

E-SOSYALLEŞMENİN AYGITLARI



M. Birkan Sarıfakıoğlu
Bilgisayar Mühendisi
mehmet.birkan@emo.org.tr

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, bireylerin ve kurumların birbirleriyle haberleşmesi ve kendilerini ifade etme yöntemleri üzerinde köklü değişikliklere sebep olmuştur. Bu sonuçların günümüzdeki etkilerinin İnternet ile derinleştiği açıkça görülmektedir. İnternetin anonim, çoğulcu ve "özgürlükçü" olarak tanımlayacağımız temel özellikleri toplumsal yapıların kendilerini ifade etme ve haberleşme yöntemlerinin değişiminde göze çarpan önemli parametrelerdir.

Bireyin yaşam tarzını nasıl içinde bulunduğu toplumsal yapı belirliyorsa, toplumsal yapıları da üretim ilişkileri ve üretim araçlarını elinde bulunduran toplumsal sınıfların belirlediği bir gerçek olarak karşımızda durmaktadır. Dolayısıyla her türlü üstyapı kurumunun (hukuk, siyaset vb.) ve kavramların değişimi ve gelişimi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıfların inisiyatifi dışında mümkün değildir. Egemen sınıflar sistemin devamını ve yeniden üretimini sağlayabilmek için doğal olarak üstyapı kurumlarını kullanır. Bununla birlikte eğitim, teknoloji gibi yapıları da kendi çıkarı dahilinde şekillendirerek ideolojik bir dönüşümün mekanizmasını kurgular.

Bu noktadan baktığımızda bireyin nesneleşmesi (üretmemeye, tüketmeye vb.) sonucu kaçınılmazdır. Egemen sınıflar ordu, polis gibi doğrudan baskı aygıtlarının dışında medya, teknoloji, eğitim, spor, kültür-sanat gibi ideolojik aygıtları da dolaylı olarak bireylerin dönüşümünün bir anlamda da kendine yabancılaşmasının kapısını aralarlar. Bu yazıda temelinde sonsuz iletişim ortamı olan İnternet'in bulunduğu, MSN, kişisel sayfalar, bloglar ve Facebook gibi araçların gelişimini ve birer aygıt olarak nasıl kullanıldığının analizini yapmaya çalışacağız.

MSN ve Türevleri

Yaygın adıyla bilinen MSN (Microsoft Messenger) ve türevleri programlar, önceli olan daha basit yapıdaki chat (sohbet) programlarının gelişmiş sürümleri şeklinde ortaya çıktı. Başlangıçta chat'leşme olarak kullanılan bu programlarda daha sonra dosya paylaşımı, ses ve görüntü iletişimi gibi kompleks iletişim mekanizmaları da geliştirildi. Artık online (çevrimiçi) olan herhangi bir yerdeki arkadaş veya arkadaşlarınızla yazışabilir, konuşabilir ve bilgisayarınıza bağladığınız bir kamera yardımıyla birbirinizi anlık olarak

görebilirsiniz. Haberleşme açısından önemli bir kazanım olan msn ve türevi araçlar, çok kısa zaman içerisinde bireyin a-sosyalleşmesinin, egemen ve popüler kültür tarafından e-sosyalleşmesi olan argümanlara dönüşmeye başladı. Bireylerin olmak istediği gibi görüldüğü bu dünyada yaşam ve kendini ifade etmek çok kolaydı. Elli altmış kelimeyi geçmeyen, kısaltılmış kelime ve cümleler içeren bir yazım dili kullanarak, saatler boyunca bilgisayar karşısında arkadaşlarınızla chat yapmaktan daha önemli ne olabilirdi ki? İnternet'in geniş kitlelere ulaşabilmesi özelliği sayesinde, kişi ve kurumların, bu ortamdaki bilgilerini zamanla detaylandırma ihtiyacı hissetmesi msn ve türevi programların eksikliğini ortaya çıkarmış oldu. Bilindiği gibi bu tür uygulamalar, genelde aynı arkadaş çevresi içinde ve birbirini az çok tanıyan bireyler tarafından kullanılmaktadır.

Space/Blog ve Kişisel Sayfalar

Space, Blog gibi kişisel siteler ve de şu zamanda bir hayli popüler olan Facebook bu eksikliğin sonucu olarak tezahür etmiştir. MSN'den farklı olarak bu araçlar herhangi bir yazılıma ihtiyaç

duymamakta, basit bir İnternet tarayıcı yardımıyla ilgili sitelere girilebilmektedir. Kullanımı ve erişimi itibarıyla İnternet ortamındaki sitelerle aynı koşullara sahiptir. MSN ve türevi programlara göre etkileşimli olmasa da, içerik ve barındırdığı detaylı bilgiler açısından daha işlevseldir. Bireylerin geçmiş zamanda yaşadıkları deneyimlerin, yaptığı etkinliklerin, belirli bir konu veya olay üzerinde yaptıkları yorumların, kişisel ve sosyal özelliklerinin (profil) paylaşılması bu araçların önemli işlevlerindedir. Yine deneyim ile uzun uğraşlar sonucu edinilmiş ve uygulanmış bilgilerin (best practices) paylaşılması gibi olumlu değerlendirmeler de bu araçlar için yapılabilmektedir.

Fakat madalyonun diğer yüzü bu kadar masum değil. Egemen kültürün her türlü ilişkiyi ve kavramı değersizleştirilmesi, yozlaştırması bireylerin bu araçları kullanarak çarpık ilişkilere girmesine de sebep olmaktadır. Bu tür araçlara yüklediği profil bilgilerine dayanarak gündelik cinsel partner aramak bu çarpık ilişkilere verilebilecek örneklerden sadece bir tanesidir.

Facebook

Facebook özelinde yapılan değerlendirmeler aslında bu yazının genel bir değerlendirmesi gibi olacağından esas tespitlerin sonuç bölümünde yapılması daha akılcı olacaktır. Facebook'un sahip olduğu bu genel değerlendirme

özelliği, hem yukarıda bahsettiğimiz MSN ve türevi araçların, hem de Space/Blog gibi araçların bir kesimini olmasından kaynaklanmaktadır. Ek olarak saadet zinciri gibi ilişkiler ağı kurarak, neredeyse geometrik olarak artan arkadaş listesi kurabilme yapısal özelliği de mevcuttur.

İnternet'in doğuşu gibi Facebook da ABD'de dünyaya geldi. 4 Şubat 2004 tarihinde Mark Elliot Zuckerberg adındaki Harvard Üniversitesi öğrencisi, üniversitenin veritabanına girerek, öğrenci resimlerini paylaşma açtı. Durumdan haberdar olan okul yönetimi Zuckerberg'i okuldan attı. Bunun üzerine Zuckerberg, Facebook adıyla yeni bir site kurarak arkadaşlarının resim ve video gibi paylaşımlar yapmasını sağladı. Ancak kısa sürede Harvard dışından da kullanıcıları olan Facebook, bugün 45 milyon kişinin kendilerine ait resim ve videoları paylaşarak veya sitede bulunan 3 bin ayrı uygulamayı kullanarak dünya genelinde haberleştiği sitelerden biri. Facebook bu yönüyle üzerinde reklam yayını yapmak isteyen Google ve Microsoft'un peşine düşmesine neden oldu.*

Sosyalleşme aracı olma iddasındaki Facebook'un içeriği ve genelinde yapılan tartışmalar incelendiğinde bireylerin reel hayatta kuramadıkları ilişkilerin ve bireyin yanlızlığının dışı vurumu olan bir araca dönüşmüş olduğu görülmektedir. Egemen aygıtlar ve onların dezenformasyon kaynakları ile çevrilmiş, aynı zamanda

yoğun çalışma temposuna mahkum edilmiş bireyin, reel hayatta sosyalleşme ve kendini ifade etme noktasında, sorumluluk alamadan sanal ve çarpık arayışlara yönelmesi bir anlamda bireyin kendine yabancılaşmasının tam da kendisidir.

Sonuç Yerine

İncelediğimiz bu araçların daha çok "orta sınıf" diyebileceğimiz kitleler tarafından kullanıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Eğitilmiş, genel olarak bir işe sahip, gününün çoğunu masa başında geçiren, dolayısıyla da bilgisayar başında olan, haberleri ve yorumları büyük medya kartellerinin İnternet sitelerinden takip eden, tarihsel geçmiş olan toplumsal sorunları bu İnternet sitelerinde bir iki cümle yazarak çözmeye çalışan bu "orta sınıf" gün geçtikçe çoğalmaktadır. Coğrafyamızdaki kökleri Özalizm'e dayanan bu "orta sınıf" için toplumsal yaşama dair birşeyler yapmak İnternet sitelerinde yapılan "Dünyanın en büyük ordusu kim?" ya da "Soykırım'a Hayır için Tıkla!" gibi anketlere, kabaran şovenist duygularıyla oy vermekten ibarettir. Egemen sınıflar da bu kitleleri kendilerine hedef olarak belirlemişlerdir.

İncelemeye çalıştığımız araçların, tüketici ve sanal ilişkilerin bir aracı olarak ortaya çıktığı yargısı, şüphesiz ki dar kapsamlı bir bakış açısidir. Ayrıca bu araçlardan kopuş yaşamak ve yadsımak çözüm arayan insanları yanılgıya sürükleyecektir. Sorunun derin kökleri ve tarihsel, toplumsal, siyasal boyutları olsa da kısa vadede bu tür iletişim araçlarının özünden farklı amaçlarla kullanılmasını önlemek ve yine bu araçlarla alternatif düşünce ve pratiklerin üretilebilmesinin mümkün olduğunu ön plana çıkarmak ve sanal dünyada yaşanan bu ilişkilerin çarpıklığını eğilip bükülmeden teşhir etmek gerekmektedir. Aksi takdirde bu araçlar bireyleri "orta sınıf"a dahil ederek egemen kültürün tüketim mekanizmalarının yaygınlaşmasına hizmet etmeye devam edecektir. ◀

* (www.sol.org.tr, 11.11.2007)

