu ile ilgilenmektedir (Carter ve Fuller, 2015: 1). Bireyden çok toplumsal grubun, öznel den çok nesnel gerçekliğin üzerinde duran pozitivist yaklaşımların makro izleklerine alternatif bir perspektif öne sürmüşlerdir (Poloma, 1993: 224). Sembolik etkileşimcilere göre, söz konusu yapısalcı yaklaşımlar, toplumu bireyi tanımlayan sınırlayıcı bir varlık olarak somutlaştırmaktadırlar. Oysaki birey, sosyal dünyasını oluştururken otonom, öznel ve tümleyicidir (Carter and Fuller, 2015: 1). Bu yüzden sembolik etkileşim, objektif yapılardan çok sübjektif anlamın bireyler arasında tekrarlanan, anlamlı etkileşimlerle toplumu nasıl oluşturduğunu sorunsallaştırmaktadır (Carter and Fuller, 2015: 1).

Sembolik etkileşimciliğin düşünsel nüvelerini oluşturan ise George Herbert Mead'in nesnel dünyanın gerçekliği içinde insanın öznel yorumunun bir ifadesi olarak benlik üzerine geliştirdiği izleklerdir. Mead'e (1934) göre benlik iki şekilde kavramsallaştırılmalıdır (Aktaran Turner, 1988: 32). Birincisi daha durağan olan ya da bireyin her durumda kendisi hakkında sahip olduğu yapılandırılmış bir dizi anlamı kapsayan kendiliğine ilişkindir. Diğeri ise somut bir etkileşim ortamında kullandığı

geçici imajları ifade etmektedir (Turner, 1988: 32). Nitekim bireyin bir durumu nasıl algılayacağını ve bu durum karşısında ortaya koyacağı davranışı, bu benliklerin hangisinin daha baskın olarak ortaya koyduğu belirlemektedir. Bireyin durumlar karşısında sunduğu benlik, sadece kendisine dair farkındalığı ile ilişkili değildir, aynı zamanda diğerlerini de kategorize etmektedir. “Genelleştirilmiş diğerleri” bireyin kendisini bir nesneymişçesine değerlendirmek üzere ya da potansiyel cevaplarını yönlendirmek için bir çerçeve ya da bir perspektif olarak referans aldıkları ötekilerdir (Mead, 2017: 181). Diğerleri ile etkileşimleri, söz konusu grubun genelleştirilmiş normları, değerleri, düşünceleri ya da diğer kültürel kodları aracılığıyla gerçekleşmektedir (Mead, 2017: 181–183). Ancak bu süreçte bireyin daha durağan olarak inşa ettiği kendi benliği de bahsi geçen durumları içselleştirmekte ve kendi anlam dizilerine göre yorumlamaktadır. “Dolayısıyla bireyin benliği, biyolojik ve psikolojik bir ‘ben’ ile sosyolojik bir ‘bana’nın bir bileşimidir” (Poloma, 1993: 223).

Mead’in sembolik etkileşim düşüncesini devralan öğrencisi Blumer (1969) da, benliğin etkileşime dayanan bir ortak eylem süreci içinde ortaya çıktığını vurgulamaktadır (Carter ve Fuller, 2015: 2). Bu düşünceye göre, insanlar bazen kendileri hakkında ve diğerleri ile ilişkileri üzerine pek düşünmeseler de sembollerini nasıl idare ettikleri ya da durumların anlamları ile nasıl uzlaştıkları konusunda dikkatli bir eylem (*mindful action*) halindedirler (Mead’ten Aktaran Carter ve Fuller, 2015: 2). Blumer’in (1969) sembolik etkileşimciliği, insanların şeylerin kendilerine ifade ettiği anlamlara göre tavır aldığına, bu anlamların ise etkileşimde bulundukları kişilere göre çıkarsandığına ve son olarak söz konusu anlamların bir yorumlama sürecine sokulduğuna dayanmaktadır (Aktaran Poloma, 1993: 224).

Alfred Shutz, sembolik etkileşimin yorumlama sürecine “bilgi stoku” (*stocks of knowledge*) terimi ile katkıda bulunarak bireyin geçmiş deneyimlerinin de durumları anlamlandırmasında rol oynadığına işaret etmektedir (Aktaran Turner, 1988: 80). Bahsi geçen geçmiş deneyimler, bireyin bir durumu yorumlamasını sağlayacak perspektifleri, çerçeveleri sağlamaktadır. Bu çerçeveler ise ortak bilgi birikiminin içinde bulunan kurallara, bağlamın çözülebileceği işaretlerin bilinmesine denk düşmektedir. Zira

etkileşim, bireylerin ortak bilgi birikimine sahip olduklarını varsaydıkları için mümkündür. Ancak burada dikkat edilmesi gereken unsur Jean Piaget'nin (1968) de aktardığı gibi kişinin bilme eyleminin sadece kendisini bilmesi ile başlamadığı gibi diğer objeleri bilmesi ile de başlamadığıdır, ikisinin karşılık etkileşimi söz konusudur (Aktaran Relph, 1976: 69). Relph (1976: 59), Piaget'nin bahsettiği durumun yerin anlamlandırılma sürecinde de yaşandığından bahseder. Birey, bir kasabaya ilk kez geldiğinde oraya dair zihninde yer edecek imajlar, kasabanın görülecek yerlerinin işaretlerinden oluşacaktır. Ancak kişinin orayı bir tabula rasa olarak, yani tamamen gözleminden ve deneyiminden hareketle keşfettiğini düşünmek yanıltıcı bir düşünce olacaktır. Relph (1976: 59) bunun yerine yaşanan süreci, a priori fikirler ve doğrudan deneyimler arasında kurulan karmaşık bir dengeye bağlamaktadır. Kişinin oraya dair yer imajı, kendisi ve dış dünya arasında kurduğu bu karşılıklı etkileşim ile oluşmaktadır.

Milligan (1998: 2) da yerin anlamlandırılma sürecini Blumer'ın sembolik etkileşim kavram setiyle ele alır. Bu perspektifle mekanın, etkileşim aracılığıyla anlam verilen bir tür obje olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü sembolik etkileşime göre, bireyler ve içinde bulundukları gruplar için dünya, objelerden oluşmaktadır; söz konusu objeler de sembolik etkileşimin ürünleridir. Objeler ise üç şekilde sınıflandırılabilir: sandalye, ağaç, bisiklet gibi fiziksel objeler, öğrenci, başkan, anne ya da arkadaş gibi sosyal objeler ve son olarak filozofik doktrinler, ahlaki kurallar ya da adalet gibi düşüncelerin dahil edilebileceği soyut objeler (Blumer'dan Aktaran Milligan, 1998: 2–3). Mekanlar ise yapılı çevrenin bir biçimi olarak fiziksel objeler kategorisinde değerlendirilebilir.

Tezin ilk bölümünde yere bağlanma, yer hissi, yer oluşturma gibi çevre psikolojisi terimleriyle ele alınan, kurulan duygusal bağ sonucu mekanın yere dönüşmesi fikri, sembolik etkileşim sürecinde obje olan mekanın anlamsal dönüşümüne denk düşmektedir (Milligan, 1998: 7). Benzer şekilde Low (1992) da yere bağlanmayı, kültürel olarak paylaşılan duygusal/duyuşsal anlamların özel bir mekana ya da bir alana verilmesi yoluyla oluşturulan sembolik ilişki biçiminde açıklamaktadır. Bu etkileşim ise yere dair kişisel bir hikaye, mülkiyet edinme, yerin adlandırılması, kültürel bir etkinlik

gibi çeşitli faktörler aracılığıyla kurulabilmektedir (Aktaran Shwarz, 2014: 89). Farman'a (2012) göre, mekansal ilişkilerimiz, kendimizi nasıl tanımladığımızı, daha geniş bağlamda yerimizi, jestlere, nesnelere ve işaret sistemlerine yerleştirilmiş kültürel anlamları ortaya koymaktadır (Aktaran Özkul, 2014a: 32). Özkul, mekan algısının ve söz konusu yere verilen anlamın, yaşanan tecrübeye ve orada/orasıyla oluşturulan bağa göre kişiden kişiye değişeceğini vurgulamaktadır.

Milligan (1998: 8–9) yere bağlanmanın özelliğini, önceki başlıkta da kısaca aktarılan, birbiri ile ilişkili iki süreçle ortaya koymaktadır: etkileşimsel geçmiş ve etkileşim potansiyeli. Öncelikle belirli bir alan, sınırları içinde meydana gelen eylemlerin anlamlılığından ötürü birey tarafından özel olarak kabul edilebilir. Zaman içinde, söz konusu yere, yaşanan deneyimler için bir tarih, bir geçmiş atanmış olur, bu durum ise etkileşimsel geçmişini yaratır. Ancak bahsi geçen bu geçmiş, şimdiki durumlarla ilişkili bir biçimde sosyal olarak yapılandırılmaya devam etmektedir. Mekanın etkileşim potansiyeli ise, deneyimin koşullarının şimdiki zamanda da yer alması ile geçmişin bir yönünü devam ettirmesine dayanmaktadır (Milligan, 1998: 9). Kısaca özetlemek gerekirse insanlar ve mekanlar arasında oluşan etkileşimin hem oraya dair hatıralardan hem de orada yaşanabilecek potansiyel deneyimlerden oluştuğu söylenebilir (Shwartz, 2014: 89). Bununla birlikte sosyal medyalar aracılığıyla mekanlara dair imajların ve bildirimlerin etkileşime sokulması mekanlara dair sembolik etkileşimin bir diğer boyutunu oluşturmaktadır. Gordon ve De Souza e Silva'nın (2010: 59) belirttiği gibi söz konusu imajlar ve bildirimler, başkalarının fiziksel mekandaki varlıklarına dair işaretler olduğu kadar, mekanların yorumlanmasının ve buradaki bireylerle kurulan etkileşimin de belirleyicisi olmaktadır. Birey, sosyal ağ uygulamaları ile lokasyonel bilgilerini paylaşarak hangi mekanlarla kendisi arasında ilişki kurduğunu gösterebilirler. Belirli bir yer ile ilgili neyi paylaşacağını ya da paylaşmayacağını kontrol ederek yer oluşturma (place making) farklı yönlerini iletişime sokmakla kalmaz, aynı zamanda benliğini de farklı biçimlerde çerçevelemiş olur (Özkul, 2014b: 108). De Souza e Silva ve Frith (2013: 42), bireyin sosyal medyalar aracılığıyla mekanlara dair yaptıkları yorumların, bildirimlerin lokasyonları yeni anlamlarla donattığını ifade ederler. Bu durumu ise “lokasyonun sunumu” (presentation of

location) biçiminde nitelendirerek insanların mekanlar üzerinden kendilerine dair bağlantılar yarattıklarını anlatmaktadırlar. Dolayısıyla kullanıcıların mekanlara dair oluşturdukları anlamlar, hem diğerlerinin mekanı nasıl algıladıklarını biçimlendirirler, hem de bireylerin mekanla kurdukları etkileşimin bir yansıması olarak kabul edilebilirler.

Gündelik hayatın farklı yönlerinin, statü, cinsiyet, kimlik, benlik, dijital dünyada benliğin sunumu gibi pek çok konunun yeniden düşünülmesine kuramsal temel sunan sosyal etkileşim (Carter ve Fuller, 2015) bu başlık altında kısaca tanımlanmaya çalışılmıştır. Hem mekanın anlamlandırılması hem de bireylerin bu anlamları kendilerince yorumlamaları süreci aktararak sosyal medyada mekanların bildirilmesinin ve mekanlara dair fotoğraflar paylaşılmasının sembolik etkileşim kapsamında ele alınabileceği vurgulanmıştır. Tezin sahasına dair bulguların aktarıldığı üçüncü bölümde ise bahsi geçen konular daha detaylı olarak öğrenci değişim programına katılmış bireylerin sosyal medya ve mekansal etkileşimleri doğrultusunda ele alınmaya çalışılacaktır.

3. ÖĞRENCİ DEĞİŞİM PROGRAMINA KATILMIŞ BİREYLERİN MEKAN İLE ETKİLEŞİMLERİ ve SOSYAL MEDYA

3.1 Araştırmanın Konusu

İlişkilerin mekana bağlı olma kısıdının ortadan kalkması, enformasyonun, imajların dünyayı hızla dolaşması, insanın mekan ile kurduğu etkileşimin bağlamını değiştirmiştir. Tezin ilk kısmında modernite ile değişen mekan anlayışlarının ve postmodern düşüncede mekanın aktarıldığı başlıklarda bu durum “boş uzam” (Giddens, 1994), “zaman-mekan sıkışması” (Harvey, 1997), “hayali dünyalar” (Appadurai, 2001) gibi kavramlarla betimlenmeye çalışılmıştır. Mesafelerin hızlıca aşılabilmesi, insanın dünyayı deneyimleme biçimini farklılaştırmıştır. Benzer düşünceleri “yer olmayanlar” (Augé, 1992) ve “hiper uzam” (Jameson, 2011) gibi bireyin kopuk mekanlar arasında bağ oluşturmamasını tartışan yaklaşımlar izler. Sosyal medya, bahsi geçen şekillerde tasvir edilen dünyanın görece geç bileşenlerinden biridir. Virilio’ya göre (2013: 66) bilgisayar ekranları gibi derinliği olmayan ara yüzlerin hayatımıza girmesi, orada ve burada olmanın ayrımını ortadan kaldırmaktadır. Bedenin çevresel gerçeklikten sıyrılabilmesini iddia eden “sanal gerçeklik”, “sibermekan” tartışmaları da, yeni iletişim teknolojilerinin sanal mekanları öne çıkaran, insanı mekansal bağlamından koparan bir tasvir sunsalar da bu bağlamların iç içe geçtiğini ifade eden düşünceler de söz konusudur. Çünkü gündelik yaşamda mekan, hala bireylerin birbirleri ile karşılaştığı, beden ile deneyimlenen, kimliğin sunulmasına fırsat veren, anıların tutunduğu bir bağlamı ifade eder. Peki sosyal medya, gündelik yaşamın mekanlarının temsil edildiği, aktarıldığı bir mecra olarak, bireylerin mekansal etkileşimini nasıl biçimlendirmektedir?

Öğrenci değişim programları, geçici bir süre ile öğrencinin başka bir şehirde, ülkede yaşamasına fırsat vererek mevcut gündelik hayatın akışı dışına çıkmasına aracı olmaktadır. Yeni bir gündelik hayat deneyimi ile karşı karşıya olan birey, gitmeden önce karar alırken, gittiği sırada oraya entegre olurken, gittikten sonra yaşadıklarını

anımsarken ve paylaşıırken sosyal medyayı, bir enformasyon kaynağı, yaşayacaklarına dair görsel bir anlatı, deneyimin aktarım ve hatırlanma aracı olarak kullanmaktadır. Tezin sahası, öncesi, sırası ve sonrası olarak ifade edilebilecek etkileşim süreçlerini ve bu süreçler içinde sosyal medyanın mekanlara dair bir etkileşim aracı olarak nasıl kullanıldığını aktarmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla öğrenci değişim programına katılmış bireylerle derinlemesine görüşmeler yapılarak öncesinde yere dair yaptıkları araştırmalar, orada bulundukları sırada sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar, oraya dair biriktirdikleri fotoğraflarla/videolarla şimdi kurdukları ilişkide sosyal medyanın üstlendiği rol, araştırmanın temel eksenleri olarak alınmıştır.

Cilifford Greetz, belli bir gerçeklik tanımına ilişkin konuşmalarımızın kaynağını nerede bulunduğunu sorar; bu sorusu ile aslında araştırmacının kendi duruşundan gerçekliğe uzanmasını sorgulamaktadır (Aktaran Binark, 2005: 186–187). Araştırmacının “olup-biteni” ya da “gerçeği” anlama ve anlatma çabasında, zihninde peşine düştüğü soruları neden, nasıl sorduğu, toplumsal olarak nasıl kurguladığı, bazı konuları ise neden dışladığı “özdüşünümselliği”nin yansımasıdır. Çünkü “düşünüm” sürecinde araştırmacı kendi kendisiyle satranç oynamaktadır (Aktaran Binark 2005: 187). Tezi yazma sürecinde kullandığım dil ile üçüncü şahıs konumunda olan ben, Greetz’in tabiriyle satrancın hem siyah taşlarını hem de beyaz taşlarını elinde tutan tarafım. Öğrenci değişim programına katılmış bireylerin sosyal medya aracılığıyla mekanla kurdukları ilişkiyi düşünürken ‘kendimi’ de olup-biteni anlama sürecine dahil ettim. Çünkü ben de değişim programına katılmış biri olarak görüştüğüm kişilerin hikayelerine benzer bir hikaye ile araştırmaya katıldım.

Toulouse ve Bordeaux, benim için lokasyonlarının, isimlerinin, meşhur oldukları özelliklerinin dışında, Agnew’in işaret ettiği gibi, oldukça anlamlı yerler. Bordeaux’da değişim programı öğrencisi olarak zaman zaman oraya ait hissederek zaman zaman sevmediğimi düşünerek 6 ay yaşadım. Toulouse’da ise aslında hiç bulunmadım. Ancak yine değişim programı ile gitmek üzere okula kayıt yapacak aşamaya kadar gelip işim dolayısıyla gitmekten vazgeçmek zorunda kaldım. İlginç olan ise bazen oraya da kendimi ait hissetmem, hiç bulunmadan, gördüğüm fotoğraflarla, orada olmayı çok

isteyerek yaptığım araştırmalarla, konuştuğum insanlarla aslında bir bağ kurduğumu fark ettim. Instagram’da hala başvuru yaptığım dönemde takip ettiğim Toulouse fotoğrafı paylaşan hesabı takip ediyorum. Toulouse’u takip ederken elbette güzel anılarla hatırladığım Bordeaux paylaşımlarını da takip ediyorum. Hayatımın çok kısa ama görece farklı bir dönemini geçirdiğim yerin sokaklarını, binalarını, meydanlarını bugünkü hayatımdan tekrar görmek istiyorum.

Gittiğim yerleri sosyal medyada yeniden görme fikri, gitmek istediğim yerler için ise sosyal medyanın hayal kurmanın materyalini sunuyor olması araştırmanın sorularını kurgulamamı sağladı. Dolayısıyla benim için sosyal medya, hem gideceğim süreçte hem de döndükten sonra yerle bağ kurmanın ve bu bağı sürdürmenin oldukça önemli bir aracı oldu. Üstelik bozulan bilgisayarlar ve kaybolan hafıza kartları ile oraya dair fotoğraflarımın bir kısmının arşivlenebildiği tek yer yine sosyal medyaydı.

Bahsi geçen durumları göz önünde bulundurduğumda sosyal medya ve yer etkileşimi için üç önemli süreçle karşılaştığımı fark ettim: Bordeaux ve Toulouse’a gitmeden önce nasıl bir yerle karşılaşacağıma dair fikir edinmek için yaptığım araştırmalar, orada bulunduğum süreçte deneyimimi fotoğraflayarak kaydetmek ve başkaları ile paylaşmak, son olarak da sonrasında bulunduğum yer ile kurduğum hafıza bağı.

3.2 Araştırmanın Yöntemi

3.2.1 Kuramsal Çerçeve

Mekan üzerine düşüncelerin tartışıldığı birinci bölümde, mekanın anlamının sosyal olarak üretildiği ve aynı zamanda da bireyin orayı “anamlı bir yer” haline getirmesinin bireysel süreçlere dayandığı ifade edilmiştir. İkinci bölümde ise hem sosyal süreçlere dayanan hem de bireyin kendini ifade etmesinin bir aracı olan yerin, sosyal medyada temsil edilme biçimleri aktarılmaya çalışılmıştır. Bireyin, sosyal medyadaki mekan temsilleri ile ilişki kurma biçiminin kolektif anlam üretimine bağlı olduğu kadar öznel deneyimle de ilişkili olduğu vurgulanmıştır. Yerin sonu tartışmalarının aksine mekan, hala sosyal süreçlerin önemli bir ögesi olmaya devam ederken birey de bu döngü içinde

sembolik etkileşimin aktörü konumundadır. Yani, bir yerin birey için ifade ettiği anlam, diğerlerinin o yere ilişkin kendisine nasıl davrandıklarına göre biçimlenmektedir; ancak birey de söz konusu davranışları otomatik olarak almaz, kendine göre yeniden bir yorumlama sürecine sokmaktadır (Blumer'den Aktaran Poloma, 1993: 225). Dolayısıyla bireyin mekan ile kurduğu ilişkiyi, sembolik etkileşim yaklaşımıyla ele almak tezin katmanlı yapısını bir araya getiren bir zemin sunmaktadır. Sosyal psikoloji konularından biri olarak sosyolojinin mikro bakışı ile ortaya çıkan sembolik etkileşim kavramı tezin ikinci bölümünün sonunda mekansal etkileşim bağlamında aktarılmaya çalışılmıştır. Ancak Blumer'in kavramlaştırmasını hatırlamak yerinde olacaktır.

Blumer'in (1969) sembolik etkileşimciliğe yönelik kuramsal yönelimi, üç temelde özetlenebilir (Blumer'den Aktaran Carter&Fuller, 2015: 1): “(1) insanlar, şeylerin onlar için sahip oldukları anlamlara dayanarak, şeylere karşı hareket ederler. (2) şeylerin anlamı, başkalarıyla olan sosyal etkileşimlerinden kaynaklanır veya ortaya çıkar. (3) anlamlar, kişilerin karşılaştıkları şeylerle ilişki kurarken kullandıkları yorumlayıcı bir süreçle ele alınır ve değiştirir.

3.2.2 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Sayısal bir temsiliyet yerine katılımcıların olayları nasıl algıladığını, kavramlaştırdığını ve değerlendirdiğini derinlemesine ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada niteliksel yöntemlerden biri olan betimsel analizden yararlanılmıştır. Tesadüfi olmayan, amaçlı ve yargıya dayanan örneklem ile uluslararası öğrenci değişim programlarından birine katılmış, geriye dönmelerinden sonra ise aradan en az bir yıl geçmiş bireylere ulaşmak amaçlanmıştır. En az bir yıl geçmiş olma şartı gözetilmesinin sebebi araştırmanın dinamiklerinden birinin de yere dair hafıza olmasıdır. Elbette ki bir yılın yer nostaljisi yaşamak için yeterli bir süre olduğunu iddia etmek çok bilimsel olmayacaktır; ancak oradaki deneyimin üstünden geçen bir yıllık süre, farklı bir döngüye geri dönüldüğünün kabulü gibi okunabilir. Öğrenci değişim hareketliliğine katılım ise tek bir program kapsamında değerlendirilmemiştir. AFS, Mevlana, Erasmus öğrenim hareketliliği gibi farklı programlarla yurtdışına gitmiş bireyler çalışmaya dahil edilmiştir.

Öğrenci değişim programlarına katılım daha çok üniversite öğrencileri arasında yaygın olduğundan araştırmaya katılan görüşmecilerin hepsi üniversite eğitimi alan ya da almış kişilerdir. Çoğunun sosyo-ekonomik durumu benzeştiğinden görüşmecilerde gözetilen değişkenler yaş, cinsiyet, değişim programının üzerinden geçen zaman, mesleki hayata başlayıp başlamamalarıdır.

Örnekleme 23-33 yaş aralığında (23, n:3; 24, n:2; 26, n:4; 27, n:3; 28, n:4; 29, n:1; 30, n:2; 33, n:1) 11 kadın, 9 erkek toplamda 20 kişi oluşturmaktadır. Bu yaş grubunun tercih edilmesi ise Facebook'un Türkiye'de en yaygın kullanılmaya başlandığı yılın 2007 olmasına dayanmaktadır. Katılımcıların öğrenci değişim programında olduğu dönemde yer fotoğrafları paylaşması ve konum bildirmeye uygun sosyal medyayı kullanması beklendiğinden bahsi geçen biçimde yaş sınırlaması getirilmiştir. Katılımcılarla, yarı yapılandırılmış sorulardan oluşan derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ise Ekim 2017'den Ocak 2018'e kadarki 3 aylık dönemde yapılmıştır. Her bir görüşme katılımcıların rızası alınarak ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve tümüyle deşifre edilmiştir. Görüşme süreleri ise 30 ile 60 dakika arasında değişmektedir.

3.3 Bulgular ve Yorum

3.3.1 Etkileşim ve Mekan

Mekanın bir etkileşim aracı olması, görmek ve görülmek edimiyle oldukça ilgilidir. 19. Yüzyıl modern toplumunun deneyimlerinde yaşanan değişim, kentlerin algılanma ve ziyaret edilme biçimlerine de yansımıştır (Urry, 2009: 218). Urry, yeni görsel algılama biçimlerini, kitle turizminin ortaya çıkardığı “turist bakışı” kavramı ile açıklar. Kent, onu görmek üzere orada bulunan ziyaretçilerine daha geniş bir görüş açısı sunmak üzere uzun bulvarlara bölünmüştür, manzaralara çıkan yollarla görülenden daha fazlasını bulmayı vaat eder⁹ (Berman'dan aktaran Urry, 2009: 219). Bugün kentin görülenden daha fazlasını sunma potansiyeli, sadece söz konusu değişimden kaynaklanmamaktadır. “Turist bakışı”, sosyal ağlar ve web gibi medyalar sayesinde bir

⁹ Berman (1983), 1870li yıllarda Paris'in yeniden inşasını değerlendirirken bulvarlar, kafeler ve tepe noktalarına giden yollarla birlikte şehrin görme kültürünün yeniden biçimlendiğini aktarmaktadır.

yerde bulunmadan önce harekete geçmektedir. Görmek ve orada görülmenin bir aradalığı mekan üzerinden etkileşim kurmanın yeni biçimlerini yaratmaktadır.

Eric Gordon ve de Souza e Silva (2010) *Netlocality* adlı kitabın girişinde caddede yürürken bir cafe gören ve kahve içmek üzere içeri giren bir adamdan bahsederler. Adam, lokasyon temelli sosyal medyalardan birinde (*location based social media*) check-in yaptıktan sonra başka bir kafede bulunan arkadaşının paylaşımını görür ve kalkıp onun yanına gitmeye karar verir. Gordon ve de Souza e Silva'nın (2010: 1) bu hikaye ile vurguladıkları, şehrin artık sadece göz ile görülebilen bir kısımdan ibaret olmadığıdır. Lokasyon temelli sosyal ağlar, kişilerin fiziksel olarak bir yerde bulunarak karşılaşamayacakları yorumları, bağlantıları, bilgileri ve yönlendirmeleri sunarlar.

Sahanın *etkileşim ve mekan* bölümü, hem bireylerin mekanla ilişkilerini hem de mekan üzerinden diğerleri ile etkileşimlerini genel hatlarıyla ortaya koyarak diğer bölümler için bir yola çıkış noktası oluşturmayı amaçlamaktadır. Çünkü oraya gitmeden önce, orada bulunulan süreçte ve sonrasında orayı anmadan önce, birey hem kendisi için bir bağlam yaratmaya çalışır, hem de yeri başkaları ile paylaşılan bir etkileşim aracı olarak görmektedir. Gitmeden önce yere dair bilgi edinme, oraya gidildiğinde paylaşılanlar ve döndükten sonra paylaşılanların nostaljisini yaşamak, mekan ile etkileşimde bulunmanın farklı görünümünü oluşturmaktadır. Görüşmelerde öncelikle bulunduğumuz mekanı gerek konum bildirimi gerekse fotoğraf aracılığıyla neden başkaları ile paylaşmak istediğimiz sorusu yöneltmiştir. Dolayısıyla sosyal paylaşım ağlarında bu durumun nasıl tezahür ettiği ve insanların yere dair paylaşım yapmayı nasıl değerlendirdikleri görüşmelerin ilk soruları arasındadır. Bu sorular aracılığıyla ulaşılmak istenen ise sosyal medyanın bireylerin mekansal etkileşimleri için ne sağladığıdır.

Tezin sahasında mekanın görsel temsili de göz önünde bulundurulduğundan Foursquare gibi sadece check-in yapma fırsatı sunan sosyal medyaların kullanıcılar tarafından nasıl kullanıldığı araştırmanın kapsamına dahil edilmemiştir. Bu bağlamda görüşmecilerin paylaşımlarını daha çok dolaşıma soktukları yer, hem lokasyon temelli olan (konumu bildirmeye izin veren) hem de görsel bir arayüze sahip Instagram'dır. Facebook, geçmişte kullandıkları bir platform olarak aktarılmıştır.

Görüşmeciler, Facebook ve özellikle Instagram üzerinden mekana dair fotoğrafları paylaşma motivasyonları ile ilgili öncelikle ayrıntılı bir açıklama yapmamış, yerleri taglemeyi sevdiklerini, bir fonksiyon olarak fotoğrafı tamamlayıcı bulduklarını belirtmişlerdir. Ancak bazıları içinse fotoğrafı kendi başına paylaşmak zaten bir yeri anlatmak için yeterli olmaktadır. Her iki durum da yine yeri paylaşmayı ve mekan üzerinden etkileşim kurmayı kapsadığından bir bütün olarak düşünülmüş, sosyal medyada yere dair görsellerin paylaşılması ve bu görsellerin konumlarını belirten taglerle desteklenmesi söz konusu etkileşimin görülebileceği pratikler olarak seçilmiştir.

En çok karşılaşılan cevap, bireylerin yaşadıkları deneyimi kayıt altına almak üzere gittikleri yerlerden fotoğraf paylaştıkları ve bu yerleri tagledikleridir. Elif için Instagram’da paylaşım yapmak, kişisel anıların biriktirilmesinin bir yoludur. Hatta onun için bir tür anı defteridir. Geriye dönüp neler yapmış olduğunu bu paylaşımları sayesinde görebildiğini belirtmiştir. Anı defterine nasıl gidilen yerlerin isimleri not ediliyorsa, bu platformda da hatırlanmak üzere konum bildirilmekte, fotoğraf paylaşılmaktadır. Yeliz de yine yaşananların materyaller aracılığıyla biriktirilmesi ile benzerlik kurarak aslında yeri bildirme ve paylaşma özelliğinin, bu alışkanlıklarımızı karşıladığını vurgulamıştır. Instagram’daki paylaşımın konumunun ilan edilmesi, bilgisayardaki fotoğrafların yerlere göre arşivlenmesi gibi anıları tasnif etmenin bir biçimidir. Ayışığı, bu tasnif özelliğini biraz daha detaylı açıklayarak hangi tarihte nereye gittiğini, gittiği yerlerin nasıl olduğunu hatırlamak istediğinde herhangi bir zahmete kalkışmadan rahatça bulabildiğini ifade etmiştir. Jordan Frith (2014: 892), mekan üzerinden iletişim kurmayı Foursquare örneği ile tartıştığı makalesinde bahsi geçen lokasyon temelli sosyal medyanın kullanıcılar tarafından başlıca kullanılma sebebinin geçmiş deneyimlerinin bir güncesini tutabilme özelliği olduğunu vurgulamıştır. Atakan, konunun sadece hatırlamak ve arşivlemekle ilişkili olmadığını, bunun için sosyal medya dışında pek çok alternatif çevrimiçi depolama alanları olduğunu, asıl mevzunun kişinin başkalarına muhteşem gelebilecek anları göstermekle ilgili olduğunu belirtmiştir. Hjorth (2005)’un da belirttiği gibi kartpostal paylaşmanın çevrimiçi bir versiyonu gibi, kişi “Buradayım ve bunu seninle paylaşmak istiyorum.” diyebilmektedir (Aktaranlar Pink ve Hjorth, 2014: 42).

Serkan, yer fotoğrafları paylaşmanın ve neresi olduğuna dair bildirim yapmanın hatırlatıcı rolü dışında takipçilerinin de merakının bu şekilde karşılandığını ifade etmiştir:

“Bir şekilde hem kendim daha sonra baktığımda nerede olduğumu görmüş oluyorum hem de o anda beni takip edenler varsa nerede olduğumu, nereden bir kare paylaştığımı görmüş olurlar. Bence onlar için de güzel bir şey olmuş oluyor. En azından kendileri gitmek isterlerse, ‘Fransa’nın şu kentine gitmiş, sonrasında da şu bölgeyi ziyaret etmiş, ben de beğendiysem oraya gidebilirim’ diye düşünüyorlar.” (Kişisel Görüşme, 04.11.2017)

Serkan’ın belirttiği gibi, yere dair fotoğrafları paylaşmak ve taglemek, sadece kişilerin hayatında bir iz kalması amacıyla yapılmaz. Merak, fotoğrafa yer bildirmeni eklenmesinin oldukça önemli bir sebebi olarak görünmektedir. Fotoğrafın bir yerden çekip aldığı görüntü, pek çok şey söyleyebilir. İzleyicinin yorumu ile yeni anlamlar kazanabilir. Ancak bu karenin nereden çekildiğini bilmeyen biri için neresi olduğunu düşünmek bir tahminden ibaret olacaktır. Dolayısıyla mekana dair imajların izleyeni konumundaki birey için bu paylaşılan güzel, ilginç, eğlenceli, kaliteli, iyi, kötü yerin nerede olduğu fikri merak uyandırıcı olabilmektedir. Bazen paylaşımın ardından gelen sorular üzerine yerin neresi olduğu aktarılmaktadır, bazen de görüşmeciler insanların merak edip öğrenmek isteyeceklerini düşünerek öngörülü davranıp onlar sormadan yerin neresi olduğunu paylaşmaktadırlar. Yeliz de bu hareketini şöyle açıklamaktadır:

“İnsanlar merak ederler bunun nerede olduğunu diye düşünerek de koyuyorum aslında. Benim ne kadar eğlendiğimi değil de mekanın ne kadar güzel olduğunu öne çıkarmaya çalışıyorum.” (Kişisel Görüşme, 28.09.2017)

İlker ise zaman zaman bu merakı oluşturmak üzere konumu bildiren tagleri kullanmadığını, insanlardan soru gelmesini sevdiğini belirtmiştir. Aynı şekilde yeri soran mesajların kendisine de geldiğini aktaran Feyza V., insanların bunu çoğunlukla gideceklerinden değil de sadece öğrenmek için yönelttiğini belirtmiştir. Çünkü yer, bir merak konusu olduğu kadar aynı zamanda da bir etkileşim ögesidir. Orada olmayan biri için bir konuşma ve paylaşım gerekçesidir (Gergen’den Aktaranlar Pink ve Hjorth, 2014: 42).

Diğer bir etkileşim biçimi ise Ayışığı'nın bahsettiği, hiç tanımadığı insanların kendisinin bulunduğu yerlerden paylaşım yapması ve bu durumun diğer insanlarla arasında bir yakınlık kurmasıdır. Humphreys (2010: 768), kentsel kamusal alanda mobil sosyal ağların ortaya çıkardığı etkileşim biçimlerini ve mekansal pratikleri değerlendirdiği makalede, mobil ağların kamusal ilişkileri biraz daha yakınlaştırdığını ifade eder. Kamusal alanı paylaşan bir grup kişinin aralarında ortaklık hissi geliştirmesine yardımcı olan, bilgi değiş tokuşu, paylaşımı ve yaratımı süreçlerini kapsayan bu durumu, “mahallileşme” (*parochialization*) olarak adlandırır. Böylece kullanıcılar, diğerlerini tanıdıkları hissine kapılmaktadırlar. Ancak bu tanışıklığın karşılıklı olmasına gerek yoktur. Ayışığı, geçmişte bir gün hiç tanımadığı bir insanla aynı mekanda bulunmasının kendisinde yarattığı algıyı şu şekilde açıklamaktadır:

“Diğer tanımadığın insanlarla, Instagram’da olan her arkadaşını tanıımıyorsun sonuçta, geçmişte bir gün aynı mekanda bulunmuş olmak da bir bağlantı, bağlılık hissi yaratıyor. Hiçbir bağım yok belki o insanla, atıyorum Gamze Biran diye bir moda bloggerı, onunla aynı tablonun önünden geçmiştiz, ‘o da bunu paylaşmıştı, beğenmişti, ben de bunu beğendim. Zevklerimiz aynıymış.’ gibi ortak noktalar yakalanıyor sanki. Mert Fırat mesela benim hayran olduğum bir ünlü, o da paylaşmıştı, onunla aynı zevklere sahip olmak hoşuma gitmişti.” (Kişisel Görüşme, 20.01.2018)

Ayışığı'nın örneğinde olduğu gibi mekan üzerinden bağlı hissetme durumu görecelidir; çünkü birisinin duyduğu tanıdıklık hissi topluluktaki bir diğer kişi için herhangi bir yakınlık ifade etmeyebilir.

Deniz de bu etkileşimin başka bir tarafına dikkat çeker: “kişiler, yer *fotoğrafları* paylaşarak yaşamış oldukları deneyimleri başkalarının görmelerine izin vermektedirler”. Hatta izlenen bu deneyim, bakan kişinin kendisini orada hayal etmesinin materyalidir: “Buraya gidersen böyle şeyler var, şuraya gidersen şöyle şeyler var.” Serkan’a göre bu durum özellikle bilinmeyen bir yer paylaşıldığında daha kuvvetli yaşanmaktadır. Daha önce ismini hiç duymadığı yerlerde bulunduğu Mısır gezisi sırasında paylaştığı fotoğraflara çok yorum aldığını, insanların gezdiği yerleri merak edip mesaj attığını, arkadaşları arasında çok da konuşulmayan bu yerin cezbedici bir destinasyona

dönüştüğünü anlatmıştır. “Bizim fotoğraflarımızdan sonra bazıları oraya balayına gitmeyi planladı, bazıları deniz tatili için orayı düşünmeye başladı.” diyerek aslında sosyal ağlarda paylaşılan yer fotoğraflarının ve konumlarının yönlendirici olabileceğini vurgulamıştır. Takipçilerin merakı sadece gördükleri yerin neresi olduğu ile sınırlı değildir, yer fotoğrafları ile kurdukları etkileşim, oraya gitmek istemenin fitilini ateşlemektedir. Ancak bu fitil zaman zaman sevilen bir yerin başkaları tarafından keşfedilmesi ve özel anlamını yitirmesi tehlikesini de beraberinde getirebilir. İpek, sevdiği bir yerde arkadaşının paylaşım yapmasını, özellikle de neresi olduğunu işaret eden konumunu belirtmesini istemediğini ifade etmiştir; çünkü her gittiği yeri insanlara göstermeyi sevmemektedir. Kendisine ait olmasını ister ya da orası keşfedilecekse de buna o vesile olmamalıdır. Yeliz de daha az insanın bilip tercih ettiği yerlerde bulunmayı sevdiğini belirtmiştir. Bir anda Instagram’da yüksek takipçili bir yere dönüşmesinin ve herkesin oraya gitmesinin sevdiği yeri değersiz kılacağını söylemiştir. Bu durum tezin ilk bölümünde bahsedilen yere kök salma, ait hissetme gibi kavramlarla açıklanan yer hissi ile örtüşmektedir. Relph (1976), gündelik hayatta yaşanan yer deneyimlerine odaklanır; bazı yerlerle daha yoğun bir ilişki kurulduğunu ifade eder. İnsan ve yer arasında köklü bir bağ oluşabilmesinin koşulu ise oraya ait hissetmektir (Aktaran Hubbard, 2014: 43). Daha da ileri giderek bize ait olan bir yeri başkalarından korumak istediğimizi belirtir (Aktaran Cresswell, 2004: 21). Yeliz’in ve İpek’in aktardıkları da Relph’in (1976) bahsettiği korumacı durum ile aynıdır. Ancak bugün ait hissedilen yerler, geçmişe kıyasla başkalarının görüşüne daha açıktır.

Bir yerin fotoğrafını ya da konumunu paylaşmak, kişinin daha önce oraya atadığı anlamı dönüştürebilecek güçtedir. Yani oranın kapılarını başkalarına açmaktan farklı değildir. Dolayısıyla paylaşım, sosyal medyanın internete özgü dünyası ile sınırlı değildir, gerçek anlamıyla fiziksel uzamın da paylaşılmasını ifade eder. Sosyal medyanın, fiziksel gerçekliğin dışında sanal bir gerçeklik ürettiğini ve bu iki alanın birbirinden kopuk olduğunu kabul etmek oldukça indirgemeci bir bakış açısıdır. Benzer biçimde teknolojinin gündelik hayata yayılması ile fiziksel gerçekliğin yerini aldığını düşünmek, mevcut durumu yansıtmaz (Gilder’dan Aktaran Toscana, 2017: 277). Fiziksel dünyadaki etkinlikler, sanal dünyaya yansıdığı gibi tam tersi biçimde sanal olan

da fiziksel gerçekliğe uzanmaktadır. Toscana (2017: 277), bu durumun buluşma mekanlarının anlamını bir dönüşüme soktuğunu, hatta sanal dünyanın kamusal alandaki yansımaları genişlettiğini söylemektedir. Görüşmecilerin de ifade ettiği bu dolaşım, sosyal medya ile sınırlı olmayıp mekanların, meydanların, şehirlerin sirkülasyonunu değiştirecek niteliktedir. Bireyin kendisi ile özdeşleştirerek bağlı hissettiğini düşündüğü yerler, anlamını yitirip başka bir yere doğru evrilebilir.

Sosyal ağlar, mekanların bireyler için taşıdığı anlamları dönüştürürken bireyler de bu ağlar aracılığıyla kimliklerini yansıtan mekansal anlatılar yaratabilmektedirler. Çünkü kimlik, daha önce aktarıldığı gibi sadece sosyal süreçlere dayanmaz, aynı zamanda bireyin fiziksel çevresine ilişkin bilişleri ile de ilişkilidir (Prohansky, 1993: 77). Dolayısıyla mekan-kimlik arasındaki karşılıklı ilişki Goffman'ın (2014) performanslar kavramını aklı getirmektedir. Goffman (2014: 235) gündelik hayatı, benliği sunmak üzere performansların sahnelendiği, oyuncu ve izleyici etkileşimi ile işleyen bir sahne olarak ele alır. İzleyici karşısında bulunan birey, kendisi hakkında olumlu düşünceler yaratma gayesi ile benliğini çerçeveler ve ötekilere sunar (Goffman, 2014: 17). Başkalarının gözünde yaratmak istediği kimlik, performanslarını biçimlendirmektedir. Sosyal medya da aslında bu performansların sergilenmesi için bir “set” yaratmaktadır. Bireyin bulunduğu yerleri sosyal medyada göstermesi, statüsünü, sosyal hayatının geçtiği alanları benliğini yansıtan öğeler olarak düşünüp paylaşması biçiminde yorumlanabilir. İzleyiciler karşısında mekan fotoğrafları ile kurgulanan bir vitrin söz konusudur. Betül, bunu bir yerde bulunmanın performansı olarak nitelemektedir: “Yani ben burada da bulunabiliyorum, şöyle sosyal bir hayatım var, masa başında değilim sadece, sosyal hayata dahil olabiliyorum.’ demek için konum bildirimi yapabiliyorlar.” Sinan ise Bodrum’a tatile giden bir kişinin ağzından bunu esprili bir biçimde aktarmıştır: “I don't always go to Bodrum but when I do, I make sure that everybody knows about it.” Bodrum tatili, herkesin gördüğünden emin olması gereken bir etkinlik olduğundan sosyal medya bunu paylaştığı mecra, Goffman'ın terminolojisiyle “vitrin” olmaktadır. Yeliz bu görünme merakının aynı zamanda gözetlenme merakı ile ilişkili olduğunu vurgulamıştır. Yeliz'in izlenimlerine göre birey, deneyiminin başkaları tarafından izleneceğini bildiğinden gerçekten eğlenmese bile eğleniyormuş gibi görünmek

istemektedir. Bulunduğu yeri de bu bağlama uydurmaktadır. Atakan'ın da dediği gibi mekanları böylesi bir dolaşıma sokmak aynı zamanda kişilerin en muhteşem anlarını gösterme tavrı ile bütünleşmektedir. Handan ise sosyal kaygının bahsi geçen paylaşımlarda bir etken olarak sayılabileceğini aktarmaktadır. Can ise benliğin yerler üzerinden sunumunun karşılıklı olduğunu belirtmiştir:

“Benim çevremde başkaları da geziyor diye kendi gezdiği yerleri belirtme ihtiyacı duyan insanlar var. Mesela Anıtkabir’e gidip veya Eyfel’e gidip tagleyen var, zaten oranın Eyfel olduğu belli, taglemesen de olur ama bilmediğimiz bir yer olsa ve oraya yazsan mantıklı, ben de öğrenirim; ama çok bariz bir şeyi taglemek oldukça gereksiz.” (Kişisel Görüşme, 01.11.2017)

Birinin geziyor olması, sosyal medyada aktif olma dolayısıyla sosyal hayata katılma biçimidir. Etkileşim ise mekanı paylaşma trendinin zincirleme olarak ötekini de dahil etmesi üzerinden ilerlemektedir. Ancak bahsi geçen durumu sadece benliğin sunumu olarak görmek sınırlayıcı bir bakış açısı olur. Bireyler mekanı paylaşarak bir taraftan da “anamlı bir yer” üretmeye çabalamaktadırlar. Tezin ilk bölümünde Agnew'in (1987) terminolojisinden aktarılan üçlü kavram seti, anlamlı bir yer oluşturma bileşimini sunmaktadır. Lokasyon, objektif koordinat sistemi ile bir yerin başka bir yere göre nerede olduğunu gösterirken lokal sözcüğü, sosyal ilişkilerin sürdürülmesine fırsat veren ortamları kapsamaktadır. Üçüncü kavram yer hissi ise, yere dair duygusal ve öznel bir bağın kurulmasını ifade etmektedir (Aktaran Withers, 2009: 640). Bu üç kavramın birlikteliği anlamlı bir yeri ortaya çıkarır. Cresswell'in (2004: 7) ifade ettiği gibi Kosova'yı, New York'u, bir bahçeyi ya da bir çocuk odasını herhangi bir şehir, bir oda ya da bir bahçe olmaktan farklı kılan, anlamlı bir yere dönüştürülmüş olmasıdır. Sosyal medya kullanıcıları da benzer şekilde sosyal ilişkilerini sürdürdükleri lokal denebilecek bir ortamda, bulundukları yerlerin lokasyonlarını da paylaşarak bir yer hissi oluşturmaya çalışmaktadırlar. Agnew'in yeri tanımlamak üzere ortaya koyduğu anlamlı bir yer yaratma uğraşının, sosyal medya ile desteklendiği söylenebilir.

Kullanıcıların mekan fotoğraflarını ve taglerini kendi yarattıkları anlamlarla sunmaları, Lefebvre'in (2014) ve aynı zamanda da de Certeau'nun (2008) mekanın

sosyal olarak üretildiği önermeleri ile yeniden düşünülebilir. İlk bölümde bahsedildiği gibi Lefebvre (2014), mekanın üretimini üç ayrı biçimde ele almaktadır: Mekansal pratik, bireylerin başkaları ile paylaştığı bir yeri kendi mekansal rutinlerinde nasıl algıladığı ile ilgilidir. Bunu sosyal ağlarda üretilen mekan için yorumlamak gerekirse başkalarının paylaşımlarından hareketle bireyin kendi mekansal pratiklerini oluşturması olarak düşünülebilir. Yani, birinin Mısır gezisini Instagram’da paylaşıyor olması, diğerinin balayında izleyeceği mekansal pratiklerinde belirleyici olabilir. Mekansal pratiklerin yanı sıra Lefebvre’in mekanın üretiminin diğer bir kavramı mekanın temsidir. Tasarımcılar, mimarlar, entellektüeller gibi mekansal anlamları biçimlendirmelerine denk düşer. Dolayısıyla mekansal anlamın üreticileri ile ilgilidir; yani lokasyon temelli sosyal medyalarda anlam üreten kullanıcılar, mekanın temsillerini yaratma rolünü kısmi olarak üstlenmektedirler. Lefebvre’in üçlü terminolojisinin son ögesi ise temsil mekanlarıdır. Yaşanan, deneyimlenen mekanın kendisidir, fiziksel gerçekliğin ta kendisi, mekanın gündelik yaşamıdır. Lefebvre, bu kavramı tasarımlardan uzak, ideolojinin istediği biçimde inşa edemediği bir alan olarak tasvir eder. Bu yönüyle sosyal ağlarda yaratılan mekan temsillerine karşın temsil mekanları, çoğu açıdan gündelik hayatın dinamikleri ile yaşanmaya devam etmektedir. De Certeau’nun mekan tasviri de gündelik hayatın dinamikleri ile biçimlenmektedir. Mekan, deneyimlerin ortaya çıkacağı taslağı sunar, böylece bir etkinlik alanı olarak öne çıkar. Cresswell (2004: 39), De Certeau’nun yaklaşımını yorumlarken performansların ve pratiklerin sahnelendiği gündelik hayatın mekanlarının, değişim ve açıklığı temsil ettiğini belirtir. Sosyal medya da bu bağlamda mekanın tekrar tekrar yeniden üretilmesini sağlayarak mekana dair performansların sınırlılıklarını ortadan kaldırır ve Cresswell’in bahsettiği, değişimin yaşanmasına fırsat veren dinamikliği mekana kazandırır.

3.3.2 Gitmeden Önce Yere Dair Bilgi Edinmek

Tezin ilk bölümünde birey-mekan ilişkisinden bahsedilirken Relph’in (1976), “yer kimliği” kavramına referans verilerek yeri diğer yerlerden ayıran üç bileşen üzerinde durulmuştur: i) yerin fiziksel özellikleri, ii) orada gerçekleşen fiziksel aktiviteler, durumlar vb. iii) bireylerin ve grupların, insanların deneyimlerinden ve yerle ilgili

niyetlerinden hareketle oluşturdukları anlamlar. Relph, 1976 yılında bu sınıflandırmasını yaparken kuşkusuz sosyal medyadan bağımsız bir yer kimliğı tasviri sunmaktadır; ancak bugün söz konusu bileşenlere bireylerin en kolay erişebildiğı yer, dijital ortamlardır. Bu üç bileşenden biri olan, insanların yerle ilgili niyetlerinden ve deneyimlerinden hareketle kurguladıkları anlamlar, bu başlık için oldukça önemli bir sınıflandırmadır. Çünkü yerin fiziksel özellikleri, oradaki aktiviteler, çoğunlukla başkalarının onları nasıl deneyimlediklerinin bilgisi ile kavranmaktadır. Gordon ve De Souza da (2010: 59), yere dair farkındalığın ve sosyal etkileşimin birbirlerine bağılı olarak gelişen durumlar olduğunu vurgulayarak fiziksel alandaki diğeri insanların varlığının ve yerinin farkında olmanın, mekanları nasıl algıladığımızı ve bu alanlarda başkalarıyla nasıl etkileşim kurduğumuzu biçimlendirdiğini ifade ederler. İnternetin mekana dair bilgiyi aktaran bir araç olmasından önce, bireyler ilk elden deneyime sahip diğeri insanlarla konuşarak, gazetelerde ya da dergilerde okuyarak mekanın temel özellikleri ve orada yaşayan kişiler hakkında bilgi edinmişlerdir (Gordon ve De Souza, 2010: 59). Kamusal alanlarda konuma duyarlı mobil teknolojilerin kullanılması ile yerlere dair bu bilgiler, topluluk temelli üretim sürecine girmiştir. Kullanıcıların işbirliğı ile üretilmiş yere dair imajlar ve bildirimler, diğerilerinin yer algısı ve yerle etkileşiminde belirleyici olabilmektedir (Gordon ve De Souza, 2010: 77).

José Van Dijck (2010: 407), bağlantıda olma kültürünü tartıştığı makalede, Flickr gibi sosyal ağlarda fotoğraf paylaşmanın, kolektif perspektiflerin, deneyimlerin ve hafızanın oluşmasında yönlendirici olduğunu belirtmektedir. Her ne kadar Van Dijck'in bahsettiğı, bireylerin geçmişteki olaylarla ilgili paylaştıkları fotoğraf, yorum ve bilgilerin kolektif hafızaya katkı sağlaması olsa da yerler için de benzer bir yorum yapmak mümkündür. Snavely (2008), özellikle 3 boyutlu imajların yeni bir bilme biçimi ortaya çıkardığını ifade ederek coğrafi bölgeler ve kültürel mirasla ilgili bireyler tarafından paylaşılmış binlerce fotoğrafın dünyadaki popüler yerler ve kültürel değerlerle ilgili ortak bir bilme sağladığını belirtmiştir (Aktaran Van Dijck, 2010: 408). Mekanla dair görsel deneyim aktarımları olaylarla ilgili kolektif hafızayı biçimlendirmese bile Gordon ve de Souza'nın da belirttiğı gibi topluluk temelli bilgiyi (*community based knowledge*)

yaratmaktadır. Bireylerin hafızasında oraya dair varsayımların oluşmasına aracı olmaktadır, yer ile ilgili beklentilere taslak sağlamaktadır.

Öğrenci değişim programlarına katılmış bireylerin gitmeden önce bulunacakları yere dair bilgileri nasıl aldıkları, sosyal medyanın onlara ne sağladığı bu bölümün ana sorusunu oluşturmaktadır. Önceki bölümde mekanla kurulan etkileşim paylaşım yapanlardan dinlenmiş, genelde bu durumu nasıl yorumladıkları anlaşılmaya çalışılmıştır. Ancak onlar da bu yaratım sürecinin üreticisi olduğu kadar takipçisidirler. Bir yerde bulunmadan önce oraya dair bilgi edinmek de yer ile etkileşimin bir başka boyutu olduğundan bu başlık altında bireylerin sosyal medyayı nasıl kullandıkları, yere dair bilginin öncelikli olarak nasıl sağlandığı gibi sorular cevaplanmaya çalışılmıştır.

Derinlemesine görüşme yapılan öğrenci değişim programına katılmış bireyler, gidecekleri yeri seçme süreçlerinde belirleyici olan başlıca etmenleri, üniversitenin eğitim kalitesi ve zorluk derecesi, ders denkliği, üniversite ile anlaşma olması, şehrin yaşam standartları, sosyal hayatın yeterliliği olarak ifade etmişlerdir. Bahsi geçen başlıkların, hayatlarının bir dönemini orada geçirecek olmalarından sebep oldukça önemli olduğunu belirterek orada daha önce bulunmuş kişilerden ve sosyal medyadaki/web sitelerindeki içeriklerden bilgi edinmeye çalıştıklarını aktarmışlardır. Çoğu için orayı deneyimlemiş birinin anlattıkları karar alırken öncelikli başvuru kaynağıdır.

“Bizim okulda oraya giden çok kişi vardı. Biz de üst dönemlerden duyduğumuz şeylerden aslında yola çıktık. Orası çok güzel, çok eğlenceli, öğrenci şehri dedikleri için orayı seçtik. Yani giden insanlarla konuşunca oraya karar verdik.” (İpek, Kişisel Görüşme, 27.10.2017)

“Paris’le ilgili giden insanlarla konuştum, küçük bir Erasmus grubumuz vardı. Herkes Paris’te yaşamının ekonomik olarak zor olduğu, ev bulmanın zor olduğu, ev kiralının yüksek olduğu gibi kötü özelliklerinden bahsediyordu. İnternette herhangi bir araştırma yapmadım, internette ev de bakmadım. Ha pardon ev baktım çok kısa bir süre, ama sonra hemen bir tanıdık aracılığıyla ev bulunca ev bakmayı bıraktım.” (Yeşim, Kişisel Görüşme, 28.09.2017)

“Lille kararından önce hiçbir şekilde sosyal medyadan etkilenmedim. Hocaların yönlendirmesi olsun, daha önce üst dönemlerde oraya gidenler olsun, çok öğrenci şehri, tatlı diye anlatmışlardı.” (Ayışığı, Kişisel Görüşme, 20.01.2018)

“Asıl arkadaşımın destek aldım. Gideceğim dönemden bir dönem önce oradaydı, o yüzden tanıdıkları da vardı, onlara da yönlendirerek daha rahat bir Erasmus geçirmemi sağladı.” (İnci, Kişisel Görüşme, 29.11.2017)

“Şehirlere internetten baktım hepsinin merkezine nedir ne değildir diye, Roeun’inkini beğenmemiştim ama beni ikna eden üniversiteden bir dönem öncesinde Roeun’a Erasmus’a gidenlerin anlattığı şeylerdi.” (Can, Kişisel Görüşme, 01.11.2017)

“Orada bir arkadaşım vardı Türk, onun da bir Alman yakını, şehrin kurucu ailelerinden, üniversite ile konuşarak daha kalabalık gitmemize aracı oldular. Şehri tanımamızda, yurtlara yerleşmemizde yardımcı oldular.” (Elif, Kişisel Görüşme, 30.10.2017)

Bir dönem önce orada olan bir arkadaş, bazen arkadaşın arkadaşları bazen de orada yaşayan bir tanıdık, sosyal medyadaki yere dair bilgilerden daha fazlasını sunabilmektedir. Özellikle değişim programı ile aynı şehre giderek benzer bir süreci yaşamış olan kişiler, deneyim konusunda oldukça önemli bir referans olmaktadır. Karar alma sürecinde bir kolaylaştırıcı oldukları gibi değişim programı sürecinin rahat geçirilmesine de katkıda bulunmuşlardır. Görüşmecilerin aktarımlarında, bu geleneksel bilgi edinme yönteminin yanında sosyal medya yine de önemli bir bileşen olarak ifade edilmektedir. Deniz, daha önce gitmiş arkadaşları ile konuştuğunu belirtse de bununla yetinmemiş, şehrin Facebook grubuna katılarak orada yaşayan insanların aktarımlarından da faydalandığını belirtmiştir. Hatta kalacağı evi de bu grup aracılığıyla bulmuştur. Şima, karar alma sürecinde konuştuğu bir kızın kendisini etkilediği belirtse de turistik bir gezide nelere bakılıyorsa internet araştırmasında benzer bir araştırma yaptığını, şehrin fotoğraflarına baktığını belirtmiştir. Serkan ise oradaki insanlarla etkileşimi, tıpkı Deniz gibi, sosyal medya aracılığıyla kurduğunu, sorularını bu kanallar aracılığıyla ilettiğini, aynı zamanda da bu kişilerin oradan yaptığı paylaşımları da göz önünde bulundurduğunu anlatmıştır. Bir diğer grup ise çevrimiçi ve çevrimdışı

etkileşimi bir araya getiren bu melez yapıdan ziyade tamamen sosyal medya ve web siteleri aracılığıyla bilgi topladığını ifade etmiştir.

“Gidebileceğimiz şehirler belliydi, seçenekler yani, girip internetten o şehirlerin fotoğraflarına bakarak karar verdik, çünkü okullar arasında fark yoktu çok. Açıkçası biz daha çok şehir seçtik, Paris’e gitmiyorsan geri kalan okullar birbirinin aynısı gibi, devlet okulu. O yüzden fotoğraflardan bakarak yorumlar okuyarak karar verdik.” (Feyza Ç., Kişisel Görüşme, 22.10.2017)

Umur da araştırmasını sadece sosyal medya ve web kaynaklı yapanlardandır. Ancak bunun sebebini oraya gitmiş birini bulamamasına bağlamıştır. Dolayısıyla sosyal medyada Cenova’ya Erasmus değişim programı ile gitmiş kişilerin gruplarına katıldığını aktarmıştır. Ayrıca geziden önce herhangi bir araştırma yapmak istemeyen, yaşayacaklarını biraz tesadüfe bırakmayı sevdiklerini belirten ya da buna fırsat bulamadığını söyleyen görüşmecilerin olduğu da ifade edilmelidir. Sinan, bir yer hakkında önceden fikir sahibi olmanın oraya karşı bir önyargı ortaya çıkardığını, bunun da insanın yerle etkileşimine yansıdığını, bu yüzden yerin iyiliğini kötülüğünü başkalarından duymak yerine görmek istediğini belirtmiştir. Ancak görüşmecilerin çoğu bir yere bilerek gitmenin rahatlığını tercih etmektedir. Bunun için de sadece karar alma sürecinde değil sonrasında da benzer şekilde gidecekleri yere dair bilgi toplamaya devam etmişlerdir. Artık araştırmanın merkezinde “nasıl bir yere gidiyoruz?” sorusu vardır. “Erasmus başvuruları çok hızlı bir süreçte olduğu için aslında çok fazla araştırmadan tercihler yapmıştık ve belli olduktan sonra araştırmaya başladık şehri.” diyen İpek bu süreçte Google fotoğraflardan şehri arattığını, meşhur meydanına dair görsellerle karşılaştığını anlatmıştır. Feyza Ç. de deneyimini şöyle aktarmıştır:

“Ekşi sözlükten oraya dair yorumlar okuduğum gibi tabii ki fotoğraflarına da baktım. Nice, turistik bir şehir olduğundan paylaşılmış çok fazla fotoğraf vardı. Onlara bakarak nereleri gezerim, binalar nasılmış, yaşayacağım şehir bana ne sunacak gibi kafamdaki sorulara cevaplar arıyordum.” (Feyza Ç., Kişisel Görüşme, 22.10.2017)

Sontag’ın (2017: 27) da dediği gibi bir şeyi fotoğraf şeklinde görmek, büyüleyici bir şeyle karşılaşmanın potansiyelini taşır. Feyza da kafasındaki sorularla bu büyüün

peşine düşmüştür. Fotoğraf kendi başına bir şeyi açıklamaya yetersiz kalsa da kendisine bakarı, görmenin bilgeliğine çağırır. Tek bir karenin bu eksik bilgeliğinde, fotoğrafı gören kişi, spekülasyonlar yürütmeye, fanteziler kurmaya başlamıştır (Sontag, 2017: 28). “Burası, yüzey. Şimdi onun ötesinde ne olduğunu, görüntüsü bu şekildeyse gerçeğinin neye benzemesi gerektiğini düşünün- daha doğrusu, hissedin, sezmeye gayret edin.” Gerek Google görsellerde gerekse sosyal medyada karşılaştıkları yer fotoğrafları Sontag’ın (2010) da bahsettiği gibi izleyicilerine nasıl bir yerle karşılaşacakları konusunda tahmin yürütmenin malzemelerini sunmaktadır.

Umur ise, yerin fotoğraflarının yanı sıra özellikle Google Maps’i kullandığını belirtmiştir:

“Google Maps’te şehri gezdiğimi hatırlıyorum. Gitmeden önce nelerle karşılaşacağımı öğrenmek istedim. Evim nerede, üniversitem nerede, evimle okul arasında ne kadar bir mesafe var. Evin yakınlarında market var mı bu gibi şeylerin hepsine haritalardan bakmışım. Havaalanından çıkışta hangi otobüse bineceğimi, otobüsün hangi duraklardan geçeceğini Google Maps’ten öğrendim. Görsel bir hafızaya sahip olduğumu düşündüğümünden Google Maps’ten bakarak oradaki yaşamıma daha kolay entegre olabilecektim.” (Kişisel Görüşme, 08.11.2017)

Umur’un yere dair merakı gündelik hayat pratiklerinin hangi mesafelerde nasıl geçeceğine ilişkin olduğundan tahmin yürütmeyi harita üzerinden gerçekleştirmiştir. Harita da fotoğraf gibi mekana dair görsel bir anlatıdır. Umur, bu anlatıyı kullanarak orada olduğunda bir sürprizle karşılaşmanın önüne geçmektedir, bineceği otobüse kadar her türlü taktiği Google’ın haritalarında yürüyerek geliştirmiştir. Deniz de haritalardan bakarak, şehrin kuşbakışı nasıl görüldüğünü bilerek oraya gittiğini belirtmiştir. “Gideceğin yeri sana göstereceğim dediklerinde o yere gidecek herhangi bir insan hayır demez bence.” diye ekleyerek aslında gitmeden bir yeri görmek istemenin insan merakının doğal bir süreci olduğunu vurgulamıştır. Google Earth’ün benzer fonksiyonundan yararlanan Yeliz ise bakmak isteme merakını şöyle özetlemiştir:

“Nasıl bir şehirle karşılaşacağımı anlamaya çalışmaktan ziyade bir meraklı benimkisi. Ben gitmek için can atıyordum oraya, dijital dünyada da olsa yaşamak için yapıyordum bunu.” (Kişisel Görüşme, 07.01.2018)

Yeliz’in dijital dünya ile kastettiği bedenen orada bulunmadan üç boyutlu fotoğraflar aracılığıyla mekan deneyimini yaşayabilmesidir. İnternetin yükselişinin sunmuş olduğu bu sanal gerçeklik turist deneyimi için çok da yeni bir durum değildir (Jensen, 2010: 23). Löfgren’in (1999) de belirttiği gibi turizm, yer manzaraları ve bunların zihindeki yansımaları (*mindscapes*) arasındaki sürekli etkileşim üzerine kuruludur. Turist bir yere gitmeden önce gideceği yere dair hayaller kurar, orada beklediği ve mevcut deneyimleri arasında karşılaştırma yapar ve ardından varacağı yerle ilgili hafızasını oluşturur (Aktaran Jensen, 2010: 123). Yeliz’in de yaptığı sanal gerçeklik ile orada olmanın hayalini kurmak, beklediği deneyimlere dair bir ön gösterim yaşamaktır. Roland Barthes (1996: 45), bunu görünüm fotoğraflarının yaşanabilir olmasına bağlar. Belki üç boyutlu bir deneyimden bahsetmez ama fotoğrafını gördüğü bir yere yerleşme isteğinin kaynağını açıklamaktadır:

“Eğer kendimde dikkatle gözlemlersem bu yerleşme isteği ne düşseldir (abartılı bir yer düşlemem), ne de deneyime dayanır (emlakçı bakışıyla bir ev satın almak istemem); bu istek hayalidir, ve beni ilerdeki ütöpik bir zamana, ya da geriye, kendi içimde bir yerlere taşıyormuş gibi görünen bir tür ikinci bakıştan kaynaklanır (...). Bu yeğlenen manzaralara bakarken orada bulunmuş olduğumdan ya da oraya gittiğimden eminmişim gibi geliyor bana.”

İlk bölümde bahsedilen Appadurai’nin (2001) küreselleşmenin kültürel boyutlarını tartıştığı akışlar kavramlaştırmasında da benzer bir durum söz konusudur. Medya, imajların, anlatımların tüm dünyayı kapsayacak biçimde üretilmesine ve yayılmasına fırsat verirken başka yerlerde yaşanan hayatları hayali, estetik, fantastik öğeler olarak biçimlendirir ve orada bulunmayanların dünyasına sokar (Appadurai, 2001: 299). Bu durumu ise “hayali dünyalar” (*imagined worlds*) terimi ile ifade eden Appadurai (2001: 297), gittikçe daha fazla insanın yer değiştirmenin gerçekliği ya da gitmenin fantezisi ile ilgilendiğini belirtir.

Google Maps, Google Earth, sosyal medyadaki mekan fotoğrafları, Google görseller, değişim programına katılacak bireye gideceği yer üzerine hayal kurabilmesi için materyaller sunan araçlardır. Orada bir an önce yaşama isteği, entegrasyona dair kaygılar ve merak görmek istemenin temel sebepleridir. Oradaki hayata dair bilgiler öncelikle yakın çevrede değişim programına katılmış ya da orada yaşayan/ yaşamış kişilerden öğrenilmeye çalışılırken görme ihtiyacı ise grup temelli bilginin bir alt kategorisi olarak nitelendirilebilecek, kişiler tarafından online platformlara aktarılmış görseller aracılığıyla sağlanmaktadır.

3.3.3 Orada olma

Yere dair bilgiyi yakın çevresinden ve internet araştırmalarından elde ettiğini ifade eden görüşmecilere, oraya gittiklerinde karşılaştıkları yer deneyimlerinin nasıl olduğu, deneyimlerini kayıt altına alıp almadıkları, sosyal medyadan yere dair yaptıkları paylaşımlar sorulmuştur. Alınan cevaplar sonucunda, gitmeden önce gördüklerinin deneyimlerine nasıl yansıdığı “*Orada olmak ve yeniden görmek*” başlığı altında, orada olma deneyiminin sosyal medyalarda etkileşime sokulma biçimleri ve sebepleri ise “*Paylaşılmaya değer anlar*” bölümünde ele alınmıştır.

3.3.3.1 Orada Olmak ve Yeniden Görmek

Selwyn (1996), bir tatilde peşine düşülen şeyin daha önce tur şirketlerinin broşürlerinde ya da TV programlarında rastlanan bir dizi fotoğrafik görüntü olduğunu söylemektedir (Aktaran Urry, 2009: 225). Farklı kanallar aracılığıyla yere dair imgelerin dolaşıma girmiş olması, orada bulunma gerekliliğini güçlendirmektedir. Hatta orada olma deneyimi, mutlaka görülmesi gereken mekan imgelerini atlamadan şehrin gezilebileceği taktikleri de kapsar. Her ne kadar Selwyn, mekanların kitle medyasında dolaşmasının bir sonucu olarak bu durumdan bahsetse de sosyal medyanın da benzer bir eyleme neden olduğunu söylemek mümkündür.

Öğrenci değişim programları turistik bir program olmamakla birlikte yine de başka bir yeri deneyimlemeyi vaat ettiği için söz konusu olan turistin yaptığı gibi deneyimin peşine düşmektir. Percy (1975), deneyimin peşinde koşanların aslında gösterge

deneyimlerinin peşinde olduğunu belirtir. Bireyin oraya gitmeden karşılaştığı simgesel kompleksler, mekanla kurduğu etkileşimde belirleyici olmaktadır; çünkü deneyim işaretlere bağımlıdır (Percy'den Aktaran Culler, 2009: 110). Percy (1975), bu durumu Bostonlu bir adamın otobüs turuyla Büyük Kanyon'a gittiğinde aslında yaşananın ne olduğunu aktardığı örnekle açıklar. Bahsi geçen adam Büyük Kanyon'u görmekten ziyade zihninde orada bulunmadan oluşmuş simgesel kompleksleri görmektedir (Aktaran Culler, 2009: 106). Görüşmecilerden Can, Eyfel kulesinin sosyal medyada sürekli harika bir mekan olarak fotoğraflanmasının ve paylaşılmasının benzer bir duruma yol açtığını ifade etmektedir. Paris'in önemli simgelerinden olan bu yapıyı, paylaşımlarda her açıdan fotoğraflanmış bir biçimde gören Can, orada bulunduğu kendine ait bir görüş yakalayamadığını ifade etmiştir. Büyük Kanyon'a bakan adam gibi Eyfel'i görmekten öte zihnindeki simgelerle karşılaşmaktadır. Ayrıca sosyal medyanın, heyecan duymasını engelleyerek ilk kez görmenin getireceği tatmini yok ettiğini vurgulamıştır.

İlker ise Can'ın aksine Budapeşte'ye varmadan önce araştırma yapmadığını, spontane bir karşılaşma istediğini söylemiştir. Spontane karşılaşma ile kastettiği ise metrodan çıktığında şehrin havasının bir anda onu içine çekmesi, 19. yüzyıldan bir kente yolculuk yapması gibi yoğun bir hisle çarpılmasıdır:

“Tabi ki ne kadar sürpriz olabilir ki, Doğu Avrupa ülkesi, filmlerden görüyorsun, gördüğün bir şeyler var. Budapeşte havalimanından metroya bindiğimde ve şehir merkezine çıktığımda, ilk etrafı gördüğümde ben neredeyim hissi olmuştu. Çünkü çok eski, büyük binalar, kapkara, sanki 1800'lere 1900'lere gitmişim Sovyet Rusya'sındayım hissi olmuştu. O fotoğraflara bakmamak ya da şehir hakkında araştırma yapmamak, ben nerede ineceğim, otelim nerde bilmemek, benim için spontane gelişmesi bambaşkaydı. Budapeşte benim için çok özel bir yer ama o ilk his çok farklıydı. Başka bir dünyaya gittim durumu olmuştu. Onun da nedeni fotoğraflarına bakmamış olmam bence.” (İlker, Kişisel Görüşme, 11.01.2018)

İlker'in bahsettiği, simgesel komplekslerden görece arınmış bir deneyimdir. Can'ın yoksunluğunu duyduğu yere dair heyecan İlker'in deneyiminde mevcuttur. Ancak

heyecan bazen kaygıyı da getirdiğinden Feyza Ç., gitmeden önce yeri görmüş olmanın ya da nerede ne olduğuna bakmanın insana bir rahatlık verdiğini, ne ile karşılaşacağını bilmesini sağladığını ve yeri az çok kafasında canlandırdığını, o yüzden beklemediği bir şeyle karşılaşma ihtimalini ortadan kaldırdığını belirtmiştir. Bilerek gitmek, spontanlığı yok ederken güvensiz bir dünyada yaşanabilecek krizleri ortadan kaldırmaktadır.

Diğer bir durum ise, beklentilerin karşılanıp karşılanmadığı ile ilgilidir. Çoğu görüşmeci sosyal medyada, web sitelerinde gördükleri gibi bir yer ile karşılaştıklarını, beklentilerinin karşılandığını aktarmıştır.

“İnternetteki yazılardan ve fotoğraflardan insanların neler yaptığını ve nasıl takıldığını görebiliyorsun. Bohem bir hava vardı Paris’te. Tamamen aynıydı, beklentilerim karşılandı yani. Değişmedi, arada fark yok.”(Yeliz, Kişisel Görüşme, 07.01.2017)

Percy (1975), bir yeri görmeye giden kişinin beklentilerini karşılama şartının, orayı keşfetmekle değil söz konusu yerin önceden oluşturulmuş simgesel komplekslere uyup uymadığıyla ilgili olduğunu belirtir (Percy’den Aktaran Culler, 2009: 106). Yeliz de öğrenci değişim programı sırasında yaşadığı Paris’in daha önce gördüğü şekilde olmasının kendisini memnun ettiğini belirterek aslında Percy’nin işaret ettiği durumu aktarmıştır. Birey, daha önce dolayımli olarak gördüğü bir yerde bulunduğunda oradan gördüğüne benzer bir deneyim beklemektedir. Bazı görüşmeciler ise beklediklerinin fazlasını yaşadıklarını söylemişlerdir. Beklentiden fazlasını getiren ise orayı keşfetmekle ilgilidir.

“Baktığım fotoğraflarda bu kadar derin bir şehir olabileceğini düşünmemiştim açıkçası. Gittiğimde internette gördüğümde daha çok hoşuma gitti. O şehrin enerjisini alabildim açıkçası. Gittiğimde sanki oraya aitmişim gibi hissettim.” (Handan, Kişisel Görüşme, 25.12.2017)

Görülenin üstüne yenilerini eklemek, aslında Sontag’ın da belirttiği gibi bir şeyi fotoğraf şeklinde görmenin, bütünün asla bilinemediği eksik bilgeliği ile de ilişkilidir. Bakan kişi de bir büyülenme yaratsa da asla bütünün tamamını sunmaz. Ancak yine de Barthes’ın belirttiği gibi fotoğraf, gerçekliğin ve geçmişin üst üste çakışmasıdır.

Fotoğrafın çekip aldığı anda, görülen nesnenin gerçekten orada olduğu yadsınamaz. Barthes bu durumu fotoğrafın özü, “neoma”sı olarak açıklar:

“Görmekte olduğum şey burada, sonsuz uzaklık ile özne (işletici ya da izleyici) arasında kalan bu mekanda idi; buradaydı, ama hemen ayrılıverdi; kesinlikle ve reddedilmez biçimde buradaydı; ancak daha şimdiden geri atıldı.” (Barthes, 1996: 74-75).

Dolayısıyla bakanın fotoğrafta gördüğü şey her ne ise o çekildiği ana özgüdür. Yaşanmış olduğu, o mekanda yer aldığı yadsınamaz; ama daha çekildiği anda geçip gitmiştir. Orada bulunmanın deneyimi ile eş tutulamaz. Serkan sosyal medyada gideceği şehre dair gördüğü fotoğrafların yere dair kendisinde oluşturduğu izlenim ile orada bulunma deneyimini birbiriyle karşılaştırır:

“Fotoğraf sadece ilk aşamada seni teşvik ediyor. O yerle ilgili sana bir şeyler çağırıştırıyor, aklına sokuyor ama sen oraya gittiğinde gerçekten farklı bir dünya olmuş oluyor. Sonuçta sen fotoğrafta orası ile ilgili her şeyi göremeyeceğin için gittiğin zaman kendi dünyanın üzerinden orayı incelemiş oluyorsun.”(Kişisel Görüşme, 04.11.2017)

Serkan için en temel ayırım, orayı kendi dünyası ile inceleme fırsatına sahip olmasıdır. Başkasının görüp aktardığı ile kişinin kendi öznel deneyimi aynı olamaz. Elif ise orada olmanın deneyimin ta kendisi olduğunu belirtmektedir. Fotoğraf tek bir kare iken orada olmak sayısız görüntü ile yüz yüze gelmektedir. Sonrasında oraya dair anımsadığı gördüğü fotoğraflardan ziyade deneyimin kendisidir. Çünkü bir yer ile bağ kurmanın en önemli yollarından biri, ilk bölümde de bahsedildiği gibi, bedenlen orayı algılamak ve hissetmektir. Richardson (1982), yerin özünü oluşturan kokuları, renkleri, hisleri ve hisse dayalı diğer boyutları bedenimiz ile deneyimlediğimizi aktarırken bunun bir sembolleştirilme biçimi olduğunu söyler. Hatırlama esnasında ise bahsi geçen sembolleştirilme biçimleri referans alınmaktadır (Aktaran Low, 2009: 29). Merleau Ponty’nin (2012) de ifade ettiği gibi birey, görme edimini bedeninde tinsel bir sürece taşır; düşünce ise görmeye eşlik ederken, hafızanın anahtarı olan zihinsel imgelemlerin yaratılmasına aracı olur.

Zihinsel imgelemler ayrıca bireyin bulunduğu yeri tanımasını sağlayan görsel, zihinsel, duygusal öğeleri kapsamaktadır. Daha önce aktarıldığı gibi çevreye ilişkin her imgelem bireyin orayı nasıl kendilediği ile ilişkilidir. “Yeri kendileme” (*appropriation*) sözcüğüne denk gelen bu durum, bir yere aşına olmayı, oraya kök salmayı ifade ederken esasen yeri deneyimlemenin oldukça öznel bir durum olduğunu betimler. Birey, kullanıcıların ürettiği içeriklerle zihninde bir yer tasviri oluştursa da oraya gittiğinde tıpkı de Certeau’nun mekan ve gramer arasında kurduğu analogide olduğu gibi yayanın taktiksel sanatını uygulamaya başlar. Başkaları tarafından oluşturulmuş simgesel kompleks bireyin önünde parçalara ayrılır; birey kendi seçimine kalmış yeni pratiklerle adımlarına karar verir. Gordon ve de Souza (2010), topluluk temelli üretim sürecine giren yere dair bilgilerin, diğerlerinin yer algısı ve yerle etkileşimlerinde belirleyici olduğunu söylese de söz konusu durum, orayı keşfettikçe ve mekan ile bir bağ oluşturdukça çözülmeye başlamaktadır.

3.3.3.2 Paylaşılmaya Değer Anlar

Önceki bölümlerde aktarılanlardan yola çıkılarak öğrenci değişim programına katılan bireylerin, gitmeden önce başkalarının yere dair paylaştığı bilgiler ile donanıp oraya gittiği varsayılrsa da kendileri üzerinden bir ilişki oluşturduklarını söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla “orada olma” başlığı altındaki bu bölüm, yerin anlamının sosyal olarak yapılandırılması sürecinde bireyin öznel tecrübesinin döngüye nasıl dahil olduğunu görmek açısından önemlidir. Ancak bu döngü, sosyal medya bağlamında sorgulandığından mekanın görsel temsilleri ve konum bildirimleri etrafında ele alınmıştır. Bu temsillerin yaratılmasının ilk adımı ise orayı fotoğraflamaktır.

Sontag’ın (2010: 30) belirttiği gibi insanın fotoğraf çekme dürtüsü, tecrübeyi bir görme biçimine çevirme arzusuyla harekete geçmektedir. “Bir tecrübe edinmek, onun fotoğrafını çekmekle aynı şey haline gelir” (Sontag, 2010: 30). Orada yaşamaya başlayan birey, mekanla kurduğu etkileşimi, tanıştığı insanları, gittiği yerleri hatırlamak üzere fotoğraflayarak kaydetme eğilimindedir. Simgesel komplekslerle zihninde yer etmiş bir biçimde orayı deneyimleme ya da çektiği fotoğraflarla bu simgeleri yineleme eğilimine karşın olup bitenin içinde kendi duyuları, bakış açısı, bedeniyle

bulunmaktadır. Daha önce bir yerin yüzlerce fotoğrafı çekilmiş bile olsa kendi tecrübesi ile yeniden çekmek istemektedir.

Birileriyle paylaşılsa da paylaşılmasa da birey için “fotoğraf toplamak, dünyayı biriktirmektir.” (Sontag, 2010: 2). Sontag (2010: 2), fotoğrafik görüntünün, film ve televizyon programı gibi audiovisuel görüntülerin aksine daha kolay üretildiğini, biriktirilerek saklanabildiğini söyler. Bugün pek çok anı, deneyim dijital makinalar ile kayıt altına alınmaktadır ve yine dijital ortamlarda saklanmaktadır. Fotoğraf çekmek hala dünyayı biriktirmenin ve saklamanın görece kolay yollarından biridir. Deneyimi arşivlenebilir kılan fotoğraflar, sadece saklanabildiği için değil, bir şeyin gerçekten yaşanmış olduğunun da bir ispatı niteliğindedir (Sontag, 2010: 12).

Öğrenci değişim programına katılmış görüşmecilerin, fotoğrafları neden çektiklerine dair öncelikli olarak aktardıkları, anı biriktirmek üzerinedir.

“Fotoğraf çekiyorsun, saklamak istiyorsun, çünkü biliyorsun ki oraya kim bilir bir daha ne zaman geleceksin ve orayı hatırlamak istiyorsun olduğu şekilde, kendini orada bulunduğun biçimde hatırlamak istiyorsun, yıllar sonra o halde görmek istiyorsun.” (Feyza, Kişisel Görüşme, 22.10.2017)

“O ortamı bana sonrasında hatırlatabilecek, o an ben ne hissediyorsam o hissiyatı koruyacak, bana bundan bir ay sonra aynı hissiyatı geri kazandıracak her türlü fotoğrafı çekmişim.” (Ayışığı, Kişisel Görüşme, 20.01.2018)

“İlk defa yurtdışına çıktığım için yaşadığım ortamdan farklı bir yerdeydim, yaşadığım her şey beni çok etkiliyordu, güzel ya da kötü her yerden bir fotoğraf olsun istiyordum. Ablam da benimleydi, onunla da anı biriktirmek için çok fazla fotoğraf çekiyorduk.” (İlker, Kişisel Görüşme, 11.01.2018)

Çoğu görüşmecinin ilk yurtdışı deneyimi olduğu için, yaşananları kayıt altına almak oldukça önemli bir sorumluluk gibi görülmüştür. Çünkü her şeyin çok etkileyici bulunması, diğer yandan da oraya bir daha gelmenin uzak bir ihtimal gibi düşünülmesi fotoğraf çekme isteğini körüklemiştir. Feyza, orada bulunduğu haliyle hatırlamasının öneminden bahsetmektedir. Bir gün tekrar ziyaret edebilse bile bıraktığı hali ile

bulabilmesi zordur. O halini saklamak ise, orada yaşamış, bulunmuş olmanın en büyük kanıtıdır. Ayışığı ise, orada bulunduğu sırada sahip olduğu hisleri korumak ve geri getirmek üzere fotoğrafları çektiğini ifade etmiştir. Gidilen yeri fotoğrafik olarak dondurmak, orada karşılaşılan kişileri yine orada oldukları halleriyle hatırlamaya, binaları, caddeleri, müzeleri yıkılmamak üzere hafızaya yerleştirmeye yaramaktadır. Çoğu fotoğraf hatırlamaya ilişkin bir arzu ile çekilse de paylaşma dürtüsü sınırlı olabilmektedir.

Görüşmecilerin çoğu fotoğrafları, sosyal ağlarda paylaşmayı tercih ederken paylaşmaktan kaçınıp kendine saklamak isteyenler de söz konusudur. Başkalarının görüşüne kapalı bir biçimde yer fotoğraflarını biriktirenlerin etkileşime dahil olmama sebepleri de tez için önemli bir bulguya işaret edebilir. Bu yüzden kısaca neden sosyal medyada yer fotoğraflarını paylaşmak istemediklerine değinilmesi yerinde olacaktır.

Sinan, orada olduğu süreçte hayatın içinde olmasından sebep fotoğraf çekip paylaşım yapma ihtiyacı hissetmediğini belirtmiştir. Fotoğraf çekmek ve bunu başkaları ile paylaşmak, ona göre bir mekanda geçici olmanın ortaya çıkardığı bir edimdir. İnci ve Ayışığı, çokça fotoğraf çekmelerine karşın o dönem pek paylaşım yapmamış görüşmecilerdir. İnci, paylaşım yapmanın kendisini oradan, o anlardan koparacağını düşündüğünden sosyal medyada aktif olmadığını aktarmıştır. Yaşadığı şeyleri kendine saklamak istemiş, böylece öğrenci değişim programı döneminde mevcut hayatından biraz uzak durabilmiştir. Ayışığı ise fotoğrafları hep paylaşmak istediğini, ancak döndüğünde yapmak üzere beklettiğini, sonrasında ise albüm yapmayı zahmetli bulduğundan paylaşmadığını belirtmiştir. Onca fotoğraf arasından başkalarına gösterilecek fotoğrafları seçmek, başlı başına bir iştir. Ayrıca bu süreç, başkaları ile etkileşimi, ilişkilerin devam etmesini de kapsamaktadır. İnci'nin orada çektiği fotoğrafları paylaşmaması, başka yerde bulunan kişilerle yoğun bir etkileşime girmekten uzak kalmasının yolu olmuştur. Buna karşın diğer görüşmeciler için paylaşmak, fotoğraf çekme eyleminin bir uzantısıdır.

Barthes (1996: 18), fotoğrafı, “'bak', 'gör', 'işte'nin karşılıklı söylenen şarkısı” biçimi olduğunu söyler. Çünkü birine bir fotoğraf gösterdiğinizde o da kendininkileri

gösterecektir. Fotoğraf, kişilerin hayat hikayelerini birbirlerine aktarmalarının, dolayısıyla sosyal etkileşimin önemli bir aracıdır. Fotoğraf paylaşmakla, deneyim paylaşmayı birbiriyle eş anlamlı tutan Dijck'e (2010: 407) göre ise, deneyimleri oluşturan günlük olayları ve hayat hikayelerini anlatmak üzere en uygun olabilecek, aynı zamanda da en popüler araç, fotoğraftır. Gündelik hayata dair anlatı oluşturma'nın diğer bir aracı ise bireyin bulunduğu lokasyonu paylaşmasıdır. Konumun sunulması da fotoğrafın gösterilmesinde olduğu gibi karşılıklıdır ve "ben buradayım, sen neredesin?" sorusunun bir temsilidir. Yani bireyler arasındaki iletişimin bir ögesidir.

Saha bulgularının aktarıldığı sosyal medya ve mekan etkileşimi kısmında detaylıca bahsedildiği üzere, yer fotoğraflarının ve konumlarının paylaşımında merak uyandırmaktan benliğin sunumuna kadar uzanan motivasyonların varlığı söz konusudur. Bu başlıkta tekrara düşmemek amacıyla, öğrenim hareketliliği süresince benzer isteklerin paylaşma arzusunu harekete geçirdiğini söylemek yeterli olacaktır. Ancak öğrenci değişim programı esnasında fotoğraf paylaşımı, konum paylaşımından daha yaygın olduğundan özellikle fotoğrafların dolaşıma sokulmasını tetikleyen sebeplerin göz önünde bulundurulması yerinde olacaktır. Gidilmesi görece zor bir yerde bulunmanın başkalarının dikkatini çektiğinin düşünülmesi, bu sebepler arasında baskın olanlardan biridir.

"İnsanların paylaştığım fotoğraflardan etkilendiğini düşünüyordum, etkileniyorlar mıydı bilmiyorum ama öyleymiş gibi düşünüyordum, fotoğraf çekme sıklığının artmasına herhalde o yol açmıştı." (İlker, Kişisel Görüşme, 11.01.2018)

"Sanırım kendi konfor noktasından başka bir konfor noktasına geçmek insanların duyurmak istediği bir durum. Her zaman Pisa'yı görme şansınız olmuyor, Roma'daki Kolezyum'u görme şansınız olmuyor. İnsanlar bunu paylaşarak bu deneyimi insanlara göstermek istiyorlar, bu başkalarına da yaşatmak istemek olabilir ama aynı zamanda kendilerinin de bu deneyimi yaşayabildiğini bir zafer tablosu gibi göstermek de istiyor olabilirler." (Umur, Kişisel Görüşme, 08.11.2017)

"Neredeyse her gün ya da iki üç günde bir, bir şey koyuyordum. Erasmus'a gitmenin, yurt dışına çıkmanın verdiği motivasyon ile. Dolayısıyla aktif kullanıcıydım o

zaman. Güzelce giyinip sırf bunun için okulda fotoğraflar çekiniyordum paylaşmak için.”
(Halit, Kişisel Görüşme, 17.01.2018)

Sosyal medya aracılığıyla kurulan mekansal etkileşimin, bireyin diğerlerinden farklı olarak yaşadıklarının bir ispatına dayandığı söylenebilir. Bu durum daha önce de bahsedilen Goffman’ın benliğin sunumu yaklaşımı ile açıklanabileceği gibi Urbain’in (2009: 74), yaşananların gerçekliğinin içerdiği farklılığa göre artabileceği düşüncesi ile de yorumlanabilir¹⁰. Aynı yeri deneyimlemiş iki kişinin, diğerinden farklı olarak yaptığı herhangi bir aktivite anlatısı, daha gerçek bir şey yaşanmış olduğunun kanıtı gibidir. Dolayısıyla değişim programına katılmış bireylerin yerlere dair sosyal medya etkileşimleri, öznel deneyimin görsel betimlemesi olarak düşünülebilir. Ayrıca Türkiye’de kalan, orada bulunmayan kişilerle etkileşim de yine bu paylaşımlar aracılığıyla sürdürülmüştür. Mekansal olarak uzakta olanın yaşadıklarını en kolay aktarabildiği mecralar, sosyal medya platformları Facebook ve Instagram olmuştur. İpek’in de aktardığı gibi paylaşımın çevresi genişlediği için daha zahmetsiz bir etkileşim biçimi sunmuştur.

“Teker teker fotoğraf yollamak yerine oraya koyuyorsun ve böylece herkes görmüş oluyor. Onlar da mutlu olsun diye paylaşıyorsun, bir de merak ediyorlar tabi ne yaptığını, iyi olup olmadığını. O anlamda bir iletişim aracı olarak da kullanıyordum.” (İpek, Kişisel Görüşme, 27.10.2017)

Fotoğraf çekme isteğini oluşturan anıları kaydetme düşüncesi, sosyal medyada etkileşim kurma sürecine de yansımaktadır. Çünkü hareketliliğin gözler önüne serilmesi, Hui’nin (2013) “seyahatin geçiciliğini süzmek” olarak nitelediği duruma denk düşer (Aktaran Frith ve Kalin, 2016: 51). Özellikle check-in yapmak için bunu söylese de bulunulan yerin fotoğraf ya da bu tarz bildirimler ile paylaşılması, anların kalıcı bir biçime sokulmasının bir yoludur. Dijital ağ hafızası, mekanları hafıza anlarına

¹⁰ Floransa’ya farklı zamanlarda düzenledikleri seyahatleri hakkında konuşan iki kişi, deneyimlerinin birbirlerinden nasıl farklı olduğunu rekabetçi bir üslupla ispat etmeye çalışmaktadır. Gittiği restoran ya da rast geldiği bir sergi ile diğerinin yaşadıklarından daha gerçek bir şey yaşamış olduğunu kanıtlamaya çalışır gibidir. (Urbain, 2009: 74).

dönüştürmektedir (Aktaran Frirth ve Kalin, 2016: 51). Üstelik başkalarının şahitliğini bu sürece dahil ederek, yaşananın inanılmaz bir an olduğu duygusunu pekiştirmektedir (Percy'den Aktaran Culler, 2009: 108)¹¹.

Yere dair deneyimlerin paylaşıldığı sosyal medya platformları ise öğrenci değişim programına katılım gösterilen döneme göre değişiklik göstermektedir. 2008–2012 yılları arasında Facebook daha çok kullanılırken Instagram'ın aktif paylaşım mecrası olarak tercih edilmesi 2012 ve sonrasına denk gelmektedir. İlginç olan kullanım pratiği ise Facebook'ta gidilen yerlerle ilgili albüm yapılmasıdır.

“Facebook albümlerim var, gezdiğim herhalde bütün ülkelerin adına ayrı ayrı albüm yapmıştım, o zaman baya heyecanlıydım, paylaşıyordum. Instagram'da çok sık fotoğraf paylaşmıyordum.” (İlker, Kişisel Görüşme, 11.01.2018)

“Bizim zamanımızda albüm vardı, albümde arkadaşların varsa onları da tagliyorsun filan. Mekan bildirimi yapmak ise daha yoktu o dönemde, bulunduğu şehri tagliyordun galiba sadece. O teknoloji daha sonra gelişti.” (Feyza, Kişisel Görüşme, 22.10.2017)

“2011 senesinde Instagram filan yoktu, bir tek Facebook vardı, diğerleri popüler değildi varsa da. Facebook'ta paylaşıyordum, hatta daha çok paylaşıyordum. İlk gittiğimde öğrenciyken her şeyi paylaştım, albüm yapardım nereye gittiysen, oraların isimlerini vererek albüme.” (Halit, Kişisel Görüşme, 17.01.2018)

“O dönem Erasmus'a giden herkes herhalde en azından bir albüm yapmıştır. Nerede yaşıyoruz, ne yapıyoruz, ediyoruz fotoğrafını çekip yüklüyorduk.” (Serkan, Kişisel Görüşme, 04.11.2017)

¹¹ Percy, simgesel komplekslerle donatılmamış, Meksika'da sığ rağbet edilen bir yere tatile giden Amerikalı bir çiftin deneyimini hayal eder. Çift, büyük olasılıkla reklamlarda gördükleri gibi bir yerle karşılaşmadıkları hissine kapılacaktır. Bu duydukları eksiklik ise el değmemiş bir yer bulmaya çalıştıklarından kaynaklanmaktadır (Percy'den Aktaran Culler, 2009:107) Bu hissi yakaladıkları yerel bir köy yaşantısına şahit olduklarında ise inanılmaz bir an yakaladıkları inancı ile hareket edeceklerdir. Çektikleri fotoğraflar ve yaşadıkları buna yetmez. Yine de yaşadıkları deneyimden çok emin olmadıklarını ve bir arkadaşlarının da buna şahit olmalarını isterler. Bu durum ise başkaları ile paylaşma arzusundan değil de aldıkları tatminin onaylanma ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Percy'den Aktaran Culler, 2009: 108).

Albümler, yerlerin adına özel olarak oluşturulurken, kimlerle bu anıların yaşandığı da aktarılmıştır. Bugünkü gibi spesifik yer bildirimi özelliği olmasa bile şehir adlarının işaretlenmesi mümkündür. Ayrıca fotoğrafların çekildiği şehirler Facebook albümlerinin bir uzantısı olmuştur. Fotoğrafın anlattığı deneyim, çekildiği yere dair bilgi ile de desteklenmiştir. Böylece eski usül fotoğraf saklamayı çağrıştıran bu albümlere yer adlarının verilmesi, gidilen yerin neresi olduğunun paylaşılma ihtiyacını ortaya koymaktadır. 2011–2012 yıllarında gidenlerin bir kısmı ise albüm yapma alışkanlıklarını sürdürmediklerini, daha çok o anda paylaşmak istedikleri bir şey varsa paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Instagram’ın görece daha fazla kullanılmaya başlandığı 2012 yılı itibarıyla albüm geleneği yerini çek-paylaş fotoğraflara bırakmaya başlamıştır.

“Erasmus’tan fotoğraf paylaştım da albüm yapmadım. Hatta bazı arkadaşlarım bana kızmıştı, ne biçim Erasmus öğrencisisin diye. Albüm paylaşmak yerine orada tek tek fotoğraflar paylaşmayı daha uygun görüyordum. Yaşanan her şeyi vermektense kesitler vermek daha iyi geliyordu.” (Umur, Kişisel Görüşme, 08.11.2017)

“Buluştuğumuz her zaman fotoğraf çekip bir paylaşım yapıyorduk albüm yapmayı beklemeden. O zaman Instagram da kullanıyordum. Kendi arkadaş grubum ve kişisel fotoğraflarımı Facebook’da paylaşıırken, Instagram’da daha çok şehre dair fotoğraflar paylaşıyordum.” (Yeşim, Kişisel Görüşme, 28.09.2017)

Görece daha geç dönem değişim programına katılan ve Instagram’da paylaşım yapmayı tercih eden Deniz ve Halit ise, özellikle Instagram’ın paylaşılan fotoğrafların konumlarının bildirilmesi ile kişisel haritaların oluşturabilme özelliğini sevdiklerini belirtmişlerdir. Sırf bu yüzden paylaştıkları fotoğraflara konum eklediklerini söylemişlerdir. Instagram’da fotoğraflara konum eklenmesi ile ilgili bir diğer durum ise Frith’in Foursquare kullanıcılarının motivasyonları ile ilgili çalışmasında işaret ettiği katalogculukla ilişkilidir. Deneyime dair izlerin bir yerde toplanması olarak düşünülebilecek katalog yapma fikri, anının simgesel bir yapıya dönüştürülmesi olarak da betimlenebilir. Instagram’ın da kullanıcılarına sunduğu bir nevi kişisel katalogların hazırlanabilmesidir.

Postmodern düşüncede mekanın tartışıldığı bölümde anlamı parçalanmış, bireyin kendini içinde bulamadığı bir mekan tasviri sunulurken geçici mekanlar içinde bireyin kendini konumlandıramayıp bahsedilmiştir (Relph, 1976; Augé, 1992; Bauman, 2011). Jameson (2011: 87), da benzer bir ortamı betimlemek için “hiper uzam” kavramını kullanır; birbirinden kopuk parçalar içinde bireyin kendini konumlandırma, görsel yönden kendini örgütleme ve pozisyonunu ortaya koyabilecek haritayı ortaya çıkarma kapasitesini yitirdiğinden bahseder. Değişim programının geçiciliğini süzmeye çalışan bireyin çabası belki de bu geçicilik, belirsizlik, kopukluk içinde kendine bir anlam yaratma mücadelesi olarak yorumlanabilir. Gittiği yeri fotoğraflaması, oraya dair anılar oluşturma gayreti ve bu deneyimini sosyal medya kanallarında etkileşime sunması kendine bir konum yaratmasının ve pozisyonunu ortaya koymasının yollarıdır.

3.4.4 Sonrası Etkileşimi

Tezin ilk bölümünde bireyin mekansal etkileşiminin bir bileşeni olarak yer hafızası üzerinde durulmuştur. Sonrası etkileşiminin değerlendirilebilmesi için yer hafızasının ne olduğunu hatırlamak yerinde olacaktır. Çünkü bir yer ile sonradan kurulan etkileşim, orayı geri çağırarak, yere dair hafızayı harekete geçirmek ile ilişkilidir.

Casey’e göre, yere dair hafıza, bir deneyim kutusu gibidir; spontane hafıza bir uyarıcı ile karşılaştığı an, deneyimin yaşandığı kutu yeniden açılır (Aktaran Hayden, 1997: 46). Cicero da yer ve anımsama arasındaki ilişkinin oldukça işlevsel olduğunu belirterek bellek becerisini geliştirmek isteyen kişilere tavsiyede bulunur, hatırlamak istedikleri şeylerin görüntüsünü belirledikleri yerler üzerinden anımsamaları hafızaya bir düzen getirecektir (Aktaran Connerton, 2012: 14). Hayden (1997: 47) ise yer hafızasının kapsamına sokak isimlerinin, sokak düzeninin bilişsel hafızasının, bir kişinin şehre gelişinin kişisel anısının ya da oraya dair duygusal bağlılıkların dahil edilebileceğini belirtmektedir. Öğrenci değişim programına katılmış görüşmeciler de bir daha oraya gelememek gibi bir korkuyla yere dair pek çok anıyı fotoğrafladıklarını söylerken aslında bu soyut bağı ortaya koymuşlardır. Bulundukları yer, deneyimin kendisini temsil ederken, sonrasında anımsamak üzere fotoğraf çekmeleri, bu fotoğrafları paylaşmaları ise deneyimin kutuya yerleştirilmesine denk düşer.

Tezin sahasının son aşaması da, arşivleme trendinin ve dijital ağ hafızasının bir uzantısı olarak öğrenci hareketliliği sırasında sosyal medyada paylaşılan mekan görsellerinin ve bildirimlerinin, etkileşimin bir başka ögesi olan yer hafızasına nasıl bir katkı sağladığı sorunsalı oluşturmaktadır.

Bu bağlamda görüşmelere katılan bireylere, o dönem çektikleri fotoğrafları nerelerde tuttukları, hatırlamak istediklerinde fotoğraflara nasıl eriştikleri, gittikleri yere dair fotoğrafları ya da bildirimleri gördüklerinde o dönem bulundukları yere dair ne düşündükleri, Instagram'daki *Throwback Thursday* kısaca *tbt* denen harekete katılıp katılmadıkları ve Facebook'un bahsi geçen dönemde paylaştıkları bir anıyı kendilerine hatırlatmasını nasıl buldukları soru olarak yöneltilmiştir.

3.4.4.1 Dijital Kültür ve Hafıza

Dijital depolamanın zaman geçtikçe ucuzlaması ve bulut programların gelişmesi, insanların hayatlarının çoğu yönünü dijital kanallarda arşivlemesi trendini tetiklemiştir. Pek çok birey için mobil medya, geçmişin hatırlanması ve kişisel tarihin yazılması için, yer ve hafızayı bir araya getirerek dijital ağ hafızasının yeni biçimlerini oluşturmaktadır (Frith ve Kalin, 2016: 43).

Değişim programı sırasında deneyimlerini fotoğraflayıp kaydeden görüşmeciler, arşiv yapmak üzere sosyal medyayı, bulut sistemleri, aynı zamanda da çevrimiçi olmayan bilgisayar hafızası ya da harici disk gibi ortamları depolama alanı olarak tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Sosyal medya, daha çok seçilmiş fotoğrafların paylaşıldığı bir mecra iken bahsi geçen diğer alanlar, başkalarının görüşüne kapalı olan saklama araçlarıdır. Görüşmecilerin yere dair anıları saklarken iki farklı eğilimi söz konusudur. Bilgisayarda bir klasörde fotoğrafları tutup yine bakmak üzere bu klasöre dönmek, bir kısmına daha bütüncül bir hatırlama sağlamaktadır. Çünkü Şima'nın da belirttiği gibi sosyal medyada paylaştıkları aslında çektiği onca fotoğrafın sadece bir kısmıdır. Görmek istediği zaman tercihi, tümünün bulunduğu bir yerden bakmaktır. Ancak nerede olduğu bu tercihini değiştirmektedir. Bazen mobilken görmek istediğinde Facebook albümü ulaşılabilir olmaktadır. İlker de bilgisayarında bir klasörde bu fotoğrafları tuttuğunu

ancak bakmak için bilgisayarı televizyona başladığını, o dönemki videoları, fotoğrafları daha büyük bir ekranda izlediğini belirtmiştir. Ayrıca bilgisayarda saklamanın bir kaybetme tehlikesini barındırdığını, zaman zaman tedbir alıp bulut sistemlere yüklemesi gerektiğini düşündüğünü de vurgulamıştır. Yeliz, bilgisayardaki fotoğrafların bir yığın oluşturduğunu, oradan fotoğraf bakmanın zorlayıcı bir eylem olduğunu ifade etmiştir. Sadece tasnif etmek üzere bu fotoğraflara bakmaktadır, ihtiyacı olan, sevdiği fotoğrafları geleneksel bir yaklaşımla bastırıp sakladığını belirtmiştir. Dijital olanın, hafızanın emanet edilebilmesinde bir kuşku oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bulut sistemler de aynı güvensizliğe sebep olsa da Facebook gibi sosyal medya platformları görece daha koruyucudur.

“Eski bilgisayarımda bir klasörüm var. Fakat eski bilgisayarımda. O bilgisayarım da çöktü çökecek. Facebook’a güveniyorum. Hepsi Facebook’da var, o yüzden kaybolmayacağını bildiğim için, ona güveniyorum. Bilgisayarımdaki klasöre bakmaktan ziyade genelde Facebook’a dönüp bakıyorum.” (Yeşim, Kişisel Görüşme, 28.09.2017)

“Şu anda fotoğraflara daha önce yaptığım paylaşımlardan ve insanların beni etiketlediği paylaşımlardan bakıyorum daha çok, nadiren de olsa yılda bir kere ya da iki kere kendi kameramla çektiğim fotoğraflara da bakabiliyorum.” (Serkan, Kişisel Görüşme, 04.11.2017)

Dolayısıyla görüşmeciler, öğrenci değişim programı esnasında yaptıkları paylaşımları, ara ara dönüp baktıkları hatırlama unsuru olarak görmektedirler. Facebook ve Instagram ise, bu pratiği kolaylaştırmaktadır. Yaşananların ne zaman, nerede gerçekteleştiğinin kolayca hatırlanabildiği bir arayüz sunmaktadır.

“Facebook’tan bakıyorum. Çünkü fotoğraflarımdan bir kısmı başka, bir kısmı başka bilgisayarda. Facebook onları en düzenli şekilde gördüğüm yer. Tabi tarih açısından da, her şey ne zaman oldu, ne zaman bitti falan daha kolay erişebiliyorum.” (İpek, Kişisel Görüşme, 27.10.2017)

“Instagram’da her şey sıralı, arka arkaya, mesela Amsterdam’a gitmiştik, sonrasında da Prag’a, görseller arka arkaya sıralandıkları için, o görsellerin sıralı olması hafızada da bana yardımcı oluyor.” (Feyza V., Kişisel Görüşme, 06.11.2017)

Ayrıca yerlerle hatırlamaya dönük böylesi bir sonrası etkileşimi kurulması, oradaki insanlarla ilişkilerin de sürdürülmesine katkı sağlamaktadır. Sosyal medyada paylaşılan fotoğraflarda orada tanışılan kişiler de bildirilmiştir. Ayrıca söz konusu kişiler, sosyal ağlarda iletişim kurmak üzere arkadaş listelerinde var olmaya devam etmektedirler. Böylece yerle kurulan ilişkinin bir uzantısı olarak kişilerarası iletişim de sürdürülmektedir. İlker, Budapeşte’de olduğu dönemde çok yakın olduğu arkadaşı ile hala deneyimleri üzerinden sohbet ettiklerini belirtmiştir.

“Erasmus’tan edindiğim Hatice diye bir arkadaşım var. Adıyaman’da öğretmen kendisi. Onla olan bağım, sohbetlerim bana Erasmus’taki anılarımı hatırlattığından ötürü hep Erasmus düşüncesi hala aklımda. Ona bir şekilde sataşmak için ‘sen şöyleymişsin, şurada şunu yapmışız.’ gibi şeyler demek için eski fotoğraflara baktığım oluyor.” (İlker, Kişisel Görüşme, 11.01.2018)

“İlişkiler bir yerden sonra oradan kopuk ilerlemeye başlıyor ama tabi ki toplandığımız o yurt ortamını da hatırlıyorum. O insanlarla beraber kaldığım yeri, mutfağı da hatırlıyorum. Sonuçta yemek yaparken o mutfakta yemek yapıyorduk, o masanın etrafına dizilip bir şekilde sohbet ediyorduk.” (Serkan, Kişisel Görüşme, 04.11.2017)

“Facebook olunca albümlere bakıyorsun, tekrar hatırlamış oluyorsun. Bir de ortak paydada buluşmuş oluyorsun yani. Ortak geçmişin var. Onun da sürekli ne yaptığını görüyorsun ve onun hayatından bir şeyler sorabiliyorsun. Tekrar Facebook’ta mesaj yazmamın nedeni de o zaten ‘bir araya gelebilir miyiz? Berlin’deyim, İskoçya’dayım vs. buralarda olan var mı?’ ”(Elif, Kişisel Görüşme, 30.10.2017)

İnci, o dönem kurmuş olduğu arkadaşlığın yerden bağımsız bir hale dönüştüğünü söylese de Elif’in belirttiği gibi yer hala ortak geçmişin örüldüğü merkezi korumaktadır. Serkan’ın örneğindeki gibi ilişkiler oradan kopuk ilerlese de sohbet etmek için etrafına dizildikleri masa hafızasında yerini korumaktadır. Sosyal medya da söz konusu bağı canlı tutarak yeni etkileşimlere kapı aralamaktadır.

Sosyal medya, her ne kadar anıların biriktirildiği, kolayca saklanıp bakılabildiği, kişilerle ve dolayısıyla yerlerle etkileşimin devam etmesini sağlayan bir mecra gibi görülse de bu durumun tersini ifade eden tartışmalar da mevcuttur. Günümüz hafızasının

ne geri getirme ne de geçmişe dair bir içeriğin yeniden sunulması ile ilişkili olmadığını ifade eden Hoskins (2009) sosyoteknik pratiklerle bütünleşik bir hafıza çerçevesi sunar. Öyle ki web siteleri, Twitter, Facebook gibi kullanıcılarına yaşamlarını gözler önüne sunma, biyografik bilgilerini, geçmiş yorumlarını gösterme ve biçimlendirme fırsatı sunan platformlar bu sosyoteknik pratiklerin cereyan ettiği alanlardır. Bu sistemlerin kullanılması Hoskins'e (2009: 92) göre dijital ağlar hafızası olarak adlandırılabilen yeni bir hafıza yaratmaktadır. Eklenebilen, silinen ya da değiştirilebilen bu hafıza, yaşayan arşivsel hafıza olarak düşünülebilir. Hatta Hoskins (2009: 92), daha da ileri giderek ihtiyaç duyulduğunda yaratılan, dijital teknolojilerin ve medyanın bağlantısallığı ile yönetilebilen, gerçeğinden ayrılmaz bir biçimde sahtesi yapılabilen ve sosyal ağlar aracılığıyla oluşturulabilen bir ağ hafızası tasvir eder.

Görüşmecilerin geçmişte bulundukları yerlerin sosyal medyadaki temsillerini oluşturma biçimlerinde, Hoskins'in betimlediği yaşayan arşivsel hafızadan izler olduğu söylenebilir. Elbette sahtesinin yapılabildiği iddiası oldukça sert bir eleştiridir, ancak geçmişteki paylaşımların silinebilmesi, bu paylaşımlara eklemelerin mümkün olması, yeniden yorumlanması gibi olasılıklar, yaşayan arşivsel hafıza üzerine düşünmeyi gerektirmektedir. Şima, değişim programından döndükten sonra açtığı Instagram hesabına orada çektiği güzel fotoğrafları koyduğunu söylemiştir. Buna karşın bir gün oturup aslında onların yeterince güzel olmadığını, kendisini yansıtmadığını düşünüp sildiğini anlatmıştır. Dolayısıyla bu platformların, yaşayan arşivsel hafıza alanları olarak her an yeniden yaratılmaya uygun oldukları söylenebilir.

Gane ve Beer (2008) için de hayatın basitçe saklanmak yerine arşivlenerek tüketilmesi, tartışılması gereken bir konudur (Aktaranlar Frith ve Kalin, 2016: 46). Anılar, fotoğraf gibi hatırlatıcı unsurların yanı sıra başkaları ile etkileşime açık neredeyse her anının kaydedilmesine müsaade edecek geniş hafıza kapasitesine sahip dijital platformlara emanet edilebilir durumdadır. Bireyin anı ile kurduğu ilişki saklamaktan ve biriktirmekten başka bir bağlama geçmektedir. Kullanıcılar tarafından üretilmiş arşivlerin (*user generated archives*) birleşmesi ve paylaşılan sosyal pratiklerin

hafıza pratiklerini etkilemesi, insan hafızası ve arşiv arasındaki bağlantının doğallığını yitirmesinin nedenleri arasında sayılabilir (Aktaranlar Frith ve Kalin, 2016: 46).

“Çok üzüntülü ya da çok sevinçli olduğum bir anı kaydetmekle sürekli paylaşım yapmak arasında bir fark var. İnsanın filtreleme yeteneğini bence kaybettiriyor. Her şeyi koymaya başlıyorsun, arkadaşlarınla dışarıdasın, koyuyorsun, o gün evdesin, yatağındasın koyuyorsun, kedinle şunu yapıyorsun koyuyorsun, bir yerden sonra anıların kıymeti çok fazla kalmayabiliyor.” (İnci, Kişisel Görüşme, 29.11.2017)

İnci, sosyal pratiklerin çokça paylaşılmasını anıların kıymetini kaybettirecek bir etken olarak görmektedir. Çünkü hafızanın etkileşime açık bir bağlama yerleştirilmesi, insanın hatırlamak istediği şeylere dair filtreleme özelliğini yitirmesine neden olabilmektedir. İlker ise aynı durumu Facebook’un yıllar öncesini bir anda karşısına çıkaran özelliği ile yorumlamıştır:

“Anılarımla yabancılaşmama sebep oluyor bence ya da anıların sıradanlaşmasına sebep oluyor olabilir. Anılarımlı görmezden gelmeme de sebep oluyor olabilir. İnsan niye yaşadığı bir şeyi oradaki çarpı tuşuna basıp tamam bugün görmek istemiyorum desin durduk yere. Beş yıl öncesinde yaşadığım bir anıyı görmek istiyorsam önce aklımda bunu canlandırma ihtiyacı oluşur. Onun dışında bireysel bir tecrübedir anıları düşünmek. Fakat buradaki algoritmik bir süreç. Aldığın beğeniye göre ya da o dönemde kimle fotoğraf paylaştıysan onu senin karşına çıkartarak o anıları senin önüne seriyor. Bu da eski usül fotoğraf albümü karıştırmaya, eski anılara bakmaya pek benzemiyor. Modern çağda anıları yad etmek ile bir evin dolabında nevresimlerin ya da bir poşetin içerisinde anıları çıkarıp bakmak arasında çok ciddi bir fark var.”(İlker, Kişisel Görüşme, 11.01.2018)

Gane ve Beer’in (2008) insan hafızası ve arşivleme arasındaki doğal sürecin, dijital arşivleme ile yok olabileceği yönündeki kaygıları İlker’in bahsettiği durumda oldukça belirgin yaşanmaktadır. Algoritmik bir sistemle, hatırlama süreci harekete geçirilmektedir. Yine de görüşmecilerin çoğu, sürprize benzeyen Facebook hatırlatmalarının kendilerini mutlu ettiğini ifade etmişlerdir. O anda akıllarına gelmeyecek bir hatıra, bir şekilde kendilerine geri gelmektedir. Değişim programı

sırasında yaptıkları bir seyahat, orada çok sevdikleri bir kafe, herkesin bir araya geldiği yurt mutfağı, canlandırma ihtiyacı hissetmeden karşılırlarına çıkmaktadır.

3.4.4.2 Fotoğraf ve Video

Başlangıçta görüşmecilere yönlendirilen sorular arasında gittikleri yerleri video kaydına alıp almadıklarına dair bir içeriğe yer verilmemiştir. Ancak yer fotoğraflarını neden çektikleri, sosyal medyada paylaşp paylaşmadıkları görüşülürken bazı görüşmecilerin videoya dikkat çekmeleri sonucu sorular arasına video da dahil edilmiştir.

Yere dair deneyimlerin kayıt altına alınmasının, mekan ile etkileşimin devam ettirilmesi için oldukça önemli olduğuna “paylaşılmaya değer anlar” başlığında değinilmiştir. Özellikle fotoğraf, bu sorumluluğu üstleniyor gibi görünse de bugün video da yaygın kullanılan bir kayıt biçimidir. Facebook albümlerinin içinde pek yer bulamamış olmalarına karşın çek-paylaş formatındaki Instagram ve Facebook paylaşımlarında tercih edilen görsel içerik formlarındandır.

Gittiği yere dair sosyal medyadaki paylaşımlarında, fotoğrafın yanı sıra videoya da yer verdiğini ifade eden Feyza V., özellikle bilgisayardaki klasörlere dönüp bakacaksa videoları yeniden izleyerek deneyimini hatırlamayı tercih etmektedir. Fotoğrafa bakmak biraz daha külfetli bir iştir. Handan ise her ikisinin kendisi için ayrı bir yeri olduğunu belirterek fotoğrafın ve videonun hafıza için üstlendiği farklı rollere işaret etmiştir:

“Video da çekiyorum. Video bence o anı daha iyi saklıyor fotoğraftan. Daha ayrıntılı. İkisinin tadı ayrı geliyor bana. Fotoğraf tek bir anı veriyor ve hayal gücünü kullanabiliyorsun. Videoda ise çaba sarf etmene gerek yok.” (Handan, Kişisel Görüşme, 25.12.2017)

Handan’a göre, video anı olduğu gibi çekip kaydederken sonrasında hatırlamayı kolaylaştırmaktadır. Fotoğraf ise sadece bir anı göstererek hayal gücünü fitillemektedir. İlker de, hafızanın farklı görsel versiyonlar üzerinden geri dönüşü ile ilgili benzer bir ayrıştırma yapmıştır:

“İkisinin de bende ortak uyandırdığı duygu, o dönemki gerçekliğime tekrar tanık olmak. Çünkü net bir gerçeklik olduğunu ve olabileceğini düşünmüyorum. Ben neydim ne yapıyordum hissine ulaşmak için bakıyorum. Fotoğraf biraz daha anı durdurduğundan benim o an hissetmediğim duyguları da fotoğrafa bakarak hissetmemi sağlayabiliyor. O fotoğrafı çekildiğimde çok da mutlu değilsem sonrasında baktığımda ne kadar güzel günlermiş diyebilirim. İlk bir ay İngilizcem çok iyi değildi, hakikaten çok zor günlerdi ilk zamanlar ama bugün o evde çekildiğim fotoğraflara baktığım zaman mükemmel günlermiş gibi anıyorum. Hâlbuki o zamanlar hayatımın en çetin günleriydi. Video ise hayal gücü unsurunu sanki bir adım daha geriye itiyor. Fotoğraf bir anın dondurulması ve sen o anla ilgili bir şeyler tahayyül ediyorsun ama videoda zaten bir şeyler cereyan ediyor.” (İlker, Kişisel Görüşme, 11.01.2017)

İlker’in ortaya koyduğu farklı nokta ise, fotoğraf üzerinden geçmişin hatırlanmak istendiği gibi çağrılabilmesi gerçeğidir. Yaşananlar, harika deneyimler olmasa bile o an güzel taraflarıyla hatırlanmak istendiği için hayal gücü, deneyimi iyi yönleriyle anmak üzere harekete geçer. Videoda ise böylesi bir harekete geçmeye gerek yoktur, her şey zaten o anda bakılan kayıta olup bitmektedir.

Belleğin imgelerini bölük pörçük ve geçici olarak niteleyen Hutton’a (1990) göre, hatırlamak hayali bir kurgulama sürecidir. Şimdiki zamanda formüle ettiğimiz özel bazı imgeler, geçmişe ait özel bağlamlarla tamamlanmaktadır (Hutton’dan Aktaranlar Özaloğlu ve Erman, 2017: 17). Rose’a (1993) göre, yeni teknolojiler, hafızanın dinamiklerine meydan okumaktadır. Aslında insanların anıları, kendi deneyimlerinin içsel anlatılarıdır. Her anlatıldığında, anlatıcının etkileşiminin bir ürünü olarak farklı bir yönüyle aktarılmaktadır. Ancak video kayıtları, ses kayıtları, yazılı bir kaynak, anıyı güçlendirmekten çok daha fazlasını yapar, doğrusal bir sekansa sabitleyerek onu dondurmaktadır. Zaman içerisinde değiştirilmesini engelleyecek biçimde hafızayı koruma altına almaktadır (Rose’dan Aktaran Hoskins, 2009: 92).

Bir tarafta yaşayan arşivsel hafızanın, anıları yapaylaştırarak yeniden yaratma tehlikesi söz konusudur; diğer yanda ise hafızanın farklı parçalarının geri getirilmesinin yitirilmesi gibi bir olasılık oluşmaktadır. Bireyin yere dair hafızasını özellikle video gibi,

anı tüm öğeleriyle doğrusal bir sekansa yerleştiren kayıt biçimleri, yer ile etkileşimi güçlendiriyor gibi görünse de hafızanın işleyişinin doğallığını kaybettirebilmektedir.

3.4.4.3 Tbt

Instagram’da geriye dönüş perşembesinin (*Throwback Thursday*) kısaltması olarak ortaya çıkan *tbt* hareketi, geçmişten bir fotoğrafın takipçilerle paylaşılması biçiminde özetlenebilir. Öğrenci değişim programı sırasında çekilen fotoğrafların, zaman zaman Instagram’da paylaşılıp paylaşılmadığı, bu fotoğraflara yer bildirimi eklenip eklenmediği, mekanla etkileşimin sürdürülmesinde bir hatırlama pratiği olup olmadığı tezin tartıştığı sorunsallar kapsamında yer aldığından saha soruları arasına *tbt* de dahil edilmiştir.

Geçmişe görsel bir çağrı yapması yönüyle *tbt*, nostalji yaşamının bir biçimidir. İlk bölümün yer nostaljisi başlığında nostaljinin mekanı anımsamakla ilişkili olduğu vurgulanmıştır. *Nostalgia*, *nostos* (eve dönüş) ve *algia* (özlem), etimolojik kökeni ile artık var olmayan veya hiç var olmamış bir eve duyulan özleme denk düşmektedir. Yitirme ve yer değiştirme duygusudur (Boym, 2009: 14).

Boym’a (2009) göre modernite bireyin nostaljiyi yaşama biçimini değiştirmiştir. İki tür yeni eğilim söz konusudur. Yeniden kurucu nostalji, ev-sıla imgelerini tekrar üretirken ulaşımdan ziyade anlatıma dökmeye meyillidir. Düşünsel nostalji ise başka bir yerin ve zamanın hayalini kurmakla ilişkilidir. Her ikisinde de sıla özlemine yurttan kaçıp gitme duygusu eşlik eder. Dolayısıyla birey, artık yer değiştirerek özlem duyacağı bir görüntünün peşine düşer ve yakın zamana ilişkin nostalji yaratmak istemektedir (Boym, 2009: 77–90).

Değişim programı sırasında her şeyin kayıt altına alınmak istenmesinin ardında böyle bir sebebin olup olmadığı tartışmalı olsa da yakın zamana ilişkin nostalji yaratmak istediklerini söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak söz konusu nostalji yaratımı, sosyal medya ortamlarında paylaşma biçiminde tezahür ettiğinde mekan etkileşimi nasıl bir sürece girmektedir?

“Ben o anı senle yaşamışım o zaman ve bunu paylaşıyorum, sana o fotoğrafı gösterebilmek üzere aynı yerde değiliz, farklı yerlerdeyiz, ama yanımdasın ve bak bunu yaşamıştık der gibi tbt.” (Sinan, Kişisel Görüşme, 11.10.2017)

“Nostalji çok kişisel bir şey, senin hissettiğin eski ile ilgili diğer insanlar aynı şeyi hissetmeyecek. Kendi yaşanmışlığına dönüp bakarak bir değeri oluyor. İnsanlar öyle kullanmıyorlar, güzel çıkmış fotoğraflarını tbt yapıyorlar. Çılgın bir yere gitmiştir onu tbt yapıyor. İnsanlar bir şeyleri paylaşmak motivasyonunda.” (Deniz, Kişisel Görüşme, 06.11.2017)

Sinan, tbt'nin uzakta olan biri ile geçmişin paylaşılıp konuşulmasına aracı olduğunu, sanki aynı yerlerdeymişçesine bir bağlam yarattığını aktarmıştır. Deniz ise nostaljinin oldukça kişisel bir düşünceye dayandığını, diğer insanların o yere dair fotoğrafları görse de aynı duyguyla bakamayacağını, dolayısıyla tbt yapmanın yaşanmışlığa dönüp bakmak yerine güzel çıkmış fotoğrafların paylaşılması ile ilgili olduğunu anlatmıştır.

“Gittiğimde Instagramım yoktu döndükten sonra açtım. Zenginleştirmek istedim, elimde de güzel fotoğraflar vardı. Bir de yer bildirimi ile de alakalı aslında. Instagram'ın yer bildirimi özelliği de var, kişisel olarak bir harita oluşturma, gittiğin yerleri görüyorsun. O şimdi yokmuş. O olduğu zaman bütün o haritada nerelere gittiğimi görmek için o tbtleri yapmıştım.” (Halit, Kişisel Görüşme, 17.01.2018)

Halit de yeri hatırlamaktan ziyade güzel fotoğrafları çevresi ile paylaşabilmenin önemine işaret etmiştir. Instagram'ını döndükten sonra açtığını belirten Halit, güzel fotoğraflarını çevresi ile paylaşma istediğinin yanı sıra yer bildirimi özelliği ile nerelere gittiğine dair bir harita da oluşturduğunu söylemiştir. Tbt'leri de bu özelliği kullanmak için yapmıştır. Ayrıca Tbt'lerde yerin bildirilmesinin bir diğer nedeni ise oraya dair özlemin vurgulanmasıdır. Buna karşın artık orada bulunmadıkları için konum bildirmeye gerek duymayanlar da vardır. Fotoğrafın altına bir içerik eklemenin yeterli olabileceğini söylemişlerdir. Her ne kadar görüşmecilerin paylaşma isteği olsa da değişim programı döneminden kalan fotoğrafların paylaşılmasının da bir ömrü vardır. Yaşanan deneyimin

üstünden beş yıl kadar bir süre geçmiş olması, tbt için uygun olmayan bir bağlam yaratabilir.

“Erasmus’tan paylaşıyordum iki yıl öncesine kadar ama sonra dedim artık üzerinden beş yıl geçti ve insanlar diyecek ki ‘bu kız hala mı atlatamadı’ (gülüyor). Aslında hala paylaşmak istiyorum ama artık üzerinden çok zaman geçmiş, artık yeni şeylere yoğunlaşmak gerek diye düşünüyorum.” (İpek, Kişisel Görüşme, 27.10.2017)

Yeşim de İpek gibi uzun zamandır o dönemden tbt yapmadığını, daha çok ilk dönemlerde oraya dair güzel fotoğrafları aralıklı olarak paylaştığını belirtmiştir. Ayrıca o zamanlar bunun adının tbt olmadığını da vurgulamıştır. İlker ise artık gittiği yerlerin bugün bir farklılığı kalmadığı gerekçesiyle paylaşım yapmadığını söylemiştir. “İnsanlara söyleyecek yeni bir sözüm yokmuş hissi, tbt yapmama, en azından sadece benim olduğum fotoğrafları paylaşmama engel oluyor.” (İlker, Kişisel Görüşme, 11.01.2018)

Dijital medyada, tbt kapsamında paylaşılan fotoğrafların uzak geçmişten çok yakın zamana ilişkin olduğu söylenebilir. Boym’un da dediği gibi yer nostaljisine dair imgeler üretilirken oraya ulaşmaktan ziyade anlatıma dökme meyili daha baskındır.

Fransız antropolog Joel Candau (1998), imajların, bilginin, işaretlerin yoğun üretiminin, toplumun anıyı iletme kapasitesini artırmak yerine yoğun kuşatması ile azalttığını belirtir (Aktaran Berliner, 2004: 1999). Nostalji, böyle bir durumda kaybetme kaygısı ile başa çıkmanın bir yoludur. Ne kadar yakın zamandan da olsa biriktirilmiş güzel fotoğrafların paylaşılması, yok olmalarının karşısındaki kaygıyı azaltmaktadır. Ancak yerin, böylesi bir sosyal etkileşime açılması, oraya dair hafızanın bahsi geçen yoğun kuşatmayla karşılaşmasına sebep olabilir.

3.4.4.4 Bugünden O Güne Bakmak

Halbwasch (2017: 66) geçmişin, içinde bulunduğumuz yeni koşullarla hatırlanarak yeniden inşa edildiğini ifade eder. Kişinin olgunlaşması, geçmişi ile ilişkili olan başka bir gruba dahil olması, yaşadıkları ile ilgili bakış açısını değiştiren ve hafızasının katmanlarını değiştiren öğelerdir (Halbwasch, 2017: 67). Prohansky’nin ifade ettiği gibi

yer kimliği aynı kalmaz. Bireyin hayat döngüsünde ortaya çıkan yeni durumlarla birlikte o yerin ifade ettiği anlam yeniden şekillenmektedir.

Değişim programı sırasında bulunulan yer, bireyin içinde olduğu yeni koşullarla farklı anlamlar kazanmaktadır. Dolayısıyla o günkü fotoğrafların bugün anlattıkları, değişim programına katılmış bireyler için farklılaşmaktadır. Facebook'un hatırlatmaları, tbtler, aynı dönemde orada bulunan kişilerin sosyal medya paylaşımları, görüşmecilerin gittikleri yerleri yeniden düşünmelerine aracı olmaktadır.

“Sanki o an olduğundan daha güzelmış gibi bir hissiyat yaratıyor. Gezerken küçük stresler olur ya, otobüsü kaçırdın, müzeye gidecektin kapanacağı için seni almadılar, o an o güzelliği fark etmiyorsun ama hayatımızın yüzde 95'i gündelik hayatın içinde geçtiği için aslında çok küçük bir zamanmış ve güzel bir zaman dilimiymiş gibi, olduğundan daha güzelmış gibi. O an çok stresli ve belki kendimi kötü hissediyordum ama şuan bakınca çok güzelmış gibi hatırlıyorum. “(Feyza V., Kişisel Görüşme, 06.11.2017)

Feyza V., değişim programı sırasında çekilen fotoğraflarla karşılaştığında her şeyi daha güzel hatırladığını vurgulamıştır. Bunun sebebini ise artık gündelik hayatında böyle farklılıkların çok nadir olabilmesine bağlamıştır. Yeliz de aynı şekilde, Facebook hatırlatmalarını gördüğünde yine orada olmayı istediğini, bugün yaşadığı şehrin kaosunu oradaki mutluluğu, tasasızlığıyla karşılaştırdığını, O Yeliz'in yaşadıklarını hatırlamayı sevdiğini belirtmiştir. Aslında gittiği yer, o günkü benliğini, durumları deneyimleme biçimini kendisine çağrıştırmaktadır. Tekrar aynı kişilerle orada bulunsa bile aynı tecrübeyi yaşaması mümkün değildir. İpek, bu gerçeğe yüzleşen görüşmecilerden biridir:

“Aynı arkadaşım ile tekrar gittik ama hiç aynı duyguları hissetmedik. Her şey gözümüze farklı göründü. Biraz kafamızda da kurduk herhalde. Çok büyüğü bir şey beklerken, gittiğimizde her şey değişmişti. Oradaki insanlar, oradaki yaşayış şekli... Çoğu şeyi farklı bulduk, o yüzden biraz moral bozucuydu. Ama zaman değişiyor, o yüzden yapacak bir şey yok. Bizim psikolojimiz ve durumlarımız da aynı değil tabi.” (İpek, Kişisel Görüşme, 27.10.2017)

Hafızaya kazınmış yer, hatırlanabilir olması ile hala oradadır, hatta gerçekten ziyaret etmek bile mümkündür. Ancak hiçbir tekrar, sahici değildir. (Stewart'tan Aktaran Boym, 2009: 19). İpek de bu geri getirilmezliğin yaşamayı beklediği büyüyü bozduğunu söylemiştir. Çünkü ne orası bıraktıkları gibidir, ne de kendileri o dönemki kişilerdir. Dolayısıyla görüşmecilerin geçmişte gittikleri yer ile bugün kurdukları etkileşim (oraya yeniden gidebilme, sosyal medyada karşılaşılan hatırlatmalar vs.), daha önce yaşananlar ile aynı olmayacaktır.

3.4.4.5 Başkalarının Ağlarda Aynı Yerlerden Paylaşım Yapmaları

Yer etkileşiminde belirleyici olan diğer durum ise başkalarının ağlarda gittikleri yerden paylaşımlar yapmalarıdır. Tanıdıkları kişiler, tesadüfî aynı yere seyahat edip oraya dair paylaşım yapabilirler. Aynı zamanda şehirlere dair fotoğraflar paylaşan Instagram hesapları da gidilen yerlerin yeniden görülmesini sağlayabilmektedir. Bireyler, orada olduğu sırada ve sonrasında paylaştıklarıyla kendi öznel deneyimlerinden izler sunarken, başkalarından gördükleri ile, gitmeden önce olduğu gibi, topluluk temelli bilginin yere dair anlam üretme sürecine dahil olurlar.

“Mesela sabah baktığım bir fotoğraf Almanya’dan. Sanki benim de gittiğim bir caddeye çok benziyordu ama ismi farklıydı. Yani gittiğim yerle bağımı sürdürüyorum hem duygusal hem zihinsel olarak. Ayrıca bana hatırlatma yani.” (Elif, Kişisel Görüşme, 30.10.2017)

“Birisi Paris’te fotoğraf paylaştığında, birinin herhangi bir yerde paylaştığından daha çok ilgimi çekiyor bu. Mutlaka beni bir yere, bir anıya götürüyor.” (Yeşim, Kişisel Görüşme, 28.09.2017)

Topluluk temelli bu imajlar, bu sefer kişisel tecrübe ile düşünülmektedir. Bir anıyla, gidilen bir caddeye benzerliklerle yorumlanmaktadır. Ayrımı kolaylaştıran ise Elif’in deneyiminde olduğu gibi fotoğrafın nereye ait olduğunu gösteren konum ile paylaşılmış olmasıdır. Ancak bu paylaşımlar her zaman olumlu duygular oluşturmaz. *Sosyal etkileşim ve mekan* başlığında değinildiği gibi ait hissedilen yerin başkalarına da bir anlam ifade etmesi, paylaşmaya karşı bir direnç yaratabilir.

“Çok kötü oluyorum, geçen bir arkadaşım paylaşmış, Eze’den paylaşmış direkt, kıskandım, ‘o mekan benim mekanım senin orada ne işin var, sen nerden duydun da oraya gittin.’ dedim içimden. Nice’i değil, direkt Eze’i, Nice’e gidebilir.” (Feyza, Kişisel Görüşme, 22.10.2017)

“Millet geziyor tabii, biraz sinir bozucu oluyor onları görmek. Orada olmak istiyorum ama şu an o orada gibi oluyor.” (Şima, Kişisel Görüşme, 19.10.2017)

Ortak paylaşım, zaman zaman yeri koruma eğilimini beraberinde getirirse de daha önce aktarılan mahallileşme (*parochialization*) kavramı, bu paylaşımların kişiler arasında bir ortaklık da yaratabileceğini ifade eder. Orada bulunan kişi ile benzer bir deneyim yaşandığından yakınlık da hissedilebilir. Ayrıca “geçmişe ilişkin bilgi diye başkasından alınan” bu imgeler, Ricouer’ün tanıklık kavramlaştırmasında karşılık bulur. Sosyal medyada bulunulan yere dair fotoğrafların, başkasının paylaşımları aracılığıyla görülmesi, başkasının tanıklığı aracılığıyla alınan geçmişe dair bilgiye benzer; anıyı yeniden kurgulayabilecek güçtedir. Birey, hiç hatırlamadığı bir anıya erişerek anımsamakta zorlandığı bir durumu yeniden düşünebilir. Bazen de başkalarının tanıklıklarından, hikayelerinden güç alarak aslında hiç de yaşamadığı bir biçimde tamamlayabilir (Halbwasch, 2017: 67). Görüşmeciler, Instagram’da gittikleri yere dair paylaşım yapan hesapları takip ederken daha çok yeniden anımsamayı sevdiklerini belirtmişlerdir.

“Takip ediyorum. Tekrar oranın fotoğraflarını görmek hoşuma gidiyor, tekrar o kilisesi, köprüsü ya da gece ışıklarıyla ya da sokaklarıyla’ aa ben buraya da gitmiştim aa burası da orasıydı, aa bak buraya gitmemiştim.’ demek hoşuma gidiyor.” (İnci, Kişisel Görüşme, 29.11.2017)

Bazıları da fotoğraf paylaşan hesaplardan ziyade orada dahil oldukları Facebook gruplarını takip etmeye devam ederek gruplardaki paylaşımları, yeni giden değişim programı öğrencilerinin yazdıklarını, nelerin değiştiğini ya da aynı kaldığını görebildiklerini belirtmişlerdir. Serkan da gittiği yer ile ilgili yeterli bilgiye sahip olduğunu, her yerinde bir anı yaşadığını, o yüzden hesap takip etmesinin herhangi yeni bir bilgi getirmeyeceğini belirterek sadece Facebook grubunu takip ettiğini anlatmıştır:

“Oradaki exchange grubunun aktivitelerine bakabiliyorum bazen, ‘şu anda ne yapıyorlar, nasıl değişmiş, insanlar hala aynı şekilde iyi vakit geçiriyorlar mı?’ diye ona bakıyorum ama sadece bir sokağın fotoğrafını açıp bakmıyorum”. (Serkan, Kişisel Görüşme, 04.11.2017)

Bir diğer grup ise Ricoeur (2012) ve Halbwash’ın (2017) bahsettiği gibi başkasının geçmişe dair tanıklığının anılarını değiştirmesinden çekinerek bahsi geçen hesapları takip etmediklerini ifade etmişlerdir.

“Oraya dair anılarımın, algımın yönlendirilmesini, farklı şekilde şekillendirilmesini istemiyorum. Hafıza öyle bir şey ki biçimlenen bir şey, yaşadığın şey yaşadığın haliyle kalmıyor. Her şey birbirini etkileyip birbirine fon oluyor.” (Sinan, Kişisel Görüşme, 11.10.2017)

“Çünkü 10 ay Fransa’da Paris’te yaşadım ve o kadar güzel anılarım var ki... Kafamda da imajlar var. O yüzden başkasının çektiği fotoğrafları kendi imajlarımla karıştırmak istemiyorum. Zaten sevdiğim yerleri sokak sokak hatırlıyorum, mesela mekan isimlerini çok unutuyorum. Ama fotoğrafik hafıza daha sağlam olduğunda birçok şeyi unutmuyorum o yüzden başkalarınınkileri takip etmiyorum. Zaten bendeki, zihnimdeki haliyle çok hoşuma gidiyor. İnsan bir zaman sonra gördüğü fotoğrafı orada mı görmüştüm burada mı görmüştüm diye karıştırabiliyor. O yüzden takip etmiyorum ve gerek de duymuyorum. Çünkü bana bilmediğim bir şey anlatmıyor ki.” (Yeşim, Kişisel Görüşme, 28.09.2017)

Hem geçmişe dair bir durumun yaşanmayan bir biçimde tamamlanması tehlikesi hem de zaten bilinen bir şeyin tekrarlanması, gidilen yerlerden fotoğraflar paylaşan hesapların takip edilmeme sebepleridir. Bireyin yer etkileşimi, grup temelli paylaşımlarla yeniden biçimlenmeye müsaittir.

SONUÇ

Bireylerin sosyal medyada mekanların konumlarını ve fotoğraflarını neden paylaştıklarının, bu paylaşımların mekansal etkileşimleri için belirleyici olup olmadığının sorgulandığı bu tezde, özellikle Instagram, Facebook gibi konum paylaşımına izin veren fotoğrafik medya uygulamaları göz önünde bulundurulmuştur. (1) Sosyal medyada paylaşılan mekan fotoğraflarının ve konumlarının bireylerin yer ile kurdukları bağı güçlendirdiğini; (2) Bir arşivleme alanı olarak mekansal hafızayı canlı tuttuğunu; (3) Mekanın, sosyal medyadaki etkileşimler için bir bağlam yarattığını önererek yola çıkan tezde, (1) sosyal medyanın yerlere dair deneyimlerin arşivlendiği, dolayısıyla da hatırlamaya aracı olan bir platform olduğu, (2) sadece lokasyon belirtmenin değil fotoğraf paylaşmanın da diğerleri ile mekan üzerinden etkileşim kurulmasını sağladığı, (3) sosyal medyanın mekan üzerinden kimliğin sunulması, konum bildirimi, kaydetme gibi özelliklerle yere olan bağlılığı güçlendirdiği sonuçlarına varılmıştır.

Bahsi geçen sorulara cevap aramak üzere öğrenci değişim programına katılmış bireylerin, sosyal medya ve mekansal deneyimleri referans alınarak gitmeden önceki dönemde sosyal medya ile ne yaptıkları, orada bulundukları süreçte ve sonrasında mekansal deneyimleri için sosyal medyanın ne sağladığı gibi sorular üzerinde durulmuştur. Bireyin mekanla ilişkisinin zayıfladığının, mekanların imgeleri tüketmek üzere deneyimlendiğinin ve bireyin mekanla ilişkisinin yalnızca toplumsal anlam örüntüleri içinde şekillendiğinin iddia edildiği yaklaşımların aksine bu tezde mekansal etkileşim bireyin öznel tecrübesinden görülmeye çalışılmıştır. Bu yüzden sembolik etkileşim yaklaşımıyla bireyselden toplumsala, toplumsaldan bireysele mekanlarla etkileşimin sosyal medya aracılığıyla nasıl kurulduğu betimlenmeye çalışılmıştır.

Tezin ilk bölümünde birey ve mekan arasındaki ilişki hem tarihsel akış içindeki hem de düşünsel akımlar arasındaki farklı taraflarıyla ele alınmıştır. Böylesi kapsamlı bir konunun derinlemesine aktarılması mümkün olmamış, yine de ilk bölümde felsefi

düşüncede, toplumsal, hümanistik perspektiflerde mekanın nasıl çerçvelendiği özetlenmeye çalışılmıştır. Dönüşen toplumsal ilişkiler ve teknolojik gelişmeler karşısında mekan konusundaki kaygıların aktarılması gayesiyle modernite ve postmodernitenin mekanlarını kapsayan yaklaşımlara yer verilmiştir. Tüm bu düşüncelerin bireyin mekansal etkileşimine dair izler taşıdığı düşünülse de yere dair öznel deneyim üzerinde durularak kimlik, hafıza ve beden kavramlarının mekansal etkileşimdeki rolleri tartışılmıştır. Mekan, bireyin kendiliğini ortaya koyduğu bir alandır. Bu durum hem diğerleriyle kurulan ilişkiyi, hem de bireyin benliğini oluşturan dinamikleri kapsamaktadır. Beden ise mekana dair düşüncelerin oluşmasından önce orayı karşılayan, tanıma sürecini başlatandır. Tüm bu tanıma, benliğe dahil etme, diğerleriyle kurulan ilişkinin bir ögesi olma süreci ise, aslında mekanların hafızanın yerleştiği uzamlar olduğunun işaretleridir.

İkinci bölüm ise tartışmayı birey-mekan arasındaki karşılıklı ilişkiden çıkarıp araya medya, fotoğraf, siber mekan gibi araçları koyarak aslında anlamların üretiminin sadece toplumsal ilişkilerle ya da öznel süreçlerle sınırlı olmadığını, bu ilişkilere bir de medyanın eklemelendiğini vurgulamaktadır. Medyanın mekanları aktarmasının bireyin yerleri anlamlandırmasında belirleyici olduğu belirtildikten sonra mekanlarla kurulan fotoğraflık ilişki serimlenmiş, sonrasında ise daha geniş bir bağlamın, siber mekanın bireyin gerçek mekanlarla ilişkisinde pek çok yaklaşımda dile getirildiği gibi bir kopuş yaratmadığı, “dijimekan”, “net yerelliği”, “hibrid mekan”, “artırılmış mekan” gibi kavramlarla aktararak aslında yeni bir etkileşim ortamı oluşturduğu ifade edilmiştir. Sosyal medyanın ise, siber mekanın kapsamına girebilecek bilgisayar dolayımı bir ortam olarak, mekanların fotoğraflarının paylaşılmasına ve konumlarının bildirilmesine aracılığıyla mekansal etkileşim için yeni bir bağlam yarattığına işaret edilmiştir.

Üçüncü bölümde öğrenci değişim programlarına katılmış bireylerle gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelere yer verilmiştir. Öğrenci değişim programına katılan bir kişinin deneyimi süresince mekana ilişkin farklı dönemlerden geçtiği, her dönemin ise kendi içinde farklı dinamikler taşıdığı düşünüldüğünden mekansal etkileşimin sorgulanabilmesi için kapsamlı bir saha seçilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmelerin ardından bireylerin cevapları betimsel analiz ile değerlendirilerek daha

önce belirlenen deneyim akışına göre tasnif edilmiştir. Genel olarak sosyal medyada mekansal konumlarını ve fotoğraflarını paylaşırlarken kendilerinden bahsetmeyi, deneyimlerini aktarmayı, yere dair bir anı oluşturmayı amaçladıkları gözlemlenmiştir. Paylaşımları mekanı sahiplenmenin, orayı kendilemenin, orada bulunmuş olmanın bir aracı olurken ayrıca diğerleri ile de mekan üzerinden sosyal ilişkiler kurmanın bir yolu olmaktadır. Ancak tezin sahasının mekansal deneyime dair üç temel sürece bölünmesi (öncesi, sırası, sonrası), sonucun da bu akışla incelenmesini gerektirmektedir. Çünkü birbirinden ayrı mekansal etkileşim özellikleri gösteren söz konusu süreçlerin bu şekilde daha iyi değerlendirilebileceği düşünülmüştür. Buna karşın hangi etap olursa olsun öncelikle, Casey'nin aktardığı gibi, yerin içine batık olma halimizin devam ettiği belirtilmelidir. Yani bireyin yer ile kurduğu bağın, yer hissinin yüzeyselleştiğini aktaran (Tuan, 1977), dünyanın küresel bir köye dönmesinin ardından mesafelerin önemini yitirdiğini belirten (Giddens, 1994; Harvey, 1997), geçiş noktaları arasında kalan bireyin mekanla kimliksel, ilişkisel, tarihsel bir bağ kurmasına gerek kalmadığını vurgulayan (Augé, 1992) düşüncelerin aksine birey hala yaşamını mekana bağlı olarak sürdürmektedir. Gündelik hayatın önemli bir ögesi olan mekan, hem sosyal ilişkilerin zeminini hem de kimliğin bir uzantısını oluşturmaktadır. Bu yüzden sosyal medyanın da dahil edilebileceği siber mekanların, bireyi fiziksel mekandan koparmadığını, bilakis söz konusu ortamların birbirleri ile iç içe geçtiğini, kesiştiğini söylemek mümkündür. Tezin ikinci bölümünde bu durum üst mekan kavramı ile ifade edilerek mekana dair deneyimin bilgisayar dolayımı ortamlarla birleşerek işaretlenebilen, aktarılabilen, birbirinin içine geçen yeni anlamlar kazandığı vurgulanmıştır. Çünkü mekana ilişkin bilgiye erişim süreci değiştiği gibi diğerleri ile kurulan sosyal etkileşimin bağlamı da farklılaşmıştır (De Souza e Silva, 2006: 262). Sosyal medyada mekan görsellerinin ve konumlarının sunulmasının mekansal etkileşime ne sağladığı ise değişim programının öncesi, sırası ve sonrası süreçlerinde daha açık bir biçimde görülmektedir.

Öğrenci değişim programı ile nereye gidileceğine karar verilmeye çalışıldığı dönemde Google Maps, Google Earth gibi uygulamalar, bilgi toplamaya, nasıl bir yer ile karşılaşılacağını düşünmeye aracı olmaktadırlar. Şehir isimlerinin aratılması sonucu çıkan görseller, oraya dair hayal kurmanın materyali olmuştur. Ancak bireylerin çoğu,

karar alma sürecinde bu imajlar yerine, yakın çevrelerinde bulunan kişilerin anlatılarını, tecrübelerini referans almışlardır. Gitme kararı verildikten sonra ise yeniden bu platformlara yönelim başlamaktadır. Yere ilişkin çokça bilgi toplanabildiği gibi, üç boyutlu haritalarla sokak isimlerine, ev ve okul arasındaki mesafeye, şehrin meydanlarına kadar pek çok ayrıntıya ulaşabilmek mümkündür. Böylelikle mekan, herhangi bir sürprizle karşılaşmadan, beklendiği biçimde deneyimlenebilmektedir. Tüm bunlara ek olarak mekanlara dair bu kadar çok enformasyonun kullanıcının erişiminde olması ise Appadurai'nin medya akışları ile ifade ettiği bağlamı genişletmektedir. Gittikçe daha fazla insan, bu akışlar karşısında yer değiştirmenin, gitmenin hayali ile yaşamaktadır. Appadurai, bunu göç hareketlerine ilişkin olarak belirtse de, keşfetmek, yaşamak, gezmek, görmek üzere pek çok destinasyonla, şehirle, mekanla karşılaşılması aynı argümanın yerlerin tüketilmesine ilişkin geliştirilebileceği bir zemin sunmaktadır. Yani birey, bir yandan gideceği yere dair fikir sahibi olurken diğer yandan ise orada yapacaklarına, yapması gerekenlere, yeri nasıl tüketmesi gerektiğine ilişkin bir yönlendirme ile karşı karşıya olabilir. Ancak sosyal medyanın, diğer medya araçlarına benzer şekilde bu tüketimi destekleyip desteklemediği tartışılması gereken bir sorunsaldır.

Urry (2009), turirt bakışı kavramı ile bireyin mekanları ziyaret ettiğinde tamamen seyretmeye dayalı bir eylem halinde olduğunu, bu eyleminde ise kolektif sunumun izlerini bulmaya çalıştığını vurgulamaktadır. “Yorumbilgisel döngü” kavramı da mekanların tüketilmesini çağrıştıran benzer bir süreci tarif eder. Bireyin bir yere gittiğinde daha önce gördüğü imajların peşine düştüğünü, buraları fotoğraflayıp ziyaret ettiğinin bir kanıtı olarak başkaları ile paylaştığını iddia eden bu yaklaşım, sosyal medya için de yorumlanabilir. İkinci bölümde ele alınan “temsili etiketler” konsepti, sosyal medyada dolaşımda olan mekan imajları ve konum bildirimlerinin bir araya gelmesinin kolektif bir sunum oluşturabileceğini vurgulamaktadır. Van Dijck (2010) de, taglenmiş ya da konum bilgisi ile desteklenmiş bu fotoğrafların, mekanlar için kolektif bir bakış oluşturduğunu, dünyaya dair ortak bir bakış ürettiğini belirtmektedir. Birey belki kısa süreli seyahatleri için öncelikle görmesi gereken mekanlara dair böyle bir ön kabulle hareket edebilir; ancak Jenkins'in (2006) katılımcı kültür ile ifade ettiği gibi bireyin

sosyal medyadaki içeriklerin tüketicisi olduğu kadar üreticisi olduğu da hatırlanmalıdır. Dolayısıyla bu döngü içinde diğerlerinin mekana verdikleri anlamın birey için ne ifade ettiği, orada bulunduğu mekana dair sosyal medyada paylaştığı konumlarla, imgelerle anlaşılabilir.

Yapılan görüşmeler sonucu elde edilen bulgulara göre bireylerin böylesi bir fotoğraf çekme pratiğinden kendilerine anlamlı gelen yerlere yönediklerini aktarmak daha doğru olacaktır. Çünkü mekanla ilişkileri, turistin deneyimindeki gibi geçici bir bağlamda gerçekleşmez; zaman geçirdikleri bu yeri bıraktıkları biçimde anmak üzere kaydetme eğilimindedirler. Bu da gördükleri gibi anlatılar yaratmak yerine “yeri kendileme”, “yer hissi” terimlerinin karşılık geldiği öznel bağ kurma çabasında olduklarını akla getirmektedir. Birey bulunduğu mekan diğer mekanlardan ayırt ederek kendine dair izlerle nitelediği bir sürece sokmaktadır, kısacası mekanı kendisi için anlam taşıyan bir yere dönüştürür. Sosyal medya da bu anlam yaratım sürecinin bir aracı gibi düşünülebilir. Çünkü sosyal medyada mekan fotoğraflarının paylaşılması ve konum bildirilmesi, Agnew’in “anamlı yerler” oluşturma aşamaları olarak imlediği, koordinatlar sisteminde yeri belli olan coğrafik yerleşikliği, diğerleri ile sosyal ilişkilerin oluşturulduğu bir uzamı ve öznel yer kimliğini çağrıştırmaktadır. Yani, birey bağ kurduğu ve diğerlerinin mekanlarından ayırt etmek istediği yerleri, sosyal medyada coğrafik olarak bildirerek ve başkaları ile bu paylaşımları üzerinden ilişki kurarak, anlamlı yerler oluşturma pratiğini sosyal medya platformlarına taşımaktadır. Bu paylaşımlar bir yandan bireyin anlamlı bir yer oluşturma gayesini kapsıyor olsa da diğer yandan kimliğin aktarılma biçimidir. Çünkü mekansal etkileşimlerimiz, tezin hem ilk bölümünde hem de ikinci bölümünde aktarıldığı gibi kendimizi nasıl tanımladığımız, “genelleştirilmiş ötekiler” karşısında nerede durduğumuz için oldukça önemli bir sembolik bağlam yaratmaktadır. Sosyal medya ise paylaşılan lokasyonlar ve fotoğraflar ile benliğin sunulması için bir vitrin oluşturmaktadır. Diğerlerinden ayırmak, diğerlerini etkilemek gibi amaçlar taşıyan bu performanslar, aslında onaylanan, gidilmek istenen, merak uyandıran mekanlara yönelimlidir. Dolayısıyla “yorumbilgisel döngü”nün mekan fotoğrafları gibi sosyal medyada paylaşılan mekan içerikleri de toplumsal etkileşim sonucu oluşmuş mekansal anlamlara göre şekillenmektedir. Ancak

burada dikkat edilmesi gereken nokta, sembolik etkileşim yaklaşımının da dayandığı, bireyin toplumsal çerçeveleri kendi yorumu ile yeniden değerlendirip anlamlandırmasıdır. Yani mekan, bir taraftan diğerleri ile etkileşimin bir ögesi olarak ortak anlamlar taşıırken diğer yandan bireyin öznel tecrübesi ile algılanmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyadaki mekansal içeriklerin, bireyin mekan deneyimini tamamıyla yönlendirmesi mümkün değildir. Birey, mekana özgü “grameri” kendi “taktığı” ile yeniden okuyarak sosyal medyada da bu şekilde iletişime sokmaktadır. Temsillerin öznelliğini güçlendiren ise fotoğrafların ve konumların, bireyin yerlere dair hafızasının bir bileşeni olmasıdır.

Deneyim sırasında sosyal medyada paylaşılan içeriklerin, mekana dair hafızayı canlı tuttuğu, dijital ortamların taşıdığı risklere karşın, Facebook ve Instagram’ın güvenilir bulundukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca paylaşılan albümler, hala geçmişte bulunulan yer ile etkileşimin sürdürülmesine aracı olmaktadır. Gerek Facebook’un yaptığı hatırlatmalar gerekse Instagram’ın tarihe göre tasnif edilmiş bir biçimde fotoğrafları bir arada tutması, bireyin mekanla ilişkisini sürdürmesini sağlamaktadır. Ayrıca diğerlerinin aynı yerlerden yaptıkları paylaşımlar, hafızanın harekete geçmesi için bir taslak sağlamaktadır. Ancak bireylerin, bu kadar çok yer imajı ve yer bildirimi ile karşılaşması yerlere dair anıların, başkalarının tanıklıkları ile yeniden şekillendiği şüphesini getirmektedir. Bu yüzden başka hesapları takip etmek istemediklerini belirten görüşmecilerin olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Tezin sorunsalları hem mekan fotoğraflarını hem de konum bildirmeyi kapsamasına karşın lokasyon temelli uygulamaların değişim programı esnasında nasıl kullanıldığının yeterince aktarılamadığı söylenebilir. Çünkü bireylerin Facebook’a konum ekleyebilme özelliği 2010 yılında uygulamaya konmuştur; keza meydan isimlerinin, şehir adlarının bildirilmesi gibi sınırlı bir kullanımla karşılaşılmıştır. Instagram ise 2010 yılında kullanıcılara sunulmuş bir sosyal medya uygulaması olarak başlangıçta pek tercih edilmemiştir. Yine de görece geç dönem giden (2012-2016) görüşmecilerin gittikleri yerlerin konumlarını bildirdikleri, hatta o dönem Instagram’ın sunmuş olduğu harita oluşturabilme özelliğinden faydalandıkları görülmüştür. Bu harita

oluşturma motivasyonu ise, yeri kendileme argümanını destekleyecek şekilde, hem gittikleri şehirlere dair kendilerine bir katalog oluşturma hem de anılarını kaydetme isteklerine dayanmaktadır. Yine de 2007–2016 yılları arasında değişim programına katılmış bireylerin tecrübeleri geç dönem gidenler ve sosyal medyanın daha erken dönemlerinde gidenler biçiminde ayırt edebilmiş, böylece konum özelliğinin kullanımlara nasıl eklemlendiğı de aktarılmıştır.

Sonuç olarak sosyal medyanın mekan üzerinden iletişim kurulmasına aracı olduğı, daha önce bulunulan mekanlarla etkileşimin sürdürölmesini sağladığı öğrenci değişim programına katılmış bireylerin deneyimleri aracılığıyla görölmüştür. Sosyal medya ile mekanlara dair deneyimin arşivlenmesi, hatırlanması, paylaşılması kolaylaşmaktadır. Birey için anlamlı olan yerler, paylaşılmaya değer anlar olarak başkalarının bakışına, ilgisine, deneyimine açılmakla kalmayıp etkileşimin de konusu olmaktadır.

KAYNAKÇA

- Anastasiadou, C. & Migas, N. (2016). Individualising the Tourist Brochure: Reconfiguring Tourism Experiences and Transforming the Classic Image-maker.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalisation*. Public Worlds. <https://doi.org/316.722> APP. 15.10.2017.
- Appadurai, A. (Ed.). (2001). *Globalization* (İkinci B.). Durham: Duke University Press.
- Assmann, J. (2001). *Kültürel Bellek. Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*. A.Tekin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Augé, M. (2016). *Yok Yerler* (İkinci B.). T. Ilgaz (çev.), İstanbul: Daimon Yayınları.
- Bachelard, G. (2014). *Mekanın Poetikası* (İkinci B.). A. Tümertekin (çev.), İstanbul: İthaki Yayıncılık.
- Barker, C. (2004). *The Sage dictionary of cultural studies*. Beverly Hills, Kaliforniya, Londra: Sage.
- Barrash, J. A. (2007). Belleğin Kaynakları. *Cogito*, 50, 11–23.
- Barthes, R. (1996) *Camera Lucida*. R. Akçakaya (çev.), İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. O. Adanır (çev.), Ankara: Doğubatı Yayınları.
- Bauman, Z. (2011). *Postmodern Etik*. A. Türker (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beer, D., & Burrows, R. (2007). Sociology and, of and in Web 2.0: Some initial considerations. *Sociological research online*, 12(5), 1–13.

- Berliner, D. C. (2005). The abuses of memory: reflections on the memory boom in anthropology. *Anthropological Quarterly*, 78(1), 197–211
- Berman, M. (2013), *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor* (Onaltıncı B.). Ü. Altuğ, B. Peker (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları
- Bernardo, F. & Palma-Oliveira, J. M. (2012). Place Identity: A Central Concept in Understanding Intergroup Relationship in the Urban Context. Casakin, H., Bernardo, F. (Ed.) *The Role of Place Identity in the Perception, Understanding, and Design of Built Environments* içinde. (s. 35–46). Dubai: Bentham E Books.
- Binark, M. (2005). İnternet’i ve/ya Bilgisayar Dolayımlı İletişim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları. Binark, M., Kılıçbay, B. (Ed.) *İnternet, Toplum, Kültür* içinde (s.177-190). Ankara: Epos.
- Bourse, M., Yücel, H. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Boym, S. (2009). *Nostaljinin Geleceği*. F. B. Aydar (çev.), İstanbul: Metis.
- Bushey, J. (2014). Convergence, connectivity, ephemeral and performed: new characteristics of digital photographs. *Archives and Manuscripts*, 42(1), 33–47.
- Büyükdemirci, H. İ., ve Ercoşkun, Ö. (2017). Coğrafi Tabanlı Sosyal Medya Kullanımı: Ankara’da En Çok Yer Bildirimi Yapılan Kahve Mekânları. *Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi (MBUD)*, 2(1), 33–54.
- Carter, M. J., & Fuller, C. (2015). Symbolic interactionism. *Sociopedia. isa*, 1, 1–17.
- Casey, E. S. (1997). *The Fate of Place: A Philosophical History*. Londra: University of California Press.
- Casey, E. S. (2001). Body, Self and Landscape. Adams, P. C. (Ed.). *Textures of Place* içinde (s. 403–425). Minnesota: University of Minnesota Press.

- Casey, E. S. (1987). The World of Nostalgia. *Man and World*, 20, 361–384.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı, Ekonomi, Toplum ve Kültür 1. Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi*. E. Kılıç (çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. E. Kılıç (çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Certeau, M. (2008). *Gündelik Hayatın Keşfi I*. L. A. Özcan (çev.), Ankara: Dost Kitabevi.
- Certeau, M., L. Giard, ve P. Mayol (2015). *Gündelik Hayatın Keşfi II* (İkinci B.). Ç. Eroğlu ve E. Ataçay (çev.), Ankara: Dost Kitabevi.
- Charles W. J. Withers. (2009). Place and the “Spatial Turn” in Geography and in History. *Journal of the History of Ideas*, 70(4), 637–658. <https://doi.org/10.1353/jhi.0.0054>, 18.08.2017.
- Cheviron, N. T. (2014). *Küresel İletişim*. İstanbul: Ekslibris Yayınları.
- Cresswell, T. (2004). *Place: A Short Introduction*. Londra: Wiley.
- Connerton, P. (2012). *Modernite Nasıl Unutturur?*. K. Kelebekoğlu (çev.), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Culler, J. (2009). Turizmin Göstergebilimi, *Cogito*, 59, 95–112.
- De Souza e Silva, A. (2006). From cyber to hybrid: Mobile technologies as interfaces of hybrid spaces. *Space and culture*, 9(3), 261–278.
- De Souza e Silva, A. & Jordan, F. (2013) Re-Narrating the City Through the Presentation of Location. Farman, J. (Ed.). *The mobile story: Narrative practices with locative Technologies* içinde (s. 34 -50). Londra: Routledge.

- Despard, E. (2015). Photographic social media, designed landscapes and urban, place-based visibilities: in search of friction. *Journal of Aesthetics & Culture*, 7(1), 28242.
- Dijk, J. V. (2016). *Ağ toplumu*. Ö. Sakin (çev.), İstanbul: Kafka Yayınevi.
- Erdoğan, B. Z., Özata, F. Z., Doğan, S., ve Şaşmaz, H. A. (2017). Konum Tabanlı Mobil Swarm Uygulaması Üzerinden Paylaşım Motivasyonlarının İncelenmesi, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 379–400.
- Eryol, S. (2015). Mobil iletişim haritalaşan gündelik yaşam ve adreslenebilir insan. *Türkiye’de İnternet Konferansı*, 20.
- Esenyel, A. (2011). İdealizm ve Kant’ın Uzam Görüşü. *Kaygı Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 17, 149–162.
- Friedmann, J. (2016). Place and Place-Making in Cities: A Global Perspective. *Readings in Planning Theory: Fourth Edition*, 503–523.
- Frith, J., & Kalin, J. (2016). Here, I used to be: Mobile media and practices of place-based digital memory. *Space and Culture*, 19(1), 43-55.
- Frith, J. (2014). Communicating Through Location: The Understood Meaning of the Foursquare Check- In. *Journal of Computer- Mediated Communication*, 19(4), 890-905.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*. D. Saraçoğlu, İ. Kalaycı (çev.), İstanbul: Nota Bene.
- Foucault, M. (1988). Öteki Mekânlara Dair. B Boysan, D. Erksan (çev.), *Defter Dergisi*, Sayı 4.
- Göregenli, M. (2015). *Çevre Psikolojisi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*. E. Kuşdil (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Graham, S. (1998). The end of geography or the explosion of place? Conceptualizing space, place and information technology. *Progress in human geography*, 22(2), 165–185.
- Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (Üçüncü B.). B. Cezar (çev.), İstanbul: Metis.
- Gordon, E., ve De Souza e Silva, A.. (2011). *Net locality: Why location matters in a networked world*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Halbwachs, M. (2001). *La Mémoire Collective*. Quebec: Bibliothèque de UQAC Press.
- Halbwachs, M. (2007). Kollektif Bellek ve Zaman. *Cogito*, 50, 55–77.
- Haldrup, M., & Larsen, J. (2003). The family gaze. *Tourist studies*, 3(1), 23–46.
- Hall, J. A. (2016). When is social media use social interaction? Defining mediated social interaction. *New media & Society*, 1461444816660782.
- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin Durumu*. S. Savran (çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Hayden, D. (1997). *The Power of Place: Urban Landscapes as Public History*. Cambridge, Londra, Massasuchette: The MIT Press .
- Hjorth, L., & Pink, S. (2014). New visualities and the digital wayfarer: Reconceptualizing camera phone photography and locative media. *Mobile Media & Communication*, 2(1), 40-57.
- Hochman, N., & Manovich, L. (2013). Zooming into an Instagram City: Reading the local through social media. *First Monday*, 18(7).
- Hochman, N., Manovich, L., & Yazdani, M. (2014, June). On hyper-locality: performances of place in social media. *In 8th international conference on weblogs and social media*, Ann Arbor, MI, 1-4.

- Hoskins, A. (2009). Digital network memory. Astrid Erll, Ann Rigney (Ed.) *Mediation, remediation, and the dynamics of cultural memory* içinde (s 91-104). Berlin: De Gruyter.
- Hubbord, P. (2014). Space / Place. Sibley, D., Atkinson, D., Jackson, P., Sibley, M. D. (Ed.), *Cultural geography: a critical dictionary of key ideas* içinde (s. 41-48). Londra, New York: I.B.Tauris.
- Humphreys, L. (2010). Mobile social networks and urban public space. *New Media & Society*, 12(5), 763-778.
- Humphreys, L., & Liao, T. (2011). Mobile geotagging: Reexamining our interactions with urban space. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(3), 407-423.
- Işık, O. (1994). Değişen Toplum/Mekan Kavrayışları: Mekanın Politikleşmesi, Politikanın Mekansallaşması. *Toplum Bilim*, 64, 7-39.
- İnce, G. B. (2014). Digital culture, new media and the transformation of collective memory. *İLETİ-ŞİM*, (21), 9-29.
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Küresel Mantığı*. N. Plümer, A. Gölcü (çev.), Ankara: Nirengi Yayıncılık.
- Jenkins, O. (2003). Photography and travel brochures: The circle of representation. *Tourism geographies*, 5(3), 305-328.
- Jensen, J. L. (2010). Augmentation of space: four dimensions of spatial experiences of Google Earth. *Space and Culture*, 13(1), 121-133.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

- Kaymaz, I. (2013). Urban landscapes and identity. In *Advances in landscape architecture*. InTech. DOI: 10.5772/55754
- Kim, S., & O'Connor, N. (2016). Media-related tourism phenomena: a review of the key issues. *Mediating the Tourist Experience* içinde (s. 13–32). Londra: Routledge.
- Kurtar, S. (2014). Mekanı Yaşamak: Lefebvre ve Mekanın Diyalektik Oluşumu. *Ankara TÜCAUM Uluslararası Coğrafya Sempozyumu*.
- Kut, S., Aydın, S. Erdem A. (2013). Sibertektonik mekan, *Tasarım+Kuram Dergisi*, 15, 21–34.
- Larsen, J. (2006). Geographies of Tourist Photography. Jansson, A. & Falkheimer, J. (Ed.). *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies* içinde (s. 243- 260) Gothenburg: Nordicom.
- Lefebvre, H. (2016). *Mekanın Üretimi* (Dördüncü B). I. Ergüden (çev.), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Leszczynski, A. (2015). Spatial media/tion. *Progress in Human Geography*, 39(6), 729–751.
- Leszczynski, A. Ve Elwood, S. (2011). Privacy, reconsidered: New representations, data practices, and the geoweb, *Geoforum*, 42, 1, 6–15.
- Lester, J. A., & Scarles, C. (Ed.). (2016). Mediating the tourist experience: From brochures to virtual encounters. In *Mediating the Tourist Experience* içinde (1-13). Londra: Routledge.
- Longhurst, R. (2014) The Body. Sibley, D., Atkinson, D., Jackson, P., Sibley, M. D. (Ed.), *Cultural geography: a critical dictionary of key ideas* içinde (s. 91-96). Londra, New York: I.B.Tauris.

- Low, S. M. (2009). Towards an anthropological theory of space and place. *Semiotica*, 2009(175), 21–37.
- Low, S. M., & Lawrence-Zúñiga, D. (2003). Locating culture. *The anthropology of space and place: Locating culture* içinde (s. 1–47). Malden MA: Blackwell.
- Lynch, K. (2016). *Kent İmgesi* (Sekizinci B.). İ. Başaran (çev.), İstanbul: İş bankası Kültür Yayınları.
- Malpas, J. E. (1999). Place and Experience: A Philosophical Topography. <https://www.researchgate.net/publication/238787768>. 30.06.2017.
- Manovich, L. (2006). The poetics of augmented space. *Visual Communication*, 5(2), 219–240.
- Martin, J. (2014). Identity. D., Atkinson, D., Jackson, P., Sibley, M. D. (Ed.), *Cultural geography: a critical dictionary of key ideas* içinde (s. 97-102). Londra, New York: I.B.Tauris.
- Mead, G. H. (2017). *Zihin, Benlik ve Toplum*. Y. Erdem (çev.), Ankara: Heretik Yayınları.
- Merchant, S. (2016). Souvenir or Reconstruct? Editing Experience and Mediating Memories of Learning to Dive. Lester, J. A., Scarles, C. (Ed.) *Mediating The Tourist Experience* içinde (s.171-188). Londra: Routledge.
- Merleau-Ponty, M. (2012). *Göz ve Tin* (Üçüncü B.). A. Soysal (çev.), İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Milligan, M. J. (1998). Interactional past and potential: The social construction of place attachment. *Symbolic interaction*, 21(1), 1–33.

- Murray, S. (2013). New media and vernacular photography: Revisiting Flickr. Lister, M. (Ed.). *The Photographic Image in Digital Culture* içinde (s. 179–196). Londra: Routledge.
- Nalbantoğlu, H. Ü. (2005). Nedir Mekan dedikleri?, *Zaman-Mekan İstanbul:III. Disiplinlerarası Mimarlık - Felsefe Toplantısı*.
- Nora, P. (2006). *Hafıza Mekanları*. M. E. Özcan (çev.), Ankara: Dost Yayınları.
- Öz, B. K. (2014). *Examining Place Attachment From a Foursquare Perspective*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Özaloğlu, S. ve Erman, T. (2017). *Bir Varmış Bir Yokmuş-Toplumsal Bellek, Mekan ve Kimlik Üzerine Araştırmalar*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Özdemir, Ö.M. (2012). *Sinemanın Ev Hali: Kültürel Pratik Olarak Aile Filmleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi.
- Özkul, D. (2013). “You’re virtually there”: Mobile communication practices, locational information sharing and place attachment. *First Monday*, 18(11). Retrieved from <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4950/3781>
- Özkul, D. (2014a). *Mobile Nodes: Mobile and Locative Media, Everyday Life and Sense Of Place*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Westminster University.
- Özkul, D. (2014b). Location as a sense of place: everyday life, mobile, and spatial practices in urban spaces. De Souza e Silva, A., & Sheller, M. (Ed.). *Mobility and locative media: mobile communication in hybrid spaces* içinde (s.101-116). Londra: Routledge.
- Proshansky, H. M. (1993), *Environmental Psychology: People and Their Physical Settings*.
- Poloma, M. (1993). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. H. Erbaş (çev.), Ankara: Gündoğan Yayınları.

Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. Londra: Pion.

Ricoeur, P. (2012). *Hafıza, Tarih, Unutuş*. M. E. Özcan (çev.), İstanbul: Metis.

Robinson, P. (2016). Developping E-mediatized Gaze. Lester, J. A., Scarles, C. (Ed.) *Mediating The Tourist Experience* içinde (s. 155-170). Londra: Routledge.

Ross, W. D. (2002). *Aristoteles*. A. Arslan, İ. O. Anar, Ö. Y. Kavasoğlu, Z. Kurtoğlu (çev.), İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.

Salmond, M. (2016): The Mediation and Fetishisation of the Travel Experience. Lester, J. A., & Scarles, C. (Ed.) *Mediating The Tourist Experience* içinde (s. 189-208). Londra: Routledge.

Santesso, A. (2006). *A Careful Longing: The Poetics and Problems of Nostalgia*. Delaware: University of Delaware Press.

Seamon, D. & Sowers, J. (2008). Place and Placelessness, Edward Relph. P. Hubbard, R. Kitchen, & G. Vallentine (Ed.) *Key Texts in Human Geography* içinde (ss. 43–51). London: Sage.

Sennett, R. (2006). *Ten ve Taş: Batı Uygarlığında Beden ve Şehir* (İkinci B.). T. Birkan (çev.), İstanbul: Metis.

Sontag, S. (2008). *Fotoğraf üzerine*. O. Akınhay (çev.), İstanbul: Agora Kitaplığı.

Sosa, E. W. (2017). *Postmodern Coğrafyalar - Eleştirel Toplumsal Teoride Mekanın Yeniden İleri Sürülmesi*. Y. Çetin (çev.), İstanbul: Sel Yayıncılık.

Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. G. Orhon, B. E. Aksoy (çev.). Ankara: Ütopya Yayınları.

Schwartz, R. (2014). Online Place Attachment: Exploring Technological Ties To Physical Places, De Souza e Silva, A., & Sheller, M. (Ed.). *Mobility and*

- locative media: mobile communication in hybrid spaces* içinde (s. 85-100). Londra: Routledge.
- Şimşek, H. (2009). Eğitim tarihi araştırmalarında yöntem sorunu. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 42(1), 33-51.
- Thielmann, T. (2010). Locative media and mediated localities. *Aether: the journal of media geography*, 5(1), 1–17.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Tokgöz, C. (2017). Konum Tabanlı Mobil Oyunlar ve Mekân Algısı: Ingress Üzerine Etnografik Bir Araştırma. *Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi*, 4(2), 7–36.
- Toscano, P. (2017). Instagram-City: New Media, and the Social Perception of Public Spaces. *Visual Anthropology*, 30(3), 275-286.
- Tuan, Y.-F. (1978). *Space and Place: The Perspective of Experience*. *Contemporary Sociology* (Vol. 7). <https://doi.org/10.2307/2064418>, 15.08.2017.
- Turner, J. H. (1988). *A theory of social interaction*. Stanford: Stanford University Press.
- Urbain, D. J. (2009). Yolcu ve İkizi ya da “Sahte” Karmaşası, *Cogito*, 50, 67–74.
- Urry, J. (1999). *Mekanları Tüketmek*. R. G. Ögdül (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Beverly Hills, Kaliforniya: Sage.
- Van Dijck, J. (2011). Flickr and the culture of connectivity: Sharing views, experiences, memories. *Memory Studies*, 4(4), 401–415.
- Virilio, P. (2013). Apaçık Kent. *Felsefelogos*, 50, 53-62.
- Ward, S. (2003). On shifting ground: changing formulations of place in anthropology. *The Australian journal of anthropology*, 14(1), 80–96.

Warf, B., ve Arias, S. (Ed.). (2008). *The spatial turn: Interdisciplinary perspectives*. Londra: Routledge.

Withers, C. (2009). Place and the “Spatial Turn” in Geography and in History. *Journal of the History of Ideas*, 70(4), 637–658. <http://www.jstor.org/stable/20621915>, 10.07.2017.

Zimmermann, S. (2007). Media geographies: Always part of the game. *Aether: The Journal of Media Geography*, 1, 59–62.

Zook, M. A., & Graham, M. (2007). Mapping DigiPlace: geocoded Internet data and the representation of place. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 34(3), 466–482.

EK: GÖRÜŞME KILAVUZU

Genel Sorular

- Gittiğiniz yerleri, sosyal medya hesaplarınızdan paylaşır mısınız?
- Nasıl paylaşırsınız? Yeri bildirerek mi (Swarm) yoksa sadece fotoğraf paylaşarak mı ya da bu fotoğrafların nerede çekildiğini bildirerek mi?
- Bir yerin fotoğrafını paylaşmak ve neresi olduğunu bildirmek size ne ifade ediyor? Neden paylaşmak istiyorsunuz?
- Mekanların fotoğraflarının ve konumlarının paylaşılmasında Facebook, Instagram gibi araçların avantajlı yönleri nelerdir?
- Sizce bulunduğumuz yerleri neden başkalarının da görmesini isteriz? Ya da tam tersini mi düşünüyorsunuz?
- Özellikle sosyal medyada görüp gittiğiniz bir yer oldu mu? Olduysa gitme nedenlerinizden bahsedebilir misiniz? Gittiğinizde nasıl bir yer ile karşılaştınız?
- Sosyal medyanın insanların mekan tercihlerini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?
- Daha önce bulunduğunuz bir yeri sosyal medyada görmek ne hissettiriyor?

Öncesi

- Öğrenci değişim programı için gideceğiniz yere nasıl karar vermiştiniz?
- Karar verme sürecinde internet ve sosyal medyayı kullandınız mı?
- Daha önce değişim programı kapsamında orada bulunmuş kişilerle görüşmüş müydünüz?
- Hangi sosyal medya uygulamalarından yararlanmıştınız?
- Sosyal medyanın mekanlara, şehirlere dair araştırmalarda nasıl bir kolaylık sağladığını düşünüyorsunuz?

Sırası

- Gittiğinizde beklediğiniz gibi bir yer ile mi karşılaştınız?
- Sosyal medyayı bu süreçte nasıl kullanmıştınız? Facebook'ta gezdiğiniz yerleri anlatan albümler yapmış mıydınız?
- Sizce neden albüm yapmıştınız?
- Bu süreçte Instagram kullanmış mıydınız? Nasıl kullanıyordunuz?
- Paylaşımlarınızda yer bildirimi yapıyor muydunuz?

Sonrası

- Değişim programı fotoğraflarınızı nerede tutuyorsunuz?
- Bulunduğunuz şehre dair paylaşım yapan hesapları takip ediyor musunuz?
- Oraya dair bir fotoğraf gördüğünüzde ne düşünüyorsunuz?
- Başkaları gittiğiniz yerden paylaşım yaptığında ne hissediyorsunuz?
- Tbt yapar mısınız?
- Facebook'un eski fotoğrafları tekrar anımsatması konusunda ne düşünüyorsunuz?
- Öğrenci Değişim programı sırasında çektiğiniz fotoğraflarınızı hala paylaşıyor musunuz?

ÖZGEÇMİŞ

1989’da İzmir’de doğdu. İzmir Anadolu Öğretmen Lisesi’nden 2007’de, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümünden fakülte ikinciliğiyle 2013 yılında mezun oldu. 2 yıl kadar bir süre Medyaevi’nde proje yönetmeni olarak çalıştı. Sektörde mutlu olmadığına karar vererek 2015 yılında Galatasaray Üniversitesi Medya ve İletişim Çalışmaları Yüksek Lisans programına başladı. Akademiye dönme çabası Şehir Üniversitesi Halkla İlişkiler Bölümüne asistan olarak kabul edilmesi ile sonuç vermeye başlamış oldu. Şu an ise Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde araştırma görevlisi olarak akademik çalışmalarını sürdürmektedir. Ayrıca Ekim 2017’den bu yana Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi’nde editör yardımcılığı yapmaktadır.

TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : T.C. GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
Enstitü : SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Hazırlayanın Adı Soyadı : Betül Aydoğan
Tez Başlığı : Sosyal Medyada Mekansal Etkileşim: Öğrenci Değişim Programına Katılmış Bireyler Üzerine Bir İnceleme
Savunma Tarihi : 13 /06 / 2018
Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Ö. Murad Özdemir

JÜRİ ÜYELERİ

Unvanı, Adı Soyadı

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Ö. Murad Özdemir



Prof. Dr. Nilgün Tatal Cheviron



Doç. Dr. Selva Ersöz Karakulakoğlu



Enstitü Müdürü

Prof. Dr. M. Yaman ÖZTEK



