

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

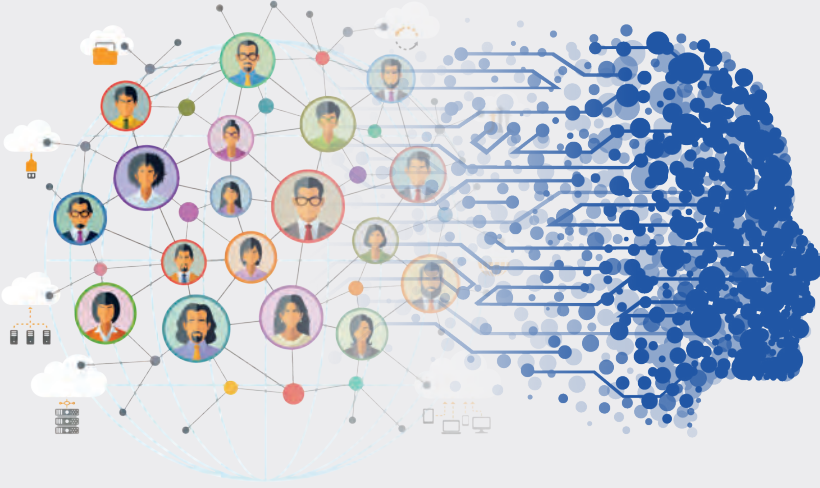
Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>



TÜRKİYE BİLİMLER AKADEMİSİ
TURKISH ACADEMY OF SCIENCES

BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ ve İLETİŞİM



BİREY ve TOPLUM GÜVENLİĞİ

Editörler

Prof. Dr. Muzaffer ŞEKER

Doç. Dr. Yasin BULDUKLU

Dr. Öğr. Üyesi Cem KORKUT

Öğr. Gör. Mürsel DOĞRUL

Temmuz 2020 - Ankara



TÜRKİYE BİLİMLER AKADEMİSİ
TURKISH ACADEMY OF SCIENCES

Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği

Editörler

Prof. Dr. Muzaffer Şeker

Doç. Dr. Yasin Bulduklı

Dr. Öğr. Üyesi Cem Korkut

Öğr. Gör. Mürsel Doğrul

Ankara, 2020

Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği
© Türkiye Bilimler Akademisi, 2020

ISBN: 978-605-2249-48-2

Bu eserin tüm yayın hakları, Türkiye Bilimler Akademisi'ne aittir.
Yayıncının yazılı izni olmadan kısmen veya tamamen basılamaz ve çoğaltılamaz.
Eserden kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

Bu kitapta yer alan tüm yazıların dil, bilim, etik ve hukuk açısından
bilimsel sorumluluğu yazarlarına aittir. Editörlerin ve Türkiye Bilimler Akademisi'nin
sorumluluğu bulunmamaktadır.

Kitapta yer alan tablo ve görsellerin orjinallerine www.tuba.gov.tr üzerinden ulaşılabilir.

Türkiye Bilimler Akademisi
Piyade Sokak No: 27, 06690
Çankaya – Ankara TÜRKİYE
Tel: +90 312 442 29 03
www.tuba.gov.tr

Editörler

Prof. Dr. Muzaffer Şeker
Doç. Dr. Yasin Bulduklu
Dr. Öğr. Üyesi Cem Korkut
Öğr. Gör. Mürsel Doğrul

Grafik Tasarım

Ecc Yavuz

Birinci Baskı

1250 Adet

Baskı Yeri, Tarihi

Berk Grup Matbaacılık, ANKARA
Temmuz 2020

"Bu kitaptaki makaleler TÜBA-Bilişim Teknolojileri ve İletişim Çalışma Grubu öncülüğünde
8 Şubat 2020 tarihinde Boğaziçi Üniversitesi'nde gerçekleştirilen "Bilişim Teknolojisi ve İletişim:
İnternet ve Toplumsal Etkileri" başlıklı çalıştay bildirileri temel alınarak (çalıştay programına sayfa
292'den ulaşabilirsiniz) kaleme alınmıştır."

İçindekiler

Bireysel ve Toplumsal Güvenlik:
İletişim Hakkı ve İfade Özgürlüğü
Muzaffer Şeker

5

İnternet Çağında Birey, Aile ve Toplum
Nabi Avcı

13

İnternet Risk Mi, Fırsat Mı?
Necdet Ünüvar

23

Bilim, Teknoloji ve İktidar
Mehmed Özkan

29

Toplumsal Hareketlerin Sosyal Medya İle Dönüşümü
Edibe Sözen

35

İnternet Dönüştürüyor. Ama Neye?
Ali Saydam

41

Kişisel Verinin Gücü ve Güçlendirdikleri
Hüseyin Şeker

49

Bilişim Teknolojilerinin Dünyü, Bugünü ve Geleceği
Hüseyin Arslan

63

Yapay Zekâ ve İnsanlığın Geleceği
Ercan Öztemel

75

Yapay Zekâ ve İnsanlık
Türkey Dereli

91

Teknoloji Bağımlılığı Araştırması Raporu
TÜBİTAK BİLGEM YTE

107

Alman Hukukunda Sosyal Ağların Hukukî Düzenlenmeleri
ve Türkiye için Öneriler
Bülent Kent

123

Dijitalleşme, Vergi ve Egemenlik Sorunu
Fatih Kaplanhan

141

Sosyal Medya Bağımlılığı Belirtileri Üzerine Etki Eden Faktörler
Aylin Tutgun-Ünal, Veysel Bozkurt

163

İnsanın İçindeki Firewall ve Açıkları
Cem Karakaya

191

Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Hareketler
Ömer Çaha

213

Teknolojinin Gölgesinde Can Çekişen Toplumsal Hareketler
Mehmet Emin Babacan

229

Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Değerler
Yasin Bulduklu, Muzaffer Şeker

243

Ahlak ve Bilişim Teknolojileri
Celal Türer

265

Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler Işığında
Kripto Paraların Finansal Sisteme Entegrasyonu
Mürsel Doğrul, Cem Korkut

279

Bireysel ve Toplumsal Güvenlik: İletişim Hakkı ve İfade Özgürlüğü

Muzaffer Şeker

Prof. Dr. Muzaffer Şeker / mseker@tuba.gov.tr

TÜBA Başkanı Prof. Dr. Muzaffer Şeker, 1995 yılında İngiltere’de Leicester Üniversitesi Tıp Fakültesi’nde İnsan Anatomisi üzerine doktora derecesi aldı. 2000 yılında doçent, 2006 yılında da profesör oldu. Birleşik Arap Emirlikleri’nde iki yıl öğretim görevlisi olarak çalıştı. Dr. Şeker, Aralık 2010 yılında Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi’ne kurucu rektör olarak atandı. Halen aynı üniversitede dersler vermeye devam eden Dr. Şeker, ulusal ve uluslararası birçok akademik organizasyonda ve sivil toplum kuruluşlarında görev almıştır.

Takdim yerine...

Bireysel ve Toplumsal Güvenlik: İletişim Hakkı ve İfade Özgürlüğü

Muzaffer Şeker

Türkiye Bilimler Akademisi

Bilgi toplumundan (*information society*) 21. yüzyılın süper akıllı toplumuna (*super smart society*) doğru evrilirken bu değişimin en etkili faktörü olan internet ile ilgili belli konulara değinen çalışmalar ülkemiz için hala yeterli seviyede değildir. Bu dönüşüm sürecinde ortaya çıkan sorunların herkes tarafından az çok tecrübe edilmesi sonucu ortaya çıkan sorunların farkındalığı ve alınması gereken önlemler, bireyin ve karar alıcıların gündemine önemli bir başlık olarak yerleşmiştir.

Materyalist Kültür Despotizmi olarak da adlandırılabilir yeni bir dönem ile birlikte dünyamız muazzam bir bilgi kirliliği sürecine girmiştir. Doğruluğu veya yanlışlığı tartışmalı olan her türlü bilgiye ulaşımı kolay olduğu bu süreci sağlıklı yönetmek kendi için güçlükler barındırmaktadır. Doğru bilgi ve bilgi güvenliği için otorite yoksunluğu sonucu tüm kurumların ve bireylerin güvenilirliği sorgulanabilir durumdadır. Maalesef bu durum insanları popülist ve manipülatif yaklaşımların etkisinde kalmaya yatkın kılmıştır. Sosyal medyada doğruluğu tartışmalı olan kabul gören ya da daha inandırıcı kabul edilen haberlerin genel eğilimi kötümser ve karamsar olmalarıdır. Nitekim insanların sanal ortamda gerçeklikten uzak oluşturulan algılar ile her şeyi daha kötü olarak düşünme, yorumlama ve yargılaması sonucu toplumda kötümser ve güvensiz bakış inancı yaygınlaşmaktadır.

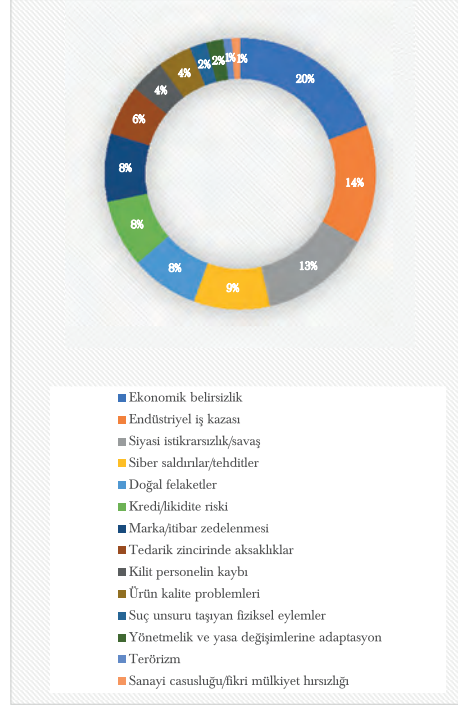
İnternetin sebebiyet verdiği ve özellikle son yıllarda gözle görülebilir hale gelen sorunlar ile ilgili akademik çalışmalar yürütülmektedir (TBMM, 2013; TÜBA, 2020; BTK, 2020; RTÜK, 2020). Fakat yerli ve milli donanım ve yazılım çalışmalarında uzun vadeli, kalıcı ve kararlı stratejiler yürütülmediğinden bu tür projelerde ortaya çıkan olumsuzluklar ve başarısızlıklar sonucu ilerlemeler sağlanamamaktadır. Basit, tekrardan ibaret ve yetersiz akademik çalışmalar nedeniyle

uluslararası şirketlerin etkinliği kısırlanamamaktadır. Retorikten öteye geçilemeyen ve gerçek anlamda mücadeleden uzak proje ve programlar nedeniyle hem ülkemiz beşerî sermayesi ülke dışına çıkmak da hem de maddi ve manevi kaynaklarının israf olmasına neden olmaktadır. Ayrıca bu durum, gerçek anlamda sorun çözücü, uzun soluklu ve pro-aktif politika uygulanmasını da engellemektedir. İnternet, amacına uygun verimli olarak kullanılmaz ise gelişmeye açık özelliklerinden yararlanılamaz. Aynı zamanda internetin dünü anlaşılamaz, bugünü bilinemez ve yarını öngörülemmez ise kapsamlı ve bütüncül bir internet politikası da uygulanamaz. Dolayısıyla ortaya çıkan politikalar sadece mevcut gelişmeleri geriden takip eden ve toplum mühendisliği dâhil her türlü etkiye açık savunmasız bir toplumsal yapı ortaya çıkarır. Vatandaşlarının güvenliğini sağlama görevi gereği olarak bu durum karşısında önleyici tedbirler de dahil olmak üzere çalışmalar yapmak ve uygulamalar ortaya koymak devletlerin görevidir.

Dünyada kişiler bazında internete erişimi oranları her geçen yıl artmaktadır. İnternete ulaşımın giderek kolaylaşması ve internet kullanım oranlarındaki hızlı artış, tartışılması gereken birçok soruyu gündeme getirmiştir. Hayatının her döneminde; her mekânda, her zamanda internet ile etkileşim halinde olan insan-
noğlu, çok büyük bir güç haline gelmiş olan interneti, tehdit ve mücadele edilmesi gereken bir olgu olarak değil, hayata yardımcı olarak algılamak ve kullanmak zorundadır. Bu güç, ancak bu şekilde kontrol edilebilir. Aksi durumda bu gücün önünde durmak mümkün olmadığı gibi karşı koymanın etkileri, zararları azaltmaktan ziyade daha tahrip edici bir boyut alabilir.

Toplumların gelişmişlik düzeyinin göstergesi olarak kullanılan kriterler, değişken verilerden oluşmaktadır. Dünyada ve ülkemizde bu kriterler arasında önemli olarak nitelendirilebilen bilişim ve teknoloji altyapısı, erişilebilirlik düzeyi, internet kullanıcı sayısı vb. başlıklar, bireysel beklentilerin çok üstünde hızlı ve değişken bir şekilde toplumsal trendleri de etkilemektedir. İnternetin bir refah/gelişmişlik göstergesi olarak hayatı kolaylaştırması ve dolayısı ile verimlilik artırışı, hızlı işlem yönetimi; bilişim teknolojilerinin (BT) ticari ve siyasi hayat kadar eğitim ve sağlık başta olmak üzere birçok hizmet sektörünü de yönlendirme, yönetme ve suüstimal yoluyla istismar etme potansiyelini barındırmaktadır. Ülkemizde Dijital Dönüşüm Ofisi ve E-Devlet politikaları alt başlıkları ile önemli bir stratejik eyleme dönüşen internet politikalarının mevzuat altyapısı düzenlenmeye çalışılsa da kurumsal ve bireysel kullanım yaygınlığının kısa sürede hızlı bir artış göstermesi, tüm sektörler açısından ama daha da önemlisi devletin ve bireyin güvenliği açısından ciddi riskler içeren bir boyuta ulaşmıştır. Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ve şirketlerin teknolojiye uyumu firmaların karşılaştıkları risk algılarını da değiştirmiştir. Özellikle son dönemde siber saldırılar şirketlerin önemli gördüğü ilk 5 risk faktörü içerisinde yer almaktadır (Marsh & TÜSİAD, 2020: 4).

Şekil 1. Şirketlerin risk algısı



Kaynak: (Marsh & TÜSİAD, 2020: 4)

Bahsi geçen risklerin en önemli iki nedeni; bilişim teknolojilerinin baş döndürücü gelişimi ve bu gelişime ayak uydurmada yetersiz kalan enformatik cehalete (Avcı, 2020) dayalı bireysel hatalardır. Karar alıcılar için bu yaşanan olumlu/olumsuz keskin gelişmeleri bilimsel çerçevede değerlendirmek ve gelecek kuşaklar için olası değişim ve dönüşüm süreçlerinin insan odaklı planlama stratejileri konusunda geniş katımlı, ilgili paydaşların bilgi alışverişine dayalı bir iş birliği geliştirmesinin zorunlu olduğu açıktır. Bu kapsamda konunun ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla beraber birey ve toplum güvenliği odaklı ülkemizin kültürel değerlerinin temel hassasiyetleri göz önünde bulundurularak mevcut ve geleceğe yönelik çıkan ve çıkması muhtemel olan tüm sorunların tespitine yönelik çözüm odaklı analiz ve tartışmaların bilim insanları tarafından masaya yatırılarak gerçekleştirilmesi gerekliliktir. TÜBA olarak bu konuda multidisipliner bakışla yetkin isimlerden bir çalışma grubu oluşturulmuş ve toplantılar gerçekleştirilmiştir (TÜBA - Bilişim Teknolojisi ve İletişim: İnternet ve Toplumsal Etkileri Toplantısı, 2020).

Modern dönemde ticari, siyasi ve etik konularda karşılaşılan sorunların bireyler, aile ve kurumlar üzerinde maddi ve manevi açıdan oluşturduğu hasarlar, gelecek nesillerin karakterlerini, yeteneklerini, mesleki yetkinlikleri ve verimliliklerini de etkileyecek önlenemez toplumsal bir travmaya dönüşmektedir. Bu travmanın sebeplerinden birisi de internet ve bilişim teknolojilerinde yaşanan donanım ve

yazılım kaynaklı gelişmelerin baş döndürücü hızıdır. Yaşanan travmanın derinleşmemesi ve toplum güvenliğini tehdit edici boyuta erişmemesi için bilişim teknolojilerinin avantaj ve riskleri iyi analiz edilerek sağlıklı bir süreç yönetimi ve stratejisi gerekmektedir. Bu süreç yönetiminin güvenliği için en temel gereklilik sistem içerisindeki kayıt dışının ortadan kaldırılması, kullanıcı dostu güvenlik algoritmalarının geliştirilmesi, şeffaf kullanım ve BT ilişkili hukuki zeminin sağlamlaştırılmasıdır. Ayrıca süreç yönetiminde sağlıklı verilere, bilimsel analiz ve stratejilere gerek duyulmaktadır. Bu noktada karar alıcılara doğru bilgilendirme yapılması zaruridir. Yapay zekâ (YZ) uygulama alanlarının yaygınlaşması ile bu konudaki çalışmalara olan toplumsal gereksinim daha üst düzeye ulaşacaktır. Sektör bazlı değişimler ile beraber gerek ticari yöntemler gerekse de istihdam şekillerinde nicel ve nitel farklılaşmalar YZ teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte toplumsal güvenliği etkileyecek riskler barındırmaktadır. Biyomedikal ve biyoinformatik teknolojileri ile birey davranışlarını yönlendirme konularında yürütülen ortak YZ çalışmalarının sonucu, faydalı teknolojik gelişmeler doğurmaktan öteye ticari ve siyasi kaygılarla insanları psiko-sosyal güdülemeye toplumsal dijital köleleşme riskini gündeme taşımıştır. Hatta YZ ve iletişim teknolojilerinin birlikte Endüstri 4.0 (Toplum Mühendisliği 5.0 vb.) tanımlamaların insani değerlerle birleşmediği takdirde toplumların felaketine neden olacağı değerlendirilmektedir. (Değer Tabanlı Teknolojik Dönüşüm, 2017, 133-36) Yeni gelişmeler, gerçek yahut sanal tehditler sebebiyle toplumdan topluma teknolojik gelişmelere karşı farklı kaygılarla direnç noktaları oluşturmaktadır. Tüm dünyada YZ ve robot teknolojilerinin yapısal işsizliğe sebep olacağı öngörülmesine karşın (Arıkan, 2020) BT ve YZ'nin yeni endüstriyel ve lojistik alanlar üzerinden de alternatif istihdam çeşitlendirmesi sağladığı da savunulmaktadır. Gerçekten de endüstri tarihinde yaşanan dramatik çöküşler yanı sıra bu tür dönüşümler, yeni iş alanları ve fırsatları doğurmuştur.

Gençlerin eğlence kültüründe BT ve çevrimiçi uygulamaların son yıllarda yaygınlaştığı bir gerçektir. Eğitim, öğretim ve eğlence sektöründe dijital ağırlıklı yeni bir ekosistemin geliştiği ve bu gelişimin sektörel bazda ciddi bir pazar payına sahip olduğu görülmektedir. Özellikle son dönemde COVID-19 küresel salgını dolayısı ile insanların evde kalma sürelerindeki artış ve karantina süreçleriyle boş vakitlerini farklı değerlendirmeleri eğilimleri sonucu internet tabanlı eğitim programları ve eğlence yazılımları kullanımının hayatın içerisindeki kapladığı alan genişlemiştir. Bu konudaki denetimsiz, nitelsiz ve kısır içeriklerin piyasayı işgali ise nitelik ve güvenlik sorunlarını arttırmıştır. Özellikle ailenin geleceğini tehdit eden farklı hayat tarzı sunumlarının propagandası, ahlaki değerlere ters, psikolojik sorunları olanları tetikleyici, ırkçılık ve ötekileştirme destekli şiddet içeren yapımların ve yazılımların bu dönemde yaygınlaşması kaygı vericidir (Bulduklu, 2020).

Gerek küresel salgın sürecindeki tedbirler gerekse de teknolojik gelişmelerin doğal seyri ile dijital platformlar, uzaktan erişim ve haberleşme sistemlerinin kapasitesi giderek artmaktadır. Bu durumun oluşturduğu enerji tüketimindeki artış ve donanım artıklarının uzun süreli dönüşüme uğramasına bağlı çevre

kirliliği ile henüz tam ispatlanamamış olsa da insan vücudunu olumsuz etkileyen sinyal ve ışınların oluşturduğu hasarlar, akademik dünyanın tartışma konuları arasındadır. Dijital dönüşüm, kurumların mevcut süreçlerini gözden geçirerek esnek ve dinamik bir donanım ve yazılım zenginliğine gereksinimleri olduğunu göstermiştir. Kurumların ağ ve sistem güvenliği, uygulama ve veri güvenliği, taşınabilir cihaz ve ortam güvenliği, nesnelerin interneti, cihazların güvenliği, personel güvenliği, mesajlaşma güvenliği ve bulut bilişim güvenliği gibi kritik ve stratejik başlıklarda etkin önlemleri önceden almalarının gereği ve deneyimli, eğitilmiş, nitelikli insan kaynağı yetiştirmelerinin hayati bir öneme sahip olduğu gözlemlenmiştir (Mataracıoğlu vd., 2020).

Bireylerin kötü niyetli kullanıcıların elinde savunmasız ve istismara açık şekilde mağdur duruma düşürülmemesi yanı sıra temel haklar olan iletişim ve ifade özgürlüğü haklarını esas alarak bireyi ve toplumu korumak üzere BT'nin tüm ülkelerin etkin katılımı ile oluşturulacak uluslararası hukuk nezdinde bir standardizasyona kavuşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda G-20 ülkelerinin bilim akademileri tarafından oluşturulan Science-20 (S-20) organizasyonun 2020 gündeminde olan dört başlıktan birisi olan “Dijital Dönüşüm” başlığında TÜBA olarak BT'nin faydalı işlerde kullanımının önemini vurgulayarak, internetin ülkelerin egemenlik haklarının ihlal edilmesinde kullanılmasının sorunlarına dikkat çektik. Yanlış bilgi ve dezenformasyonun oluşturduğu sorunların sadece sanal olarak kalmadığını toplum üzerinde psikolojik ve sosyolojik etkilere sebep olduğunu belirterek tüm ülkeler tarafından kabul edilen internet etik kodları için çalışmalar yapılmasını gerektiğini vurguladık. Uluslararası alanda siber saldırıların yaygınlaştığı, ticari ve siyasi manipülasyonlara neden olduğu aleni bir şekilde devletler arası ihtilaflara sebep olacak düzeyde tartışılmaktadır. Ayrıca ABD, Rusya ve Çin gibi küresel güçlerin yanı sıra birçok ülke istihbaratının özel önlemler almak üzere yeni birimler ve stratejiler oluşturduğu bir süreçte siber saldırıların teknik ve sosyo-ekonomik analizlerinin değerli olduğu anlaşılmaktadır.

Ülkemizde gerek meclis araştırma komisyonları (TBMM Araştırma Komisyonu Raporu, 2012) gerekse de ilgili kuruluşların bu konuda çalışmaları bulunsa da BT konusuna akademik açıdan çok boyutlu yaklaşmak gereklidir. Bilişim teknolojisindeki güncel gelişmeleri incelemenin yanında bu gelişmelerin ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal etkilere de odaklanılmalıdır. Bu amaçla ortaya çıkan etkilerinin önceden tartışılması ve karşı konulması, gittikçe zorlaşan bu gücünün, toplumun faydası doğrultusunda nasıl kanalize edilebileceğinin analizinin yapılması ve karar alıcılara/politika yapıcılara yol gösterilmesi görevi akademisyenlere düşmektedir. TÜBA'nın “bilimsel konular ve bilimsel önceliklerin saptanması amacıyla incelemelerde bulunmak ve danışmanlık yapma” görevi kapsamında hazırladığımız bu kitapta BT değişim ve dönüşüm bilim insanları tarafından kapsamlı ve multidisipliner bakış açısıyla ele alınmaktadır. İnternetin yukarıda bahsedilen etkilerinin önceden tartışılması ve karşı konulması gittikçe zorlaşan bu gücünün toplumun faydası doğrultusunda nasıl kanalize edilebileceğinin analizinin yapılması ve karar alıcılara/politika yapıcılara yol gösterilmesi görevi ise akademisyenlere düşmektedir.

Sonuç olarak, sektörel etkileşim boyutu yaygın hızlı değişen ve gelişen bu multidisipliner alanın sorunlarının sadece mevzuat düzenlemeleri ile çözülemeyeceğimizi bilmemiz gerekiyor. Bilişim teknolojileri ve sosyal medya okuryazarlığı eğitimi başta olmak üzere farkındalık çalışmaları yanısıra milli yazılım üretimleri ile de konunun desteklenmesinin gerekli ve yararlı olacağını vurgulamak isteriz.

Kaynakça

- Arıkan, E. (2020). Küresel Salgın Sonrası Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler ve Yapay Zekâ. *Küresel Salgının Anatomisi: İnsan ve Toplumun Geleceği*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Avcı, N. (2020). *Enformatik cehalet*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK), Bilgi Merkezi (2020). *Yayınlar*: <https://www.btk.gov.tr/raporlar> [09/07/2020].
- Bulduklu, Y. (2020). COVID-19 Süreci ve Sonrası: Medya-Eğlence ve Spor Sektörü. *Küresel Salgının Anatomisi: İnsan ve Toplumun Geleceği*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Değer Tabanlı Teknolojik Dönüşüm, MÜSİAD, İstanbul, Mart 2017. Rapor No: 102: <http://web.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/deger-tabanli-teknolojik-donusum.PDF> [13.07.2020]
- Marsh & TÜSİAD (2020). 2020 Türkiye Siber Risk Algı Araştırması: <https://www.marsh.com/content/dam/marsh/Documents/PDF/tr/tr/2020-siber-risk-algi-arastirmasi.pdf> [12.07.2020].
- Mataracıoğlu, T. vd. (2020). Küresel Salgın Sonrasında Ulusal Bilişim Güvenliği. *Küresel Salgının Anatomisi: İnsan ve Toplumun Geleceği*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Araştırmaları, Bilgi Merkezi (2020). <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari-3890> [09/07/2020].
- TÜBA. (2020). Bilişim Teknolojisi ve İletişim: İnternet ve Toplumsal Etkileri Toplantısı, Boğaziçi Üniversitesi, 7-8 Şubat 2020, İstanbul.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM), *Bilişim ve İnternet Araştırma Komisyonu (BİAK) Raporu*: <http://www.biakraporu.org/> [09/07/2020].
- TBMM Araştırma Komisyonu Raporu, Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilişim Sektöründeki Gelişmeler ile İnternet Kullanımının Başta Çocuklar, Gençler ve Aile Yapısı Üzerinde Olmak Üzere Etkilerinin Araştırılması Amacıyla Kurulan Türkiye Büyük Millet Meclisi Araştırma Komisyonu Raporu. (2012) <https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss381.pdf> [05.07.2020].

İnternet Çağında Birey, Aile ve Toplum

Nabi Avcı

Prof. Dr. Nâbi Avcı / nabi.avci@tbmm.gov.tr

Prof. Dr. Nâbi Avcı, ODTÜ İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nü bitirmiştir. Doktorasını Anadolu Üniversitesinde İletişim Bilimleri alanında yapmıştır. Anadolu Üniversitesi'nin kuruluşunda İletişim Bilimleri Fakültesinde Öğretim Görevlisi olarak bulunmuştur. Millî Eğitim Bakanlığı ve Başbakanlık Müşavirliği görevlerinde bulunan Dr. Avcı, çeşitli ulusal televizyon, dergi ve gazetelerde program yapımcısı, köşe yazarı ve genel yayın danışmanı olarak çalıştı. TÜBİTAK Bilim Teknoloji Yüksek Kurulu Üyesi ve UNESCO Türkiye Millî Komisyonu Başkanlığı yaptı. Telif ve tercüme olarak çok sayıda kitabı bulunmaktadır. 24, 25, 26 ve 27. Dönemde Eskişehir Milletvekili seçilmiştir. 24. Dönemde Millî Eğitim, Kültür, Gençlik ve Spor Komisyonu Başkanı olan Dr. Avcı, 61, 62, 63 ve 64. Hükûmetlerde Millî Eğitim Bakanı, 65. Hükûmette Kültür ve Turizm Bakanı olarak görev aldı. Hâlen Eskişehir Milletvekili olarak görev yapan Dr. Avcı, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı Parlamenterler Asamblesi Türk Grubu Başkanıdır.

İnternet Çağında Birey, Aile ve Toplum¹

Nabi Avcı

Eskişehir Milletvekili

Sayın Bakanım, sayın başkanlarım sayın rektörüm, sayın akademisyenler ve sayın akademikler. Önce hepinizi hürmetle ve muhabbetle selamlıyorum. Şimdi sözlük tanıtım toplantısı yaptığımıza göre, niye “akademisyenler ve akademikler” dedim; oradan başlayalım.

“Akademisyenler ve akademikler” dedim çünkü benim de yenilerde öğrendiğime göre, “akademisyen” tabiri münhasıran Fransız Akademisi üyeleri için kullanılmış; biz üniversite hocaları ise “akademik”mişiz. Yani bize “akademik”; ama Akademi üyelerine “akademisyen” denirmiş. Demek ki biz üniversite hocalarının bundan sonra kendimizi tanıtırken akademisyen olarak değil akademik olarak tanıtmamızda fayda var. Bu “akademi” lafı nereden geliyor peki? Aynı zamanda bir *Sözlük Tanıtım* toplantısında olduğumuza göre, ondan da azıcık bahsetmekte fayda var.

Akademi kelimesi, Yunanca *Akademios*’tan geliyor. Akademios bir özel isim... Platon öğrencileriyle Atina’da, Akademios adında bir Atina yurttaşının bahçesinde ‘tedrisat’ yaptığı için Akademios’un nâmı yürümüş; <Akademus, <Akademi, <Akademisyen, <Akademik olarak günümüze kadar gelmiş.

Sözlükle ilgili son bir şey: Önce tabi teşekkür ediyorum Sayın Ahmet Cevat Hocamıza böyle bir projeyi, Türkçe Bilim Terimleri Sözlüğü projesini başlattığı için Sayın Muzaffer Şeker Hocamıza da bu güzel projeyi sürdürüp tamamladıkları için... Sayın Sankur’un şahsında, bu projede görev yapan hocalarımıza, uzmanlarımıza, bütün arkadaşlarımıza çok teşekkür ediyorum. Türkçe’ye çok güzel bir eser kazandırdılar, kazandırmışlar. Bunun bir *açık kaynak* olacağı; dolayısıyla her türlü görüş, öneri, eleştiriyle daha da iyileştirilmeye açık olduğu söylendiği için, o cesaretle, bize de küçük bir müdahale hakkı doğdu diye düşünüyorum. Şimdi burada *Mühendislik Bilimleri Sözlüğü* altında “sosyal bilimler”, “mühendislik bilimi”, “doğa bilimi”, “sağlık bilimleri” yazıyor. Sözlüğün ruhuna ve Sayın San-

¹ Bu metin, TÜBA’nın Boğaziçi Üniversitesi’nde düzenlediği toplantıda “İnternet çağında birey, aile ve toplum” konulu konuşmanın metnidir.

kur' un biraz önceki konuşmadaki yaklaşımına da uygun olmak üzere oradaki “sosyal bilimler”i de “**toplum** bilimleri” olarak değiştirirsek, hem diğer alt-başlıklarla daha uyumlu olur, hem de daha Türkçe olur sanıyorum. Bu bahsi kapatmadan önce, bir kitaptan bahsetmek istiyorum. Bütün akademisyenlerin ve akademiklerin zevkle okuyacağını ümit ettiğim, benim zevkle okuduğum ve sizin de zevkle okuyacağınızı tahmin ettiğim bir kitap: Amin Maalouf'un *29 Numaralı Koltuğun Hikâyesi* adlı kitabı... Biliyorsunuz, Fransız Akademisi'nin kırk üyesi var ve bunlar, kayd-ı hayat şartıyla, yani ömür boyu üyelik şartıyla atanıyorlar ve onlardan birine emr-i Hak vâki olduğunda, ancak o zaman onun yerine yeni bir üye seçiliyor. Evvelki yıl vefat eden Levi-Strauss' un yerine de Amin Maalouf seçilmişti. O münasebetle Maalouf'un yazdığı çok güzel bir kitap var: *29 Numaralı Koltuğun Hikâyesi*. 29 Numaralı koltuk ne? 29 Numaralı koltuk, Levi-Strauss'un da oturduğu, sonra onun boşalttığı ve yerine Amin Maalouf' un oturduğu koltuk. 29 numaralı koltuk o. Amin Maalouf da bu kitabında kendisinden önce o koltuğa oturmuş, yani Akademi'nin kuruluşundan itibaren o koltuğa oturmuş bütün akademisyenlerin hikayelerini bir araya getirmiş. Şimdi onu okurken bu tür kurumların nasıl bir geleneği temsil ettikleri, etmeleri gerektiği çok güzel anlatılıyor. Fransa'da da hepimizin bildiği pek çok toplumsal çalkantılar, değişimler, dönüşümler, altüst oluşlar yaşanıyor. Başta Fransız İhtilali olmak üzere (1789); ondan sonra Birinci Cumhuriyet; Dördüncü, Beşinci cumhuriyetler, iki dünya savaşı vesaire... Ne var ki bütün bunlara rağmen Akademi, baştaki o kırklı yapısını ve geleneklerini devam ettiriyor. Mesela, Akademi üyeleri arasında Vi-chy rejimi ile işbirliği yaptığı söylenebilecek bazı akademisyenler olduğu için, De Gaulle'ün, İkinci Dünya Savaşı bitiminde Paris'e geldiğinde ilk yapacağı işlerden birinin o akademisyenlerle hesaplaşmak olacağı zannedilirken De Gaulle, “Akademi Fransa'dır” deyip bir bütün olarak Akademi'ye sahip çıkıyor. Amin Maalouf'un kitabında, bunun gibi, bir kurumsal kültürün nasıl oluştuğu ve nasıl sürdürüldüğü bakımından, pek çok güzel anekdotlar var... Biz maalesef bu konuda, kurumsal süreklilik konusunda, ülke olarak iyi bir sınav vermedik, vermiyoruz.

Ana konumuza gelirse, *Birey, aile, toplum açısından bilişim teknolojisi ve internet* konusunda konuşmak üzere davet edilince, ‘beni hangi sıfatla davet etmiş olabilir Akademi?’ diye düşündüğüm zaman, ‘birkaç neden olabilir’ diye düşündüm. Birincisi, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin en uzun adlı Araştırma Komisyonu'nun, yani *TBMM Bilişim Teknolojileri Bağımlılığının Etkilerinin İncelenerek Olası Zararlarının Bertaraf Edilmesi ve Bu Teknolojilerin Kontrollü Kullanımının Sağlanması İçin Yapılması Gerekenlerin Saptanması Amacıyla Kurulan Meclis Araştırma Komisyonu'nun* başkanı sıfatıyla davet etmiş olabilirler, diye düşündüm. Ben o uzun ismi aklımda tutamıyorum. Gördüğünüz gibi, çok uzun, üç satır sürüyor. Biz onu şöyle kısaltarak kullanıyoruz: *Bilişim Teknolojileri Bağımlılığıyla Mücadele Komisyonu*. Bu araştırma komisyonunun başkanı sıfatıyla davet edilmiş olabilirim. İkinci olarak, “yıllar evvel, 1980'li yılların ortalarında Türkiye’ de toplanan Avrupa Konseyi Eğitim Bakanları Konferansı’na sunulan *Türkiye Milli Raporu*’nu hazırlayan heyetin başkanı olarak davet edilmiş olabilir miyim acaba?” Üçüncü olarak, üniversitelerde bu konularda ders veren bir hoca sıfatıyla davet edilmiş olabiliriz. Dördüncü olarak da, ‘Eski Milli Eğitim Bakanlarının da bu konuda

söyleyecek belki bir iki sözleri vardır’ diye davet edilmiş de olabiliriz. Dolayısıyla ben de bunları karıştırarak, kısa, çok sistematik olmayan bir sunum yapmak istiyorum.

Önce şu Avrupa Konseyi Eğitim Bakanları Konferansı’ndan başlayalım: 1986 senesinde, rahmetli Hasan Celâl Güzel’in Milli Eğitim Bakanlığı döneminde Bakan Müşaviri olarak görev yapıyordum. İki yılda bir toplanan Avrupa Konseyi Eğitim Bakanları Konferansı, o yıl İstanbul’da yapıldı. Konferansın ana teması da *Enformasyon Teknolojileri ve Eğitim Sistemleri Üzerindeki Etkileri* idi. Yani bugün bizim konuştuğumuz ya da konuşabileceğimiz konuların bir öncülü gibi de görülebilir o konferans. Çok güzel bir konferans oldu. O konferansa her ülke bir Millî Rapor sundu. Biz de Hasan Celâl Bey’in görevlendirilmesiyle bir akademik grup oluşturduk ve *Türkiye Millî Raporunu* hazırladık. Güzel bir rapordu. O rapor daha sonra Avni Akyol’un Millî Eğitim Bakanlığı döneminde, bakanlık yayını olarak, *Enformasyon Teknolojileri ve Eğitim Sistemleri Üzerindeki Etkileri* başlığıyla kitap olarak yayımlandı. Dediğim gibi o rapor güzel bir rapordu; ama İngilizlerin hazırladıkları ulusal raporun girişindeki epigrafi bizi çok kıskanmış; “keşke bu bizim aklımıza gelseydi de biz bunu yazsaydık raporumuzun başına” demiştik.

Neydi o epigraf?

İngilizlerin raporunun başında diyordu ki *Bu rapor ve bu rapordaki öneriler üç yıl için geçerlidir*. Yani raporun başına, deyim yerindeyse bir ‘son kullanma tarihi’ notu konmuş. Niye? Daha sonra raporun içinde onun niyesini de açıklıyorlardı. Gerçi bizim raporun da sonuç bölümünde bu imâ ediliyordu ama biz böyle güzel epigrafik bir giriş yapmamıştık. Peki, bir ‘son kullanma tarihi’ belirtme ihtiyacı nereden çıkıyordu?

Şuradan: Enformasyon teknolojileri, bilişim teknolojileri, hepinizin bildiği gibi çok hızlı değişen teknolojiler; değişim hızı çok hızlı katlanan teknolojiler. O yüzden bu teknolojiler, bu alanda eğitim veren kurumların her zaman ciddi güncellik sorunlarıyla karşılaştıkları alanlardır. Diyelim bilgisayar mühendisliği bölümünde bu yıl eğitime başlayan bir öğrenci, okulu bitirirken, birinci sınıfta öğrendiği pek çok şeyin artık anakronik hale geldiğini görecektir. Temeller -çoğu zaman- tabîî bâkî kalır; ama uygulamaya ilişkin, teknolojik uygulamaya ilişkin pek çok şey, çok hızlı çağ-dışı olup kullanım dışı kalıyor. Özellikle bu alanda, bilişim teknolojileri alanında, teknolojik değişimin katlanma hızı her gün daha da hızlanarak arttığı için, İngilizlerin raporundaki o üç yıllık kullanım süresi kaydı, belki bugünlerde artık 6 aya falan indi... Yani bugün enformasyon teknolojileri üzerine böyle bir rapor hazırlasak herhalde tüketilebilirlik süresini çok daha kısa tutmamız gerekir. Dolayısıyla şimdi “internet ve aile” , “internet, birey ve toplum” üzerine ne söylesek bunların bir kısmı önümüzdeki aylarda çoktan eskimiş olacak. Yine de değişmeyen bir temel sabiteden yola çıkarak belki bu konuda bir şeyler söylenebilir. Konuşmamızın başında “Akademos”tan yola çıkarak Yunan komşularımıza gönderme yaptığımıza göre bir gönderme de Stoacılar üzerinden yapalım.

Değerli dostum Maxim Schreiber'in, Stoacıların bir sözü üzerine inşa ettiği bir yaklaşım var. Logos Spermatikos sözü. Nedir logos spermatikos? Kelime kelime çevirirsek: Dölleyici söz. Maxim Schreiber, Stoacıların yaratıcı ilke için kullandıkları *logos spermatikos* tâbirini yalınkat bir çeviriyle peofan düzleme taşır, teknoloji tarihine uyarlar ve bu tabiri, *içine girdikleri ortamı değiştiren, dönüştüren, çevresini kendine göre yeniden düzenleyen teknolojiler* için kullanır ve bu dönüştürücü teknolojilerin başında da iletişim ve enformasyon teknolojilerinin geldiğini söyler. Ben Schreiber'in bu yaklaşımının en çarpıcı örneğinin mesela daktilo üzerinden verilebileceğini düşünüyorum.

Şimdi genç arkadaşlarımız 'daktilo neydi?' diye sorabilirler. Daktilo, bugünden geriye doğru baktığımızda çok primitif bir yazma makinesiydi. Tuşları, mürekkepli şeridi ve kâğıdın sarıldığı bir şaryosu vardı. Mekanik bir aletti. Bozulduğu zaman kendiniz tamir edebilirdiniz, şeridini kendiniz değiştirebilirdiniz vesaire... Teknolojik karmaşıklık açısından baktığımızda, daktilo, bugün kullandığımız bilgisayarlara göre, cebimizdeki cep telefonlarında işlemekte olan bilgisayar alt yapısına ve yazılımlara göre taş devrine ait bir alettir. Ama bakın o taş devrine ait alet neler yaptı hayatımızda. Daktilo, 1800'lerin sonuna doğru gündelik kullanıma giriyor; özellikle firmalarda, resmî kurumlarda kullanılmaya başlıyor ve daktilo ile birlikte parfüm sanayinde bir patlama oluyor. Şimdi 'daktilo ile parfüm arasında ne alâka var?' denilebilir. Şu alaka var: Daktilo ile birlikte ucuz emek istihdama katılıyor; yani kadın emeği... Genç kızlar, daktilograf olarak istihdama alınıyorlar. Zaten Türkçede de daktilo kelimesi eskiden iki anlamda kullanılırdı: Bir, aletin kendisi yani yazı makinesi için; bir de onu kullanan genç kızlar için... Hani Yeşilçam filmlerinde hâkimlerin "yaz kızım" dedikleri memureler için kullanılırdı 'daktilo' tabiri. Onlar da, "ne iş yapıyorsunuz?" dendiğinde, "Adliyede daktiloyum" derlerdi. İşte o genç kızların Amerika'da, Avrupa'da çalışma hayatına katılmaları ile birlikte erkeklerin de kendilerine çeki düzen vermeye başladıklarını görüyoruz. Tabii önce kızlar giyim kuşam ve makayalarında daha özenli olmaya başlıyorlar. Bu değişikliklerden en fazla etkilenen sektörlerden biri de özellikle kadınlara yönelik parfüm sanayii... Ama erkeklerde de meselâ kılık kıyafet hızla değişmeye başlıyor. 1900'lerin başında çekilen -Birinci Dünya Savaşı'nın hemen öncesine ait- fotoğraflara baktığımız zaman, erkek kıyafetlerinin ne kadar kaba-saba, ütüsüz, kalın kumaştan filan olduğunu görürsünüz. Daha sonra, ütülü pantolonlar, kolalı gömlekler falan başlıyor. En önemlisi gündelik dilde bir takım değişimler başlıyor. Gündelik konuşma dilinde daha önce erkek erkeğe çalışılan ortamlarda kullanılan pek çok argo veya kaba sözcük artık hanımların yanında telaffuz edilemez hale geliyor ve giderek kullanımdan kalkıyor.

Edebiyata etkisi var daktilonun: Daktilo ile birlikte serbest şiir hızla yaygınlaşıyor. Çünkü daktilo şaryosunda sol marj sabittir sağ marj açıktır. Dolayısıyla kısa, uzunlu mısralar daktiloda sorun teşkil etmez ama hep aynı hizayı tutturmak biraz zordur. Şairler artık daha kolay hatırdı kalsın, daha kolay ezberlenebilsin diye kafiyeli vezinli söylenen değil daktiloda yazılan, vezin ve kafiye derdi olmayan, dinlenmek için değil okunmak için "serbest şiir"ler yazmaya başlayınca şiir

değişiyor. Edebiyat değişiyor. Benzer etkiler, hikâyede, romanda, denemede de görülüyor. Dolayısıyla daktilo gibi bilgisayarla hiçbir şekilde mukayese edilemeyecek yalınlıkta, basitlikte bir alet bile böylesine etrafını değiştirip dönüştürebiliyorsa, örneklerden gördüğümüz gibi dönüştürebildiyse onunla hiçbir şekilde mukayese edilemeyecek karmaşıklıkta bilgisayarların neler yapabileceğini artık tahayyül etmekte zorlanıyoruz.

Şimdi burada iletişim araştırmalarının kurucu babalarından Marshall McLuhan'a bir selam göndererek bir hususu özellikle vurgulamak istiyorum. McLuhan, *İnsanın Uzantıları* (*Extensions of Man*) adlı kitabında, her teknolojinin, bir yeti'mizin, bir temel duyu organımızın uzantısı olduğunu söyler. Çok yalın ifadelerle özetleyecek olursak, sözgelişi gözlük, gözümüzün uzantısıdır yani daha iyi görmemizi sağlıyor. Giydiğimiz elbiseler de bir teknoloji ürünü ve onlar da derimizin uzantısı. Ayaklarıyla saatte ortalama 5 km yürütebilen insanoğlu, tekerlek sayesinde saatte 50 km, 100 km, 200 km yol gidebiliyor. Tekerlek ayağımızın uzantısı. Atalarımızın ellerinde tuttukları sopalar, mızraklar, kılıçlar, sonra tüfekler vesaireler ellerimizin uzantıları. Aletler, her türlü manuel aletler ellerimizin uzantıları... (Zaten adı üstünde: Latince “manu” yani el’den “manuel”). McLuhan, devamlı mealen diyor ki ‘Elektronik devrimiyle birlikte tarihte ilk defa *insanın en temel organının uzantısı* ortaya çıktı: Beyninin.’ O uzantı da bilgisayar. Bilgisayarlar bugüne kadar içinde yaşamakta olduğumuz bütün beşerî ve çevresel koşulları tepeden tırnağa dönüştürdü. Dönüştürdü mü? Evet dönüştürdü. Hadi aile örneği üzerinden kısaca söyleyelim: Bugün artık evlerimizi nasıl tasarlıyoruz? İç mimarlar iç mekânları nasıl tasarlıyorlar? *Önce* televizyonun veya bilgisayarın yerini belirliyorlar. *Ondan sonra* hepimizi ve her şeyi televizyona göre, bilgisayara göre konumlandırıyorlar. Yemek masası ona göre yerleştiriliyor. Oturma grubu ona göre yerleştiriliyor. ‘Çocuk odası’nda da önce bilgisayar bir yere oturuyor ondan sonra yatak, koltuk, sehpa... ona göre hizalanıyor.

Spermatik teknolojilerin en güçlüsü olan bilgisayar, onun uzanımları olan televizyon, cep telefonu, internet, işte böyle böyle etraflarını değiştire dönüştüre bize yeni bir hayat (tarzı) kuruyorlar. McLuhan’ ın söylediği çok önemli şeylerden biri de şu: Evet, her teknoloji bir organımızın, bir duyu organımızın (elimizin, gözümüzün, kulağımızın, derimizin vb.) uzantısı olduğu için, her *yeni* teknoloji bu duyular arası dengeleri de *yeniden* biçimlendirir. O yüzden McLuhan’ın *Gutenberg Galaksisi* dediği yazılı kültüre dayanan, göz-merkezli düzen artık geride kalırken biz bilgisayar teknolojisiyle birlikte bilişim teknolojileriyle birlikte gözün görme duyusunun egemen olduğu Gutenberg Galaksisini terk ettik; duyularımız arasındaki dengelerin bilgisayarlar tarafından yeniden kurulduğu yeni bir evrene girdik. Bu yeni evrende teknoloji meselesi daha da dallanıp budaklandı. O yüzden bu konuyu daha uzun uzun tartışmamız gerekiyor. Konuşmamı bitirmeden önce, bu tartışmaya mutlaka dahil etmemiz gereken birkaç isimden ve kiaptan bahsetmek istiyorum. Ayrıca söylemek istediklerimin bir kısmı bu sözünü edeceğim kitaplarda çok daha güzel, daha derli toplu anlatılıyor.

Bunlardan bir tanesi, teknolojinin cemaziyelevveli ile ilgili bir kitap. Hani hep şikâyet ediyoruz bütün konuşmalarımızda: “Biz neden teknoloji üretemiyoruz; başkaları üretiyor da biz neden yapamıyoruz?” Biraz daha genelleştirirsek bugün anladığımız anlamda teknolojiyi neden Batılılar üretti de Doğulular üretemedi? Bu soruya, bunun niye böyle olduğu konusuna farklı bir açıdan yaklaşan bir isim: Joseph Needham. Needham, Çin uygarlığı üzerine çok esaslı çalışmaları olan bir bilim adamı. (Bizim Fuat Sezgin Hoca’nın İslam bilim ve teknoloji tarihi üzerine yaptığı çalışmaların Çin versiyonu gibi görülebilir mi?) Needham’ın Türkçeye de çevrilen -hem de güzel çevrilen- kitabını adı *Doğunun Bilgisi Batının Bilimi*. Teknoloji, batıda gelişti; hâlbuki Çin’de bu işin çok eski öncülleri var. Niye barut, pusula, kâğıt, matbaa vesaire üzerinden yola çıkan Çinliler, batının sanayi devrimi öncesinde geldiği noktalara gel(e)mediler? Joseph Needham’ın çalışmalarını özellikle bu soru ekseninde çok önemsiyorum. Bir de Ortega Y Gasset’in *Kitlelerin İsyanı* veya *Kitlelerin Ayaklanması* diye Türkçeye birkaç defa çevrilen bir kitabı var. Orada ‘kitle’ kavramı ile ‘birey’ arasındaki ilişkiyi çok güzel anlatıyor ve çok önemli bir şey söylüyor; ‘Kitle’ dediğimiz zaman genellikle *büyük kalabalıkları* anlıyoruz. Hâlbuki *kitle bir zihin durumudur* aynı zamanda ve dolayısıyla ‘kitle’ tek bir kişiye bile bir bireyde bile tezahür edebilir. İşte Ortega, kitle bireyde nasıl tezahür eder, onu çok güzel anlatıyor. Bu bağlamda kullandığı çok anlamlı bir tabir var: *Ignoramus*. Nedir ignoramus? Herhangi bir konuda uzmanlık sahibi, derinlemesine bilgi sahibi; ama uzmanlık alanının dışındaki her konuda da cahil. Bu uzmanlar gerekli midir? Evet, çok gereklidir; ama uzmanlaşmanın yol açtığı, o *birey’de tezahür eden kitleselleşmeyi* de unutmayalım.

Şimdi doğrusu biraz da sıkılarak bir başka kitaptan söz etmek zorundayım: Ben bunların hepsini, enine boyuna, *Enformatik Cehalet* diye bir kitapta anlattım. Bunu eskiden daha rahat söylüyor, *Enformatik Cehalet* kitabına daha rahat göndermeler yapıyordum çünkü kitap piyasada yoktu; dolayısıyla hani ‘kendi kitabının reklamını yapıyor’ denemezdi. Şimdi kitabın yeni baskısı geçenlerde çıktığı için ne yapayım, ben şimdi size bunları söylemeyeyim mi? Orada bunları anlattık demeyeyim mi? Orada gerek kitleselleşmenin yol açtığı toplumsal sorunlardan, toplumun nasıl dağıldığından, ‘toplumsalın sonu’ sözlerinin nereden kaynaklandığından, Marcuse’nın ailenin çözülmesiyle baba otoritesinin kalkmasından daha doğrusu ailenin sönümlenmesi ile eskiden ‘baba’ figüründe tecessüm eden otoritenin anonim kurumlar arkasına gizlenmesinin yol açtığı sorunlardan söz ediyoruz... Bunlar orada da tartıştığımız konular.

Şimdi bitiriyorum: Maxim Schreiber’den söz ettim. Maxim Schreiber diye bir adam yok. Yani Türkiye Bilimler Akademisi’nin böyle bir toplantısında bunu söylemek zorundayım. Ben değişik ulusal ve uluslararası toplantılarda bu Maxim Schreiber’in teorilerini anlatıyorum. Çok da ilgi çekiyor bazı yerlerde... Mesela iktisatta da Maxim Schreiber uygulaması vardı. Nasıl ‘spermatik teknolojiler’ varsa ‘spermatik yatırımlar’ da var. Mesela Demokrat Parti döneminde dağ başına yapıldığı için eleştirilen köprüler hikâyesi. Hani Demokrat Parti, yolu bile olmayan yerlere köprüler yapmış, dağ başına köprü yapılır mı falan diye eleştirilirdi ya 27 Mayısçı basın tarafından... Daha sonra o köprüler ve onlara bağla-

nan yollar ve böylece ulusal pazarın bütünleşmesinde onların ne kadar etkili bir yatırım olduğuna dair Maxim Schreiber'in söylediklerini anlatıyorum; çok güzel dinliyorlar. Türk bilim insanlarının özellikle toplum bilimlerinde bir yabancıya atıfta bulunmadan orijinal bir şey söylemeleri çok hoş karşılanmıyor. Onun için biz de böyle bazen maskeyle dolaşarak, arada “Maxim Schreiber'in dediği gibi” diyerek söylediklerimizin ciddiye alınmasını sağlamaya çalışıyoruz.

İnternet Risk Mi, Fırsat Mı?

Necdet Ünüvar

Prof. Dr. Necdet Ünüvar / necdet.unuvar@tbmm.gov.tr

Prof. Dr. Necdet Ünüvar, Atatürk Üniversitesi Tıp Fakültesini bitirmiştir. Atatürk Üniversitesi Tıp Fakültesi Endokrinoloji ve Metabolizma Bilim Dalı Başkanlığı görevini yürütmüştür. 2002-2007 yılları arasında Sağlık Bakanlığı Müsteşarlığı yapan Dr. Ünüvar'ın yayımlanmış 3 kitabı bulunmaktadır. 23, 24 ve 25. Dönemde Adana Milletvekili seçilen Ünüvar, 7 Araştırma Komisyonunda başkanlık ve üyelik yapmıştır. 24. Dönemde Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu Başkanlığı ve Uyuşturucu ile Mücadele Kurulu Başkanlığı yapmıştır. Dr. Ünüvar T.C. Cumhurbaşkanlığı Gıda ve Sağlık Politikaları Kurulu Üyesidir.

İnternet Risk Mi, Fırsat Mı?

Necdet Ünüvar

T.C. Cumhurbaşkanlığı Gıda ve Sağlık Politikaları Kurulu Üyesi

Kaygı, önemli bir duygudur. Bir İsveç atasözü “Kaygılar küçük bir şeye kocaman bir gölge verir.” der. Yani olanı daha da büyük hâle getirir ama tabii, günümüzdeki en önemli problemlerden olan bağımlılık söz konusu olunca kaygının tonunun koyulaştığını görürüz. Bağımlılık, çok sektörlü, çok paydaşlı, çok karmaşık, çok boyutlu bir sorun; yaşı, cinsi, coğrafyası, rengi ve dönemi yoktur. Bağımlılığın sebepleri ve gidişatı farklı olsa da insanlık adeta Anthony Giddens’ın yıllar önce söylediği “Modern dünya kontrolümüzden çıkmış bir dünyadır.” ifadesini doğrular yöne doğru eviriliyor.

Vakıta hız ve haz çağındayız; daha hızlı ve daha hızlı olmak istiyoruz. Bu çerçevede karşınıza çıkan bir başka durum, narsisizm... Narsisizmi besleyen iki önemli kelime var; “daha” ve “en.” “Daha güçlü” “daha zengin” “daha hızlı” “en beğenilen” gibi kelimeler narsisizmi tetikliyor. “Daha” ve “en” kelimelerinin de en hoşlandığı hormon dopamin hormonu.. Dopamin, bağımlılıkla ilgili durumlarda da anahtar madde.

Nelere bağımlılık geliyor? Tütün, alkol, uyuşturucu ve davranışsal bağımlılık diyoruz. Bağımlılıkta risk oluşturan etkenler ile koruyucu etkenler birbiriyle mücadele ediyor, riski oluşturan etkenler ağır basarsa bağımlılık oluşuyor. Beyinde ceza ve ödül sisteminin olduğu limbik sistem, ikisinde de ödül verdiğiniz zaman dopaminin arttığı, vermediğiniz zaman da azaldığı nokta; hem uyuşturucuda, sigarada, alkolde, hem de davranışta ve oyunda, hepsinde benzer şekillerde dopamin salgısını artırarak hareket ediyor. Peki, bağımlılık madem bu kadar birbirine benziyorsa niye farklı seyrediyor? Farklı seyretmesinin nedeni şudur: Teknoloji bağımlılığını belki de diğer bağımlılıklardan farklılaştıran unsurlardan en önemlisi, ödüle verilen tepki... Michael Zeiler şöyle söylüyor: “Ne zaman verileceği öngörülemeyen ödüller, belli bir düzen içinde verilen ödüllere nazaran daha cezbedicidir.”

Sigara, alkol, uyuşturucu nispeten öngörülebilir bir ödül. Teknoloji bağımlılığı böyle bir bağımlılık değil yani ödülün nerede, ne şekilde geleceği kestirilemiyor. Twitter’ın verdiği farklı bir ödül var, Facebook’un, WhatsApp’ın verdiği farklı

bir ödül var; teknolojik cihazların verdiği ödüller neredeyse diğerlerine göre öngörülemeyen ödüller. O yüzden teknoloji bağımlılığı birazcık farklılaşıyor. 2012’de yaptığımız TBMM Bilişim ve İnternet Araştırması Komisyonu çalışmamızda “motto” dediğimiz kısa bir ifademiz vardı; “İnternet fırsat penceresinden bakınca büyük bir fırsat, risk penceresinden bakınca ciddi bir risktir.” Nasıl fırsat? 90’lı yıllarda Ankara Hastanesinde ihtisasının son yıllarında tezim için, araştırma için, YÖK’e gitmekle on günde elde ettiğim bir dokümanı bugün on saniyede elde edebiliyorum. Çin Kralı’na ilk hızlı tren projesi getirildiği zaman, galiba İngilizler, demişler ki: “Efendim, bu hızlı tren öyle hızlıdır ki sizin kırk günde gideceğiniz yere bir günde gitmenizi sağlıyor.” Çin Kralı demiş ki: “Peki, otuz dokuz günde ben ne yapacağım?” O zaman internet olsaydı internette sörf yapardı. Fazla sörfün nereye götüreceğini biliyoruz: Bağımlılık... Dolayısıyla, bağımlılık ile boşluk arasında çok ciddi bir ilişki var.

Yine, o dönemde interneti suya benzetmiştim: İçilebilecek miktarda faydalı ama üstünüze dökerseniz ürpertici. Denizde iseniz o suyla olan ilişkinizde yüzme bilmeniz lazım ama okyanusta iseniz her türlü tehlikeye karşı korunaklı olmanız gerekiyor. Baktığımız zaman sudan nasıl vazgeçemiyorsak internetten de şu anda vazgeçemez durumdayız. Tabii, bunu besleyen unsurlar ne? Bunu besleyen bizim insanlarla olan ilişkimiz yani kurmamız gereken bağlar. İnsanlar şu anda ağırlıklı olarak sosyal ağlarla bir bağ kurmaya çalışıyor, geçmişte ecdadımız ımece usulüyle, dar sokak sohbetleri, köy meydanında, kahvehanede yapılan sohbetlerle bu ağları oluşturuyordu, daha sonra telefon, telgraf, SMS, daha sonra 1998’de bir sosyal ağ kuruldu ama galiba yanlış zamanda bir işe giriştikleri için kısa zamanda batmak durumunda kaldı. Sonra 2000’li yıllarda Facebook özellikle sosyal ağları hayatımıza soktu. Eskiden sadece balıkçılar ağa takılmaktan bahsederd, şu anda artık herkes âdeta ağa takılıyor. Esasında sosyal ağlar -bunu bir kelime oyunu olarak değerlendirmeyin lütfen- giren ağlar, çıkan ağlar yani hem girenin ağladığı hem çıkanın ağladığı bir ağ şeklinde. Başlangıcı genellikle bir buluşma olarak yani âdeta sanki bir sevgiliyle, yeni hoşlandığı bir metayla “buluşma” gibi değerlendiriyor ama bir müddet sonra “bulaşma” olarak değerlendiriyor yani “Nereden bulaştık bu işe?” şeklinde yakınıyor. Bir teknoloji kullanımı felsefesi geliştirmek gerektiği hep konuşulur da bunu yapmak pek kolay değil. Hangi dijital araçları ne amaçla ve hangi şartlar sonucu hayatımıza dâhil ettiğimizi ve hayatımıza hangi değerleri kattığını, hangi değerleri götürdüğünü değerlendirmek, teknoloji kullanımı felsefesi. Tabii, bunu uygulayamadığımız zaman karşımıza bir “teknolojik obezite” kavramı çıkıyor yani nasıl ki her şeyi tıkmak obeziteye yol açıyorsa sınırsız internet bağlantısı, sınırsız teknoloji kullanımı da âdeta açık büfe yemek gibi ona tık, buna tık, tık tık tık, tıknafes ve daha sonra teknolojik bir obezite karşımıza çıkabiliyor. Teknoloji kullanımıyla ilgili felsefeyi söylemek kolay ama uygulamak kolay mı? Yani burada teknolojiye hâkim olma ile hadim olma yani teknolojiyi kontrol etme ile teknolojiye esir olma arasındaki ilişkiyi nasıl kurgulayacağız? Bugün, teknolojiyle irtibatı olan insanların yüzde 1’i üretiyor, yüzde 9’u taşıyor, bunlar para kazanıyorlar. Kimden? Yüzde 90’ı kullanıyor, kullanıcılardan kazanıyor. Peki, yüzde 1’i üretiyor, o zaman tamamen risksiz mi bu? Güney Kore, dünyada dijital oyunları en çok üreten, en çok para kazanan ülke ama Güney Kore aynı zamanda dünyada di-

jital bağımlılığın, teknoloji bağımlılığının en yüksek olduğu yer yani orada ölüme bile yol açan vakalar görülmekte. Dolayısıyla, sadece üretmek de problemi çözmiyor. Peki, teknoloji şirketleri bizim neyimize talip? Teknoloji şirketleri bizden para kazanmak istiyorlar ama para kazanmayı direkt “Senden para istiyorum.” şeklinde yapmıyorlar. Ne yapıyorlar? Önce ilginizi cezbediyor, daha sonra zamanınızı, sonra da paramızı alıyor yani nihayetinde paramızı almak istiyor, bizim üzerimizden para kazanmak istiyor ama önce ilginizi cezbederek yapmaya çalışıyor. İnsanlık tarihini bu çerçevede, avcı-toplayıcı çağı, tarım çağı, sanayi çağı, bilgi çağı diye 4’e ayırırlar. Bu çağ aynı zamanda ilgi çağı. Niçin ilgi çağı? Baktığımız zaman, bizim ilginizi çepeçevre çevrelemiş birçok teknolojik enstrümanla karşı karşıyayız. Artık arkadaşlarımızı Facebook’tan buluyoruz, mesajlarımızı Twitter’den iletiyoruz, sohbetimizi WhatsApp’tan yapıyoruz, aramalarımızı Google’den, dosyalarımızı yine değişik elektronik posta araçlarından, fotoğraflarımızı Instagram’den, iş arkadaşlarımızı LinkedIn’den buluyoruz. İlgi çağının enstrümanlarına baktığımız zaman hepsi ücretsiz... Instagram’den, Facebook’tan, Twitter’den, WhatsApp zincirlerinden farklı yollarla paylaşıyorsunuz ve sizden para istemiyor. Aslında o para istememesi onun ücretsiz olduğunu göstermiyor. O zaman, anonimleşen sözdeki gibi bir ürüne para ödemiyorsanız ürün aslında siz oluyorsunuz yani sizin üzerinizden ürün kazanmış oluyor. Ödenen bedel dijital çağ hastalıkları olarak karşımıza çıkıyor. Çukurova Üniversitesi Aile Hekimliği’nden Prof. Dr. Ersin Akpınar ve Uzman Halil Volkan Tekayak’ın yaptığı bir çalışmanın derlemesi var. Dijital çağda bazı hastalıklar var, mesela WhatsAppitis diye. Aşırı mesaj atmadan dolayı yani bileklerin kullanılmasından dolayı, esasında Karpal Tunel Sendromu dediğimiz, özellikle buradaki sinirlerin sıkışması sonucu burada uyuşma, bazen hareket edememeyle giden hastalık... Hikikomori fenomeni, eve kapanma diye tarif ediliyor. Ego sörfü, sosyal medyada sürekli kendini arama, Youtube narsisizmi, Google Stalking, yakın çevresini arama; Crackberry, sürekli mail kontrolü ve Siberhondrik yani hastalığını internette teşhis etme. Fomo hastalığı gelişmeleri kaçırma korkusu; Nomofobi, “no mobile phone”ün kısaltması, telefonsuzluk fobisi; Selfitis, aşırı öz çekim yapma; Plagomani, şarjsızlık korkusu. Artık insanlar bir lokantaya gittiği zaman nereye şarj yakınsa oraya oturuyor; eskiden nerede güneş, hava, aydınlık varsa oraya gidiyordu ama şimdi nerede şarj yakınsa oraya doğru gittiğini görüyorsunuz.

Bu problemlerin çözümünde kime ne görev düşüyor?

Devlete, aileye, kişiye, öğretmenlere özellikle çok fazla görev düşüyor. Devlette konuyla ilgili şu anda Bağımlılıkla Mücadele Yüksek Kurulu var, Başkanı Cumhurbaşkanı Yardımcısı... Aileler ve toplumun iştirak etmediği bir çözümün eksik olacağı aşikardır.

Teknolojisiz mutluluk alanlarını mutlaka bulmamız ve yapmamız, çocuklar için bir repertuvar oluşturmamız gerekiyor. Bizler akranla büyümüştük, şimdiki çocuklar ekranla büyüyor. Dolayısıyla, akranla büyümüş ebeveynlerin ekranla büyüyen çocukları anlaması biraz zor... Hazreti Ali’nin bin dört yüz yıl önce söylediği muhteşem bir tanımlama var: “Anne babalar kendi yetiştikleri çağa göre değil çocuklarının yaşayacağı çağa göre çocuklarını yetiştirsinler.” Bu söz 1400 yıl önce söylendiği zaman teknoloji bağımlılığı falan yoktu.

Tabii, burada “dijital okuryazarlık” kavramı çok önemli. Ayrıca sohbeti yeniden keşfedersek teknoloji bağımlılığıyla daha iyi mücadele etme, çocuklarımızı ve kendimizi de teknoloji bağımlılığının o bilinmez girdaplarından koruma şansına sahip olabiliriz. Bunun çok kolay bir şey olmadığını biliyorum.

Michelangelo, “Eğer insanlar ustalığa ulaşmak için ne kadar çok çalıştığını bilselerdi bu hiç de o kadar etkileyici görünmezdi.” diyor yani o devasa, muhteşem eserler için ne kadar çalışmak gerekiyor. Cenab-ı Hak da Necm suresi 39. ayette “İnsan için ancak çalıştığı vardır.” buyuruyor. Yani başarı eşittir çalışma... Teknolojiden nasıl ki yakamızı sıyramayacaksak ve sıyırmak durumunda değilsek ve sıyırmak zorunda da değilsek o zaman onları doğru şekilde yönlendirmeyi kendimize şiar edinmemiz lazım. Kendi değerlerimize uygun içerik üretimi son derece önemli. Kendi değerlerinize uygun içerik üretmezseniz bu içerik uluslararası örgütler tarafından bir şekilde üretilecektir. Yine, ailede sohbet, okulda akran, sokakta sporu mutlaka teşvik etmemiz lazım. Teknoloji bağımlılığını önlemek için kanunu değil ilgiyi değiştirmek gerekiyor; zira kanunları değiştirebilirsiniz ama insanların ilgisini değiştirmezseniz kalıcı çözüm olmaz.

Kaynakça

- Tekayak H. V. (2017). *Ak-Tek Sağlıkta Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Aile Hekimlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Kişisel ve Mesleki Gelişimlerine Etkilerinin Değerlendirilmesi*. Adana: Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı Uzmanlık Tezi.
- TBMM Araştırma Komisyonu Raporu (2012). *Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilişim Sektöründeki Gelişmeler ile İnternet Kullanımının Başta Çocuklar, Gençler ve Aile Yapısı Üzerinde Olmak Üzere Etkilerinin Araştırılması Amacıyla Kurulan Türkiye Büyük Millet Meclisi Araştırma Komisyonu Raporu*. Ankara: TBMM.

Bilim, Teknoloji ve İktidar

Mehmed Özkan

Prof. Dr. Mehmed Özkan / mehmed@boun.edu.tr

Prof. Dr. Mehmed Özkan, 1986 yılında Boğaziçi Üniversitesi Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümünü onur derecesiyle tamamladıktan sonra, yüksek lisans ve doktora çalışmalarını ABD’de, Vanderbilt Üniversitesi Elektrik Mühendisliği Bölümü’nde sürdürdü. Akıllı Robotlar ve Robotik Cerrahi alanlarında yüksek lisans (1988) ve doktora (1991) çalışmalarını tamamlamıştır. Doktora sonrası çalışmalarını yapmak üzere, 1992 yılında Tokyo’ya geçen Özkan araştırmalarına Bridgestone, Japonya, Mekatronik Bölümü’nde üst düzey araştırmacı olarak devam etmiştir. 2007 yılında Boğaziçi Üniversitesi Eğitimde Üstün Başarı ödülü almıştır. 2017 yılında TÜBA üyesi olan Dr. Özkan 2016’dan bu yana Boğaziçi Üniversitesi Rektörü olarak akademik görevine devam etmektedir.

Bilim, Teknoloji ve İktidar

Prof. Dr. Mehmed Özkan

Boğaziçi Üniversitesi

Üniversitemizde gerçekleştirilen Bilişim Teknolojileri ve İletişim: İnternet ve Toplumsal Etkileri başlıklı çalıştayda ele alınan konuları, tartışılan değerli görüşleri kitap haline getirerek kalıcılışmasını sağlayan ve ileriki kuşaklara günümüze dair kaynak sunan TÜBA'ya teşekkür ederek başlıyorum bu giriş satırlarıma.

Yüz yıl önce bölgedeki resme baktığımızda Balkan Savaşını, Çanakkale Savaşını, yüzbinlerce can kaybını, kan ve gözyaşını; yerel zaferler kazanılsa da büyük bir medeniyetin son kalesi Anadolu ve göz bebeğimiz İstanbul'un işgal altında olduğunu görüyoruz. Artık ölüm-kalım, var oluş savaşı verilmekteydi... Peki ne oldu? Nasıl oldu da üç kıtaya hükmeden bir dünya devleti bu noktaya geldi? Bu, günler sürecektir başka bir konferansın konusu olacak genişlikte bir konu kuşkusuz. Bu var oluş savaşının 350 yıl kadar öncesine baktığımızda ise bu topraklarda başka bir dönüm noktası olduğunu görüyoruz.

1579'da dünyanın ilk modern rasathanelerinden biri buradan 7 km ileride açılıyor... Ama maalesef ömrü fazla uzun olmuyor... Bilim ve teknoloji iktidar mücahedelelerinin, iç çekişmelerin malzemesi haline geliyor ve fatura eti kemiği olmayan bilime, teknolojiye kesiliyor... Aslında bu fatura bana göre bir medeniyetin sonunun da başlangıcının sembolü oluyor. Oysa bu faturadan bir asır önce, 12 yaşında beş dil konuşan, bilimi ve teknolojiyi erken yaşta özümsemiş, inanç ve idealleri ile bütünleştirmiş 19 yaşındaki bir lider müjdelenenmiş bir dönüşümü yine bu tepelerden başlatıyordu.

İnsanlık ister kendi varlığını anlamak için ister mutlak varlığa erişmek için, isterse sadece doğası, yaradılışı gereği merakını gidermek amacıyla, ya da elde edeceği teknolojinin nimetlerinden yararlanmak niyetiyle, sürekli bir arayış içinde oldu, olmaya devam edecek. Ancak şimdi fark, bu arayışın eskisine göre çok daha sistematik, çok daha kolektif ve çok daha hızlı olması. Artık kaçınılmaz bir döngünün içinde yeni buluşların bir yandan soluk kesen ürünlerinden istifade

ederken, bir yandan da teknolojinin sosyolojik, psikolojik, ekonomik, çevresel ve insani boyutta ve çoğu zaman öngöremediğimiz sonuçlarıyla karşı karşıya kalıyoruz.

1800'lerin sonunda gözle göremediğimiz ama temas edilince bizi bir şekilde etkileyen elektron akımlarını kontrol etmeyi başaran bilim insanları yeni bir enerji aktarım şekli, yeni bir aydınlatma aracı bulduklarını düşünürken hızla elektrik, elektronik, haberleşme ve günümüz bilişim teknolojileriyle sonuçlanan bir süreci başlattıklarının farkında değillerdi muhtemelen. Hızlı ve yaygın iletişim araçlarından bugünün anahtar kelimelerinden olan yapay zekâ aslında belki de Edison'un ampülü yakan akımı kontrol edebilmesiyle başlayan sürecin sonucuydu. Aynı yıllarda bu topraklarda ise bir var oluş mücadelesinin başında, iç siyasi çekişmelerle kendi ordusunu ortadan kaldıran, çalıştayımızın öğleden sonraki kısmında kullanacağımız o zamanlar tekke görevi gören Nafî Baba Binasını tamamen ortadan kaldırılmasıyla sonuçlanan, teknolojik olarak tamamen dışa bağımlı hale gelen bir sürecin içindeydik artık, o zamanlarda... Bu sürecin sonunda acı bir deneyim de olsa gördüğümüz bir diğer önemli gerçek ise, inanarak bütünleşmiş bir toplumun, güçlü bir liderlikle kenetlendiğinde en ileri teknolojilere karşı dahi üstün gelebiliyor olmasıydı. Evet Atatürk'ün liderliğinde, Kurtuluş Savaşı'ndan iman ve iradeyle zafer ve özgürlükle çıktık belki ama çok ağır bedeller ödeyerek, kayıplar vererek.

Şimdi ise önümüzde yeni fırsatlar var. İçinde bulunduğumuz bu üniversitede ve ülkemizin benzer nitelikteki üniversitelerinde dünyanın öncü bilimsel araştırmaları gerçekleştirilmekte. Dünya yine deneyimle gördü ki teknolojik gelişme, kontrolsüz ve sadece ekonomik kaygılarla kullanıldığında iklim değişiminden, sosyal dengenin bozulmasına farklı sorunlarla karşılaşılmasına neden olabiliyor. Bu nedenle birçok açıdan teknolojik gelişmelerin ele alınması, sosyal bilimlerin alanında da güçlenerek iletişim teknolojilerinin ele alınması, çevresel ve sosyolojik etkilerin önceden çalışılması artık somut bir ihtiyaç olarak önümüzde.

İşte TÜBA'nın öncülüğünde Boğaziçi Üniversitemizde gerçekleştirmekte olduğumuz "Bilişim Teknolojisi ve İletişim: İnternet ve Toplumsal Etkileri" başlıklı bu çalıştay sosyal bilimlerin fen bilimleri ve mühendislikle birlikte çalışmasına imkân sağlayan ortamı sunan öncü ve önemli bir platform olma niteliğinde.

1980'lerin başlarına kadar ülkemizde farklı kaygılarla telsiz yasağı yaşadığımız dönemlerde dünya internet çağına adım atmanın hazırlığı içine çoktan girmişti. Bu süreçlerden bir bilim insanı, iyi bir mühendis olmaya çabalayan bir birey olarak çıkarttığım ders, bilimde öncü olursanız teknolojiye de öncü olur ve standartları belirlersiniz, aksi halde size sunulan teknolojilerin kaçınılmaz müşterisi olurken, sadece ekonomik olarak değil sosyal, kültürel ve çevresel konularda da süreçleri belirleyen değil süreçleri belirlenen toplum olma riskiyle karşı karşıya kalabilirsiniz.

Bugün bilişim teknolojisi ve iletişimin toplumsal etkilerini masaya yatırdığımız gibi, kent yapılaşmasından ulaşım, sağlık teknolojilerinden enerji sektörüne birçok teknolojik gelişmenin farklı perspektiflerden ele alınmasının da önemli olduğunu vurgulayarak, bu çalışmanın ülkemiz adına bir dizi bilimsel, teknolojik strateji belirleme, politikalarımızı şekillendirme süreçlerine faydalı katkı sağlayan öncü bir çalışma olmasını diliyorum.

Toplumsal Hareketlerin Sosyal Medya İle Dönüşümü

Edibe Sözen

Prof. Dr. Edibe Sözen / edibesozen@hotmail.com

Prof. Dr. Edibe Sözen, Marmara Üniversitesi İİBF Uluslararası İlişkiler Bölümü'nü bitirmiş, Yüksek lisans ve doktorasını İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde, Post-doktorasını ABD Wisconsin Üniversitesi'nde gerçekleştirmiştir. Wisconsin Üniversitesi'ne misafir öğretim üyesi olarak davet edilen Dr. Sözen, 1994'te uygulamalı sosyoloji doçenti, 2000'de iletişim profesörü oldu. Almanya, Avusturya ve Hollanda'da çalışmalar yapmıştır. Almanya, Ludwigshafen'de Bilim Araştırma Ödülüne layık görülmüştür. Utah, Arizona, Chicago ve Köln Üniversitelerinde çalışmalar gerçekleştiren Dr. Sözen'in çok sayıda akademik çalışması bulunmaktadır. Özellikle insan hakları ve sivil toplum kavramları ile bu kavramların iletişimle ilişkisi alanlarında çalışmalar yürütmüştür. Dr. Sözen T.C. Cumhurbaşkanlığı Sosyal Politikalar Kurul Üyesidir.

Toplumsal Hareketlerin Sosyal Medya İle Dönüşümü

Edibe Sözen

T.C. Cumhurbaşkanlığı Sosyal Politikalar Kurulu Üyesi

Başta İnternet olmak üzere, mobil teknolojilerdeki hızlı değişimler, toplumsal hareketleri de her yönüyle etkilemiş ve dönüştürmüştür. Kendine has yeni bir kültürel ortama sahip olan İnternet, beraberinde yeni toplumsal ilişki biçimlerini ve hatta yeni toplumsal kimlikleri ortaya çıkarmış; birçok STK ve baskı grubu hiç olmadığı kadar aktif bir konuma gelmiştir. Sosyal medya platformları üzerinden yeni söz dağarcıkları, emojiler, işaretler, semboller, anonim tipler ortaya çıkmaya başlamıştır.

İnternetin yaydığı sınırsız iletişimle, normal şartlarda bir araya gelmeleri mümkün olmayan değişik kültürlerden ve coğrafyalardan insanlar, sanal ortamlarda bir araya gelme imkânı yakalamıştır (Haberli 2012: 129). İnsanlık, bu denli birbirine yaklaşan ‘kültürlerarası iletişim’ ortamını tarihsel süreçte belki de ilk kez bu denli yoğun bir şekilde tecrübe etmeye başlamıştır. Sosyal medya alanları, kimsenin bigâne kalamayacağı gündem/ler/i belirleyen, ülke yönetimlerine müdahale eden, siyasi ve sivil kararları etkileyen en önemli güç haline gelmiştir. Sosyal medya ile birlikte iletişim biçimlerinin yanında, ‘okuma’nın ve ‘yazma’nın da önemli ölçüde adeta yapıları değişirken, hayatın grameri de yeniden yazılmaktadır. Son yıllarda, giderek artış gösteren ve görünürleşen toplumsal hareketlerin neşet ettiği yerler, sosyal medya alanları ve mobil uygulamalardır ve örgütlenme’, ‘kamuoyu oluşturma’, ‘iç haberleşme’, ‘enformasyon’, ‘sempatizan bulma’, ‘baskı grupları oluşturma’, ‘etki sağlama’ gibi amaçların sağlanmasında yine sosyal medya alanları, yeni toplumsal hareketlerin en güçlü mecrasıdır. “Occupy Wall Street”, “İşgal Et”, “Arap Ayaklanmaları”, “İran Yeşil Devrimi”, “Londra İsyanları”, “Ukrayna’daki Turuncu Devrim”, “Gezi Olayları”, “17/25 Aralık”, “Fransa’daki Sarı Yeleklilerin Eylemleri”, “Hong Kong Gösterileri”, “İrak’ta ABD’ye karşı yapılan gösteriler”, Çin’in Wuhan şehrinde dünyaya yayılan COVID-19 virüsü ilgili gelişmelerin takibi, büyük oranda sosyal medya platformları üzerinden gerçekleşmiştir. İnsanlar, bu mecralar sayesinde artık sokağa çıkmadan da toplumsal hareketlerin katılımcısı haline gelmişler; “durdukları yerden dijital eylemlerin destekçisi” olmuşlardır.

Tembel (*slacker*) ve aktivizm (*activism*) kelimelerinden türetilmiş “slaktivizm” kavramı, çağın tipolojisini anlatmaya yarayan bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Slaktivistler, durdukları yerden yazarak, yorum yaparak, beğenerek (*like*), RT’leyerek, buluta dijital serpererek (Tarhan, 2013), çoğunlukla sosyal paylaşım kanallarından bir toplumsal harekete, eyleme, gündeme ya destek olmakta ya da muhalif kalmaktadırlar. Slaktivistler, neredeyse, bütün toplumsal hareketlerin ortaya çıktığı esnada, sosyal medyada yer almaktadırlar.

Fransa’da “Sarı Yelekliler” adı altında, bir araya gelen yüzbinlerce kişi, 17 Kasım 2018’den itibaren, akaryakıt fiyatlarında ek vergiler nedeniyle meydana gelen zamları protesto etmek amacıyla büyük toplumsal eylemler düzenlemişlerdir. Hiçbir sendika ya da siyasi partiye bağlı olmadan Sarı Yelekliler, Priscillia Ludosky adlı bir Fransız kadının akaryakıt fiyatlarına yapılan zammı protesto etmek amacıyla düzenlediği imza kampanyasını başlamasıyla, sosyal medyada etkili olmuşlardı. Change.org’da başlayan imza kampanyasına kısa sürede yaklaşık 870 bin kişi katılmıştı (Koyuncu & Gökkuş, 2020). Lideri olmayan Sarı Yelekliler başta Twitter ve Facebook olmak üzere, sosyal medya mecralarında çok sayıda hesap açarak çeşitli mesaj, görüntü ve fotoğrafları paylaşımına açmışlar; eylemlerini, sosyal medyada anlık videolarla ve fotoğraflarla paylaşarak, kendilerini uluslararası kamuoyuna taşıyarak büyük toplumsal kitlelere ulaşmışlardı. Kampanya öyle başarılı olmuştu ki yapılan anketlere göre, Fransızların yüzde 84’ü bu eylemlere destek vermişti (AA, 2020). Twitter’da, daha çok etiketleme ve Tag açma gibi teknikleri kullanan “Sarı Yelek Hareketi” daha sonra her yaştan ve siyasi görüşten kişileri kapsayan dev bir protesto hareketine dönüşmüştü.

Sosyal medyanın toplumsal olayların, toplum yararına kullanılmasına ve bir toplumun kaderini değiştirmesine belki de en güzel örnek 15 Temmuz Hain Darbe Girişimi idi. 15 Temmuz 2016’da FETÖ’nün organize ettiği hain darbe girişimi sırasında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın vatandaşları sokaklara davet ettiği sosyal medya mesajı, ‘darbeye karşı direniş’te çok önemli bir rol oynamıştı. Darbeye direniş hareketi, sosyal medyada #DarbeyeHayır ve #MilletçeMeydanlardayız etiketleriyle başlamıştı. Özellikle Twitter ve Facebook’ta başlayan hareketler, 15 Temmuz darbe girişimine adeta set çekti. Darbeciler ise darbe girişimi öncesinde ve darbe esnasında kendi aralarında gizli sosyal medya uygulamaları (*Bylock*) kullanmışlar ve bu yolla haberleşmişlerdi. Sonrasında, ‘Bylock Programı’ örgüt yapısının çözülmesinde çok önemli bir işlev gördü. Darbecilerin ilk hedefi TURKSAT, Türk Telekom ve mobil operatörlerdi. Amaç ve hedefleri, İnternet bağlantısını keserek insanların haberleşmesini önlemektir: İnterneti kesemediler ve böylece darbenin kritik eşiği atlatılmış oldu.

2013 yılında, İstanbul, Taksim Gezi parkında başlayan ve ülke geneline yayılan eylemlerin ana mecrası yine sosyal medyalar olmuştu. Gezi Parkı eylemlerinin ilk günlerinde ortaya çıkan ‘özgürlükçü-demokratik’ söylemlerin, ilerleyen günlerde değişen katılımcı profilinin de etkisiyle daha ‘radikal’ söylemlere yöneldiği görüldü. Eylemciler sosyal medya üzerinden örgütlenirken, eylemlere bizzat katılmayanlar da -slaktivistler-, eylemlerin birer parçası olmuştu. Kaynağı belli olmayan, manipülatif binlerce yalan haber ve görsel malzeme, sosyal medyada

paylaşıldı. Bu tür haberler ve paylaşımlar, olayların daha da büyümesine neden oldu.

Gezi Eylemleri esnasında, özellikle Twitter'in son derece aktif ve etkin kullanıldığı görülmüş #heryerdirenis #occupygezi #direngeziparkı #direngezi gibi etiketler altında olayların daha ilk haftasında 91 milyon twit atılmıştı (Arslan, 2020). Dünyanın bir numaralı spekülâtörü George Soros, Gezi olayları sırasında, eylemcilere hukuki ve tıbbi destek sağlandığını ifade etmişti (Star, 2015). MASAK Raporu'na göre, 2011-2017 arasında, Açık Toplum Vakfı'na, Soros'un "Open Society Institute (OSI) Assistance Foundation" adlı kuruluşun, 25 işlem ile 13 milyon 526 bin 703 Amerikan doları aktarılmış; Gezi kalkışmasının başlamasından 12 gün önce (15 Mayıs 2013) ve zirvede olduğu dönemde (20 Haziran) yapılan 500'er bin dolarlık iki işleme dikkat çekilmişti. Açık Toplum Vakfı'ndan, 15 Ağustos 2011-25 Nisan 2017 arasında Gezi olaylarını Anadolu'ya yaymakla görevlendirilen Anadolu Kültür A.Ş.'ye 74 işlemle 1 milyon 891 bin 465 TL'lik havale edildiği tespit edilmişti (Kıran, 2018).

Kendilerine Sırpça'da 'direniş' anlamına gelen 'Otpor' ismini veren Sırp Gençlik Örgütü ilk kez 1998'de Sırbistan'ta Miloseviç'in devrilmesinde aktif rol oynamıştı. Sırbistan'da rejimi değiştiren Otpor, bu yolla ünlenmişti. Daha sonrasında, örgüt hükümetleri devirmek amacıyla birçok ülkede düzenlenen eylemlere danışmanlık ve eğitim desteği vermeye başlamıştı. Mesela, Gürcistan'daki eylemleri, 'yeter' anlamına gelen "Kmara" adlı örgüt yürütmüştü. Ukrayna'da da, Sırbistan'daki Otpor ve Gürcistan'daki Kmara'dan eğitim alan gençler, "Zamanı Geldi" anlamında, "Pora" grubunu oluşturmuşlardı. Benzer şekilde Kırgızistan'da "Kel Kel" adlı gençlik örgütü oluşturulmuştu. Örgütlenmek için sosyal medyayı etkin olarak kullanan Otpor sonraki yıllarda Canvas ismini de kullanmaya başladı. İlham aldıkları kişi ise Amerikalı akademisyen ise toplumsal direniş gurusu Gene Sharp'tı (Wikipedia, 2020). Otpor'un kurucularından İvan Maroviç, DW'ye verdiği bir mülakatta Gürcistan Devrimi esnasında, devrimcilere "devrim dersi" verdiklerini söylemişti: *"Yaz aylarından itibaren kendilerine 'Kmara' adı veren ve ağırlıklı olarak üniversite öğrencilerinden oluşan muhalif grupla temas halindeydik. İnternet aracılığıyla ilk bağlantı kuruldu. Temmuz ayından başlayarak Kmara taraftarlarıyla çalışmaya başladık"* (Nembach, 2003).

Dünyanın önde gelen medya organlarında demokrasiye en büyük tehdidin sosyal medyalar olduğu tartışılmaktadır. Gerekçe ise sosyal medyanın toplumsal hareketleri tetikleyen en büyük güç haline gelmesidir. Konuyu yüksek sesle dile getiren ilk yayın organı İngiltere'de yayın yapan The Economist dergisi olmuştur. Dergi, 1 Kasım 2017'de, okurlarının karşısına "sosyal medyanın demokrasiyi tehdidi" kapağıyla çıkmıştı. Haberde, Facebook, Google ve Twitter'ın önyargı ve yalan haberlerin önüne geçmesine ve siyaseti korumasına yer verilmişti.

Sonuç olarak bakıldığında, sosyal medya alanları, yeni toplumsal örgütlenme alanlarıdır; toplumsal hareketlerin de hem en görünür hem de en görünmez yönleri bu alanlarda inşa edilmektedir. En görünür yönü insanların aktivist ya da slaktivist bir biçimde eylemlere katılması, görüşlerini, görsellerini açıkça pay-

laşmalarıdır. Görünmez tarafı ise örgütlenmelerin finansal desteklerinin başlangıçtaki bilinmezliği, yalan haberlerin çok hızlı bir şekilde sürece dahil olması, manipülasyonlara açık olunması, doğru haber-yalan haber ayırt edilemezliği ve anonim hesapların kontrol edilemezliğidir. Sosyal medya alanları ‘aşırılıklar’ alanıdır, sivil ya da siyasi absürt tartışmalar bu alanlarda genişçe yer alabilmektedir. Mesela, Avrupa’da ırkçı aşırı sağın yükselişe geçmesinin ardında, sosyal medyanın çok büyük bir rol oynadığı aşıkardır. Ana akım medyada tam anlamıyla yer al/a/mayan aşırı sağ ve İslamofobik söylemler, sosyal medya üzerinden örgütlenerek çok daha fazla insana ulaşabilmektedir.

Kaynakça

- Anadolu Ajansı – AA. (2020). *Fransızların çoğu ‘sarı yeleklileri’ destekliyor*: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/fransizlarin-cogu-sari-yeleklileri-destekliyor/1324433> [29.01.2020].
- Arslan, D. (2013). Gezi Parkı Direnişinin İlk Haftasında 91 Milyon Tweet Gönderildi [Rapor]. *Sosyal medya.co*: <https://sosyalmedya.co/gezi-parki-twitter-analizi-somento/> [01.02.2020].
- Haberli, M. (2012). Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 118-134.
- Koyuncu, H., & Gökkuş, B. (2020). Video | Paris’i savaş alanına çeviren ‘Sarı Yelekliler’ kim ve ne istiyorlar?. *Euronews*: <https://tr.euronews.com/2019/12/08/video-fransa-sari-yelekliler-kimdir-ne-istiyorlar-benzin-zam-protesto-grevler-macron> [28.01.2020].
- Nembach, E. (2003). Sırplar’dan Gürcüler’e “devrim dersi”. *Deutsche Welle (DW)*: <https://www.dw.com/tr/s%C4%B1rplardan-g%C3%BCrc%C3%BClere-devrim-dersi/a-2527387> [01.02.2020].
- Tarhan, U. (2013). Slaktivizm, Klikativizm Nedir?. *Martı Dergisi*: <https://www.ufuktarhan.com/makale/slactivism-slaktivizm-clickativizm-klikativizm-nedir> [31.01.2020].
- Star. (2015). *George Soros’tan ‘Gezi’ itirafı*: <https://www.star.com.tr/guncel/george-sorostan-gezi-itirafi-haber-1068455/> [01.02.2020].
- Kıran, K. (2018). İşte Gezi’de Osman Kavala-George Soros bağlantısını kanıtlayan para transferleri. *Sabah*: <https://www.sabah.com.tr/gundem/2018/11/26/iste-gezide-kavala-soros-baglantisini-kanitlayan-para-transferleri> [02.02.2020].
- Wikipedia. (2020). *Otpor*: <https://en.wikipedia.org/wiki/Otpor> [31.01.2020].

İnternet Dönüştürüyor. Ama Neye?

Ali Saydam

Ali Saydam / ali.saydam@bersay.com.tr

Ali Saydam, 1965 yılında İstanbul Erkek Lisesi'nden mezun olduktan sonra, 1974 yılına kadar Bern Üniversitesi'nde kimya eğitimi almıştır. Goethe Enstitüsü'nde Almanca öğretmenliği kurslarına devam etmiş ve 1978 yılında "Yabancı dil olarak Almanca öğretmenliği" sertifikasını almıştır. 1978-1981 yıllarında Milliyet gazetesinde muhabir olarak çalışan Saydam, 1982-1986 yılları arasında Karacan Yayınları'nda, 1986-1988 yılları arasında Sabah Dergi Grubu'nda Genel Müdürü olarak görev yapmıştır. 1988 yılında Güneş Yayınları'nın kurucu ortağı ve genel müdürü olmuştur. 1990 yılında, bugün Onursal Başkanlığını yürüttüğü Bersay İletişim Danışmanlığı'nı kurdu. Hâlen bu kuruluşun bazı müşterilerine stratejik iletişim danışmanlığı hizmeti vermektedir. 1993-1997 yılları arasında TRT'de iki televizyon programının danışmanlığını ve TRT-2'de yayınlanan "Ne Var Ne Yok" adlı programın sunuculuğunu yaptı. Aynı dönemde TRT-2'de yayınlanan "Cumhuriyete Kanat Gerenler" belgeseli ile "Ondan Sonra" adlı magazin programının sorumluluğunu üstlenmiştir. 1998'de faaliyetlerine başlayan, halkla ilişkilerde medya araştırma, değerlendirme ve ölçümleme hizmeti veren PRNET'in kurucularındandır. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde lisans ve yüksek lisans sınıflarına 10 yıl süresince ders veren Saydam hâlen Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde ders vermektedir. 40 yılı aşkın süredir Türkiye iletişim dünyasının başına kendi deyimiyle sürekli "icat çıkaran" Ali Saydam'a İstanbul Üniversitesi tarafından "İletişime Adanmış 40 Yıl Beratı" kendisine takdim edilmiştir. 2002 yılından bu yana yazıları çeşitli dergi ve gazetelerde düzenli olarak yayınlanan Saydam'ın 2005 yılında "Algılama Yönetimi", 2010 yılında "Eş ve Müşteri Nasıl Kaybedilir?", 2011 yılında "Vazgeçmek Özgürlüktür", 2012 yılında "İktidar Yalnızlıktır" adlı kitapları yayınlanmıştır. "Algılama Yönetimi" İngilizce ve Almanca'ya, "Eş ve Müşteri Nasıl Kaybedilir?" ise İngilizce'ye çevrilmiştir.

İnternet Dönüştürüyor. Ama Neye?

Ali Saydam

İletişim Uzmanı, Gazeteci-Yazar

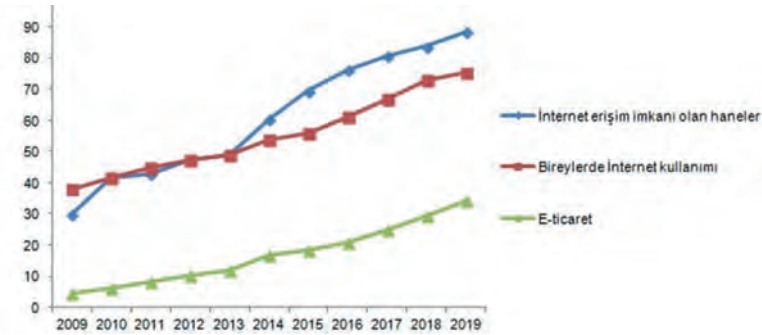
8 Şubat 2020 tarihinde, TÜBA tarafından Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve TÜBİTAK Bilişim ve Bilgi Güvenliği İleri Teknolojiler Araştırma Merkezi (BİLGEM) iş birliği ile Boğaziçi Üniversitesi'nde (BÜ) düzenlenen “Bilişim Teknolojisi ve İletişim: İnternet ve Toplumsal Etkileri Çalıştayı” üzerinden neredeyse beş ay geçmiş.

Bu süre zarfında dünyada sanki her şey değişmiş gibi. O nedenle mürekkebi daha kurumamış çalıştay sunumlarının, bugün tekrar gözden geçirilmesi mu-kadder. Dijital dönüşüm yıllardır konuşulup dururdu. Ürün ve hizmet üretimi süreçlerine uygulanması için müthiş çaba harcanırdı. Ancak, COVID-19 salgını nedeniyle bu dönüşüm öyle bir hızla gerçekleşti ki insanlar nasıl uyum sağlayacaklarını düşünmeye fırsat bile bulamadan gerekli adaptasyonu sağlayabildiler.

Meşhur bir anekdot olarak anlatılır, ne kadar doğru olduğunu bilmiyorum, affınıza ve hoşgörünüze sığınarak aktaralım: Adolf Hitler'in yükseliş dönemi sayılan 1930'larda, Obersalzberg'deki Berghof denilen dağ evinde yabancı gazetecileri ağırladığı sırada bir İngiliz gazeteci kendisine sorar: “*Sayın Führer, insanları size itaat etmeye nasıl ikna ettiğinizi aşağı yukarı biliyoruz. Ancak gönüllü olarak sizin yanınızda saftutmalarını nasıl sağlıyorsunuz onu anlamakta zorluk çekiyoruz.*” Hitler hiç istifini bozmadan soruya başka bir soruyla cevap verir: “*Sizce köpekler gönüllü olarak hardal yer mi?*” Gazeteciler “*Hayır*” anlamında başlarını sallarlar, İngiliz gazeteci cevap verir: “*Asla!*” Hitler, emir subayına dönerek adı Blondi olan dişi Alman çoban köpeğini çağırmasını rica eder: “*Bana bir kavanoz da hardal getirin!*” der. Kavanozu açarlar, Hitler, elini kavanoza daldırıp bir avuç hardal alıp karşısında dimdik duran çok iyi eğitilmiş Blondi'nin poposuna sürer. Blondi bir hışım yerinden fırlar ve büyük bir hızla hardal yalayıp yutmaya başlar. Gazetecilerin şaşkın bakışları altında döner ve “*Gördünüz mü; nasıl da gönüllü bir şekilde yiyor*” der. Mecburiyet ve acil ihtiyaçların, hayattaki değişimlere uyum sağlama üzerine etkilerinin ne derece hızlı olabileceğine dair bir örnektir bu.

İnternetin ve onun sağladığı ortamdan yararlanan dijital iletişim araçlarının ile sosyal medya unsurlarının psikolojik ve sosyal hayatımızdaki olumsuz etkileri sık sık vurgulansa da aniden onlarsız yaşanamayacak bir dünyanın eşliğinde buluverdik kendimizi. Amaç hâline geldiği için tüketiminin sonucu olarak ortaya çıktığı gerekçesiyle tepki uyandırarak reddedilen dijital dönüşüm ve alışkanlıklar, bir anda kimsenin eleştirmediği, tersine sahip çıktığı, hatta en iyi şekilde kullanmaya çalıştığı araçlar arasına girmeye başladı. Henüz bir araştırma yok ama aşağıdaki tablodaki eğrilerin katlanarak hızla yukarı doğru hareket ettiğine tanık olacağız.

Şekil 1. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanımı



Kaynak: (TÜİK, 2019)

Araştırmalara göre; internet, stresi gidermek yerine daha fazla strese yol açıyor. 20 dakikalık Facebook kullanımının ardından kişilerin ruhsal durumunun kötüleştiği ileri sürülüyor. Yedi ve daha fazla sayıda sosyal medya platformu kullananların, 0-2 sayıda platform kullananlara kıyasla üç kat daha fazla genel endişe semptomları taşıdıkları iddia ediliyor. Sosyal medya etkileşimlerinin moral bozukluğu, değersizlik hissi, umutsuzluk ve depresyona yol açabildiği ortaya konuluyor. Aşırı sosyal medya kullanımının ilişki sorunları, eğitimde başarısızlık, internet dışı topluluklara katılmamaya yol açma gibi sonuçları dile getiriliyor. İnsanların, sosyal medyanın neden olduğu imrenme duygusunun başta öfke olmak üzere başka olumsuz duyguları tetiklediği ifade ettikleri savunuluyor. Sosyal medyada fazla zaman geçirenlerin sosyal izolasyon yaşama ihtimalinin iki kat fazla olduğu gösteriliyor. ABD’de 2009-2015 yılları arasındaki intihar raporları ile lise öğrencilerinin tutum ve davranışlarının üzerine yapılan araştırmalarda; günde beş saatten fazla internet kullanan gençlerin, bir saat kullananlara oranla yüzde 70 daha fazla intihar düşüncesine kapıldığı ortaya konulmuş. Üsküdar Üniversitesi’nin İletişim Fakültesi “Son Beş Yılda Türkiye’de Boşanmalara Etki Eden Bir Faktör Olarak Yeni Medya Teknolojileri ve Sosyal Medya” araştırmasına göre; yeni medya teknolojileri ve sosyal medya, boşanma nedenleri arasında üst sıralarda yer alıyor. Aynı şekilde Cass Sunstein, aynı düşünceden insanların sosyal medyada oluşturdukları arkadaş grupları aracılığıyla, yalnızca kendi seslerini/fikirlerini dinlemesiyle ortaya çıkan sanal mecralara ‘Yankı Odaları’ adını veriyor. Sunstein’in iddiasına göre; insanların farklı görüşlerle karşılaşmasına

olanak sağlayarak ‘demokratikleşme’ için çok etkili bir kaynak olacağı düşünülen sosyal medyada kısıtlı çevrelerin takip edilmesiyle toplumda ‘kutuplaştırıcı’, hatta toplulukları ‘görünmez’ kılan etkiler ortaya çıkmış. Buna göre; insanların zihinsel gelişiminin dijital ortamlardaki gruplarda daha da geriye gittiği tespiti de yapılabilir.

Sosyal medyaya yönelik eleştiriler kişisel boyut ile sınırlı değil. Manipülasyon alanındaki kullanım da eleştirilerde başı çeken unsurlar arasında. SLC Grup’un bir şirketi olan İngiltere merkezli siyasi danışmanlık firması Cambridge Analytica, seçim kampanyalarında stratejik iletişimi belirlemek ve uygulamak üzere kişisel veri toplama ve analizi konularında uzmanlaşmış durumda. Amerika’da, sadece 2014 yılında 44 yerel seçimde çalışmışlar. The Great Hack adlı belgesel yapımda, medyadan da aşına olduğumuz Cambridge Analytica ile Facebook arasındaki skandal anlatılıyor. Şirket, Facebook’un kendilerine sattığı 87 milyon kullanıcıya ait kişisel veriyi, 2016 yılında Trump’ın kampanyası için kullanmıştı. Verinin toplanmasında da satılmasında da usulsüzlük yapıldığı ortaya konuldu. Sonuçta, 24 Temmuz 2019 günü, ABD Federal Ticaret Komisyonu, Facebook’un bu nedenle 5 milyar dolar ceza ödeyeceğini duyurdu. Açılan davaya iki şirket çalışanının itirafçı olarak katılıp ellerindeki belgeleri paylaşmalarıyla iş çığ gibi büyüdü. Araştırma çok yönlü devam ederken Trump kampanyası ve Brexit kampanyası gibi iki dev organizasyonun şirketin elde ettiği verilerle manipüle edildiği ortaya çıktı. Cambridge Analytica’nın bağlı olduğu SCL, işe SCL Defence adıyla ordunun taşeronu olarak işe başlamış; İngiliz ordusu, donanması, ABD ordusu, özel harekât timleri ile NATO, CIA, ABD Dış İşleri Bakanlığı ve Pentagon’a hizmet vermişler. Ana hedefleri, “araştırma vasıtasıyla düşman kitlelerinde davranış değişikliği”ne neden olmakmış. Cambridge Analytica, Amerika ve İngiltere seçimlerinden önce Litvanya, Kenya, Gana, Malezya, Romanya gibi ülkeler üzerinde de pek çok somut çalışma ortaya koymuş. Bazen ‘kararsız’ seçmenin çalıştıkları adayı desteklemesi için, bazen de karşı tarafın seçmenin sandığa hiç gitmemesini sağlayacak siyasi hareketleri doğurmak için faaliyet göstermişler ve başarılı olmuşlar. Yaratıcı videolar, görseller, yazılar ve reklamlarla desteklenmiş milyonlarca çalışma, sosyal medyada dolaşıma girdikten sonra dağılımını kontrol etmek neredeyse imkânsız hâle geliyor.

Obama’nın seçim kampanyasında dijital iletişim çok başarılı biçimde kullanılıncı Cambridge Analytica, Amerika’daki Cumhuriyetçi siyasetçilere yanaşmış. Birlikte çalışmaya başladıkları Ted Cruz, ön seçimlerde en düşük puanlı adayken Trump aday olarak açıklanmadan önce tek kişi olarak öne çıkmış. Cruz’un ekibi, kampanya başarısının “psikolojik veri ve analizine” dayandığını açıklamış. O dönem Fortune dergisinde “*Ted Cruz’un Gizli Silahı: Facebook Beğenileriniz*” başlıklı bir yazı da yayımlanmış. Verinin (data) bir silah gibi kullanıldığı bunca egzersizden sonra şirket, seçim çalışmalarında zirveye Brexit ve Trump’ın kampanyalarıyla ulaşmış gibi görünüyor. Temel sorun, bunu nasıl başardıkları: Öncelikle işe, bireysel tercih analizlerinden yola çıkılarak ‘kararsız’ seçmenlerin tespit edilmesiyle başlanıyor. Neredeyse ilçelere kadar bu seçmenlerin dağılımı tespit ediliyor. Sonra, Facebook’tan elde edilen veriyle seçmene kişiselleş-

tirilmiş, özel mail, video, blog yazısı, reklam ve daha pek çok çalışmayla mesaj bombardımanı uygulanıyor.

Cambridge Analytica'nın her Amerikan vatandaşı için beş bin ayrı noktadan veri topladığı iddia ediliyor. Her bir vatandaş için beş bin nokta, yaklaşık 10 yıl içinde her bir birey için 70 bin nokta hedefini ortaya çıkarmış. Bu veriyi, yeni indirdiğimiz, üyesi olduğumuz uygulama ve sayfalardan elde ediyorlar. Çünkü “Yaşlanınca nasıl görüneceksin?” ya da “Ruh ikizinle ne zaman tanışacaksın?” gibi eğlenceli içeriklerin masumiyetinden kimse şüphe etmiyor. O nedenle Türkiye’de de Instagram’da ya da Google’da sadece bize özel reklamların karşımıza çıkmasına pek de şaşırıyoruz. Çünkü kimse önlem almıyor. Cookie’leri (çerez) engelleyen uygulamaların kullanım koşullarını kimsenin okuduğu yok. Bitmoji adlı bir klavye uygulaması bugünlerde çok popüler. Ancak, kullanım sözleşmesini okuyanlar biliyor ki bu uygulamayla birlikte şifre ve banka hesap numarası girişleri dâhil, klavyenizde yaptığınız her türlü hareketin izlenmesine izin veriyorsunuz. İzin vermemek de mümkün tabii ama o zaman da uygulamayı kullanamıyorsunuz.

270 bin Facebook kullanıcısının üye olduğu “Your Digital Life” uygulaması da data toplama konusunda Cambridge Analytica’ya çok yardımcı olmuş. Çünkü uygulamaya üye olurken sadece kendinizle ilgili değil, arkadaşlarımızla ilgili veriyi de paylaşmayı kabul ediyordunuz. İzinli ya da izinsiz paylaştığımız tüm veri bir araya gelince kim olduğumuzla ilişkili davranış profilimiz hayli net biçimde ortaya çıkıyor ve manipülasyona ‘çok açık’ hâlde orada öylece duruyoruz. Tüm etkileşimler, kredi kartı kullanımları, web aramaları, paylaşılan konular, beğeniler ve daha nicelerinin toplanmasıyla oluşan ‘büyük veri’yle ham maddeyi işte böylece karşı tarafa sunmuş oluyoruz.

Cambridge Analytica’ya ilişkin hayli uzun süren yargılama sonunda İngiliz mahkemesi “İngiltere seçim sisteminin yetersiz olduğu”nu kabul etmekle yetinmiş. Şirket’in CEO’su Alexandre Nix görevden alınmış. Analytica batmış, kapanmış... Hepsi bu kadar! Ortalıkta Cambridge Analytica benzeri kaç şirket daha dolanıyor bilmiyoruz.

Boğaziçi Üniversitesi’ndeki “Bilişim Teknolojisi ve İletişim: İnternet ve Toplumsal Etkileri Çalıştayı”ndaki konuşmamızı şu sözlerle bitirmiştik: “İnternet ve sosyal medya, sağladığı geçici haz ve fayda ile bizi ikna edip değiştiriyor.” Şöyle de devam etmişiz: “Ne Yapmalı? Reddiye yerine denge. Tercih yerine uyum. Sınırsız sorumsuzluk yerine bireysel hak ve özgürlüklerin korunması...”

Uyum konusunda psikiyatrist Dr. Ümit Yazman’ın İstanbul Erkek Liseli Yönetici ve İş İnsanları Platformu’nda yaptığı bir konuşma, konuya son derece derinleştirici ve zenginleştirici yaklaşımlar getirmişti. İnsanların diğer canlılardan farklı olarak müthiş bir ‘uyum’ kapasitesi olduğunu söyleyen Yazman, insan vücudunun bu kapasitesinin bir göstergesinin de ‘fiziki bağımsızlık’ sağlayabilme özelliği olduğunu ifade etmişti. Yüzyıllar boyunca bunca virüs ve bakteriye karşı insan varlığının sürmesinin nedenlerinden biri, bu fiziki bağımsızlık; yani virüs-

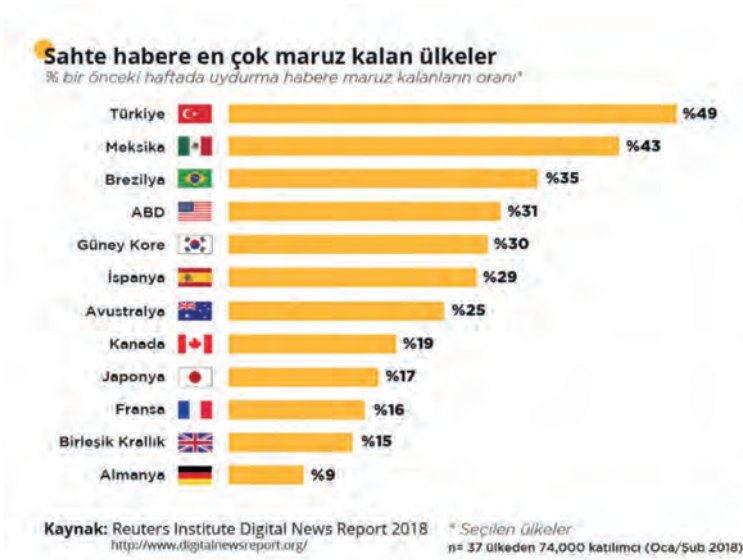
lere rağmen hastalanmamamızı, hatta hayatta kalmamızı sağlayan şey... İnsan yapısı, virüs ve bakterileri ortadan kaldırmaktan çok onlara karşı bağışıklık kazanmaya daha elverişli. Aynı şekilde, bir mikrop gibi değerlendirebileceğimiz ‘kaygı’ durumuna karşı da ruhun bir bağışıklık sistemi olduğunu söyledi Yazgan. ‘Ruhi bağışıklık’ da devreye alınabilirse insan varoluşunu ‘doğru’ sürdürebiliyor-muş. Biz bu ikiliye, üçüncü unsuru eklemek isteriz. İnsanın mutluluğunun temeli olan fiziki ve ruhsal bağışıklık yanında olayın bir de ‘sosyal bağışıklık’ boyutu var. Örneğin Türkiye’de artık darbelerle iktidara gelinmesi mümkün değil; Türkiye, darbelerle karşı nihayet sosyal bağışıklık geliştirmiştir. Bahsi geçen üç alanın, yani fiziki, ruhsal ve sosyal bağışıklık yapılanmasının sağlıklı yürütmesi, bunlarla ilgili süreçlerin sağlıklı bir şekilde yönetilmesiyle mümkün olabilir.

‘Yönetim’ günümüzde sağlam bir liderliği çağrıştırmaktadır. Bir zamanlar ‘gularına(!)’ milyonlarca dolar, konferans ve yayıncılık sektörüne de yüzlerce milyon dolar kazandıran ‘kolektif liderlik’, ‘kolektif başarı’, ‘kolektif sorumluluk’ gibi kavramlar ve “*Arkanı dön, gözlerini kapa, kendini bırak benim kollarıma*”, “*Kimin katladığı paraşütle atlarsın?*”, “*Ayaklarımızı birbirine bağlayıp uyum içinde ortak sorumlulukla karşıdaki hedefe kadar yere düşmeden gidelim*” vb. kolektif bilinç üzerine güven eğitimleri, zamanla atrofiye uğramıştır. Günümüzde, tüm süreçlerde liderliğin altının çizildiği yaklaşımların egemenliklerini ilan ettikleri düşünce yapısı hâkimdir. Fiziki, ruhi ve sosyal bağışıklık kavramlarını bünyesinde barındıran ‘olgunluk’, liderliğin şartlarından biridir. Hele de içinde bulunduğumuz koronavirüs pandemi sürecinde olduğu gibi iri ya da ufak krizlerin yönetilmesinde ‘liderlik’ hayati bir gereklilik hâline gelmiştir. Hayatımıza birdenbire ve neredeyse zorunluluk olarak giren dijital dönüşümün, güçlü bir liderlik yaklaşımıyla ele alınarak planlanması ve insan hayatını kahredecek değil, zenginleştirecek şekilde yönetilmesi ihtiyacı doğmuştur. Mevcut durumun yukarıda örnekleriyle belirttiği gibi hiç de iç açıcı olmadığı unutulmamalıdır.

Britanya’daki Oxford Üniversitesi Reuters Enstitüsü’nün teyit organizasyonu First Draft News, koronavirüse ilişkin bilgilerin yaklaşık üçte ikisinin yanlış yöne çekildiğini açıklamış. Bu bilgilerin yüzde 59’unun ‘yeniden şekillendirildiği’ ortaya çıkmış. İncelenen yanlış iddiaların yüzde 38’inin tamamen ‘uydurma’ bilgilerden oluştuğu da saptanmış. Raporu hazırlayan araştırmacılardan Scott Brennen, bu tip mezenformasyonların yeni ortaya çıkmadığını söylemiş: “*Geçmiş yıllarda farklı şekillerde mezenformasyona ilişkin çok sayıda araştırma yapıldı. İçeriğin büyük bir kısmının yeniden şekillendirildiği gerçeği de diğer birçok araştırmayla uyumlu.*”

Reuters Enstitüsü’ne bağlı Gazetecilik İncelemeleri biriminin yayınladığı bir başka rapor da hayli ciddi sonuçlar ortaya koymuştur. Dijital Haber Raporu 2018’e göre; dünyada sahte habere en çok maruz kalan ülkenin Türkiye olduğu tespit edilmiş. Türkiye, ankete katılmadan önceki hafta içinde en az bir kez uydurma haberle karşılaştığını belirten ülkeler arasında birinci sırada yer almış.

Şekil 2. Sahte Habere En Çok Maruz Kalan Ülkeler



Sahte habere maruz kalma konusunda ülkemiz bu kadar kötü durumdayken gelin görün ki sosyal medyadaki haberlere dünyada **güven** duyanların oranı %23, Türkiye’de ise bu oran %33. Öte yandan Türkiye’de internette karşılaştığı bilginin doğru olup olmadığı konusunda endişe duyanların oranı %60. Araştırmaya göre, Türkiye’de her 10 kişiden neredeyse 7’si devletin, internetteki yanlış bilgiye karşı harekete geçmesi gerektiğini düşünüyor.

Sosyal bağışıklık konusuna dönecek olursak, tam da bu noktada toplumda geliştirilmesi gereken kabiliyetlere göz atmakta yarar var:

- Türkiye’nin kendi arama motorunu, kendi platformlar arası çalışma özelliğine sahip mesajlaşma ve arama uygulamasını, dijital kaynak eserler yapılanmasını (ansiklopedi vb.) geliştirmede süreci dijital güvenlik duvarlarını ve ısı kalkanlarını oluşturamayacağını da bilmekte yarar var.
- Her ne kadar küresel salgın sürecinde “Evde Kal” kampanyasıyla ekran başında geçen süre olağanüstü bir hızla arttıysa da bunun beden, ruh ve sosyal sağlık üzerindeki etkileriyle ilgili toplumun mutlaka bilgilendirilmesi gerekiyor.
- İnternet ve teknolojinin sadece bir iletişim aracı olarak değil, yazılım gücü de geliştirilerek üretimin her alanında verimliliği artırıcı ve insanların bireysel özgürlüklerine zaman bağlamında alan tanıyıcı gelişim doğrultusunda kullanılmasını yönetmeliyiz.

Kişisel Verinin Gücü ve Güçlendirdikleri

Hüseyin Şeker

Prof. Dr. Hüseyin Şeker / huseyin.seker@staffs.ac.uk

Prof. Dr. Hüseyin Şeker, British Council'dan kazandığı British Council Chevening bursuyla 1998 yılında İngiltere'de Leicester Üniversitesi Tıp Fakültesi ve Leicester Kraliyet Hastanesi Tıbbi (Biyo) Fizik Anabilim Dalında Araştırma Görevlisi olarak yapay zekâ ve veri bilimi alanındaki çalışmalarına başlamıştır. Daha sonra yine İngiltere'de Coventry Üniversitesi'nde Biyomedikal Computing alanında doktora eğitimini tamamlamıştır. İngiltere'deki çeşitli üniversitelerde hem öğretim üyesi hem de yönetici olarak çalışmıştır. Şu an, Staffordshire Üniversitesi Bilgisayar ve Dijital Teknolojiler Fakültesi'nde Bilgisayar Bilimleri alanında Profesör ve aynı zamanda Araştırma ve Endüstriden Sorumlu Dekan Yardımcısı olarak görev yapmaktadır. Veri bilimi ve analizi, yapay zekâ ve makina öğrenmesi üzerine çok sayıda yayını bulunmaktadır. Dr. Şeker, veri bilimi, yapay zekâ ve makina öğrenmesi alanında hem akademik ve hem de endüstri projelerine halen devam etmekte olup bu alanda İngiltere'de endüstrinin düzenlediği endüstri mükemmeliyet ödüllерinin değerlendirilmesinde jüri üyesi olarak görev almaktadır.

Kişisel Verinin Gücü ve Güçlendirdikleri

Hüseyin Şeker

Staffordshire University

Giriş

Veri, insanoğlunun var olduğu ilk günlerden itibaren resim, ses, yazı ve video gibi çeşitli formlarda topladığı, kaydettiği ve üzerinde tartışarak sonuçlar çıkarmaya çalıştığı öge olmuştur. İlk çağlarda mağara duvarlarına çizilen resimlerle başlayan bu yolculuk, yazının ve matbaanın bulunmasıyla daha ileri bir boyuta ulaşmıştır. Bilgisayar ve dijital alandaki teknolojilerin gelişmesi ve hemen hemen her alanda kullanılır hale gelmesi, özellikle de internet ve cep telefonu gibi mobil dijital cihazlar alanındaki hızlı gelişmelerle veri üretimi daha artmış, çeşitlenmiş ve kaydedilerek uzun süre saklanması da daha kolay hale gelmiştir. Böylece insanoğlu kendisine katlanarak büyüyen bir dijital dünya oluşturmuş, hatta bunun bağımlısı olmuştur. Bu gelişmeler ile akıllı evler ve şehirler kurma yolunda hızla yol almaktadır.

Son yıllarda dijital dünyada geçirdiğimiz süre hızla artmakta olup COVID-19 salgını ile bunun daha da katlandığını rahatlıkla görebilmekteyiz. Bu sebeple bireyler ve etrafındaki diğer kişi ve nesneler, kendi dijital dünyalarında veri üreten birer fabrika haline dönüşmüştür. Bu veriler, sağlıktan market alışverişine ve eğlenceden politikaya kadar her alanda çok çeşitli amaçlarla kullanılır hale gelmiştir. Özellikle veri analizi ve yapay zekâ algoritmalarının geliştirilerek bu verilerin anlaşılabilirliğinde kullanılması ile toplumlar, şirketler ve devlet kurumları toplanan verilerin önemini ve gücünün farkına varmışlardır. Bu alanda en göz önünde olan örnek, sağlık alanı olarak verilebilir; toplanan genetik veriler, kompleks hastalıkların tedavisinin bulunmasında çok önemli bir rol oynasa da kişiye özel sağlık verilerinin güvenli bir şekilde korunamaması halinde mahrem bilgilerin başka kişi, kurum, şirket ve devletlerin eline geçmesi ile yanlış amaçlarla kullanılmasına da neden olabilmektedir. Kişisel kimliğe ait verinin başkalarının eline geçmesi de dijital dünyada o kişiyi çok zor duruma düşürdüğüne dair haberler de zaman zaman karşımıza çıkan örnekler arasındadır.

Kişisel verilerin bazılarını zaman zaman bireyler bilerek kendi isteği ile veya farkında olmadan paylaşırsa da verinin gücünü fark eden kurumlar, kişiye özel her

türlü veriyi ele geçirmek için özel çaba sarf etmektedirler. Bu nedenle kişiye özel verilerin toplanması, kaydedilmesi ve analiz edilerek sonuçlarının kullanılması tartışmaların odak noktası olmaya başlamıştır. Bu gelişmelere paralel olarak politika geliştiren ulusal ve uluslararası kurumlar da veri üretimi, depolanması, paylaşımı ve analizi ile ilgili teknolojik ve hukuki denetim mekanizmaları geliştirerek bu tür verilerin gelişi güzel kullanılmasının önüne geçmeye çalışmaktadırlar. Verinin üretilmesi, ürettirilmesi, toplanması, kayıt altına alınması ve yapay zekâ algoritmaları ile analiz edilerek kullanılmasındaki bu yolculuk, teknolojilerdeki hızlı gelişmeler nedeniyle çok uzun soluklu olacağı için bu tür çalışmaların teknolojik ve hukuki düzenlemelerin ve önlemlerin dinamik olmasını gerektirmektedir. Veri üreten, kullanan ve kullandıran bireyler olarak veriyi nasıl ürettiğimizi, kimlerle paylaştığımızı ve bu vesileyle kimleri güçlendirdiğimizi bilerek sorumlu olarak hareket edilmesi için mesajlar verilmelidir. Ulusal ve uluslararası kurumlar da bu sorumlukla gerekli önlemleri alarak gelecek nesillere daha güvenli bir dijital dünya hazırlamalıdır. Bu makalede yukarıda bahsi geçen konulara örneklemeler ile konuyu çeşitlendirerek bireysel ve kurumsal seviyede daha güvenli bir dijital dünya için yapılabilecekler irdelenecektir.

Kişisel Verinin Dünyü, Bugünü ve Kaynakları

Veri, insanlığın kendisi ve çevresinde olup bitenlerle ilgili topladığı ve kayıt altına aldığı yazı, resim, video, ses gibi çeşitli formları olan öge olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk çağlarda mağara duvarlarına çizilen resimlerle başlayan bu yolculuk yazının bulunması ile daha anlamlı bir boyut kazanmıştır. Bu kayıtlara insanlık tarihinin her safhasında rastlamak mümkündür. M.Ö. 400-M.S. 48 yılları arasında İskenderiye Kütüphanesi'nin antik dünyada bilinen en zengin veri koleksiyonuna sahiplik ettiği tahmin edilmektedir. Yaklaşık 2000 sene önce Muğla ili Yatağan ilçesindeki Stratonikeia Antik Kenti'nde, meclis duvarındaki yazıtlarda 200'den fazla ürünün, hatta hizmetlerin isimleri ile fiyatlarının yazılı olduğu kayıtlara ulaşılmıştır. Böylece kentte en önemli gelir kaynaklarının zeytin ve bağcılık ile bunlara bağlı ürünlerden elde edildiği anlaşılmaktadır (Yatağan Kaymakamlığı, 2020; AA, 2013). Osmanlı döneminde tutulan ve günümüze kadar gelen tahrir ve mühimme defterleri (Sarınay, 2010), kadı sicilleri (mahkeme defterleri) (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi, 2020), vakfiyeler (Şeker, 2007) gibi kaynaklardaki veriler neticesinde ekonomik ve toplumsal yaşama dair önemli verilere ulaşılabilmektedir. Örneğin, kadı sicillerinde mahkemeye intikal etmiş hukuki ihtilafların kayıtları ile günümüzdeki noter kayıtlarına benzeyen işlemler, vakıf senetleri, satım, bağış, ödünç işlemleri; belediyeceyle ilgili belgeler ve düzenlemeler, pazarlarda satılan ürünlerin fiyatları; esnaf, zanaatkar ve ticaret erbabına yönelik belgeler; miras taksimleri, vasiyetler, evlenme ve boşanmalar gibi medeni hukuka dair kayıtlar; vakıflara ve/veya kamuya ait binaların imar ve tamirine ilişkin merkezden gelen hüküm ve fermanların suretleri de yer almaktadır (TDV İslâm Araştırmaları Merkezi, 2020).

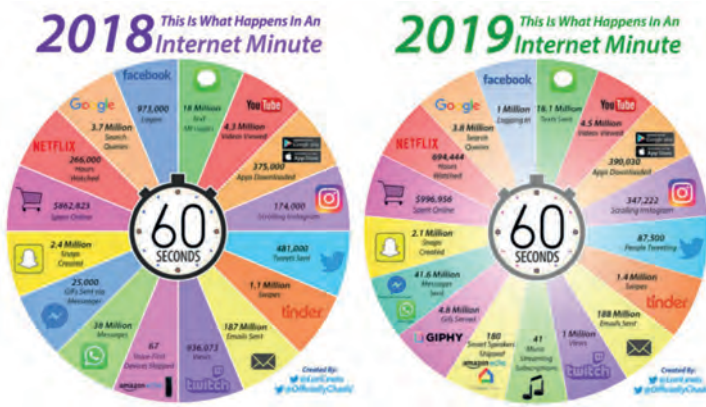
1800'li yıllarda İngiltere'de ve Amerika'da yapılan nüfus sayımları, veri toplama tarihinde modern dönemin başlangıcını teşkil eden adımlardan olmuştur.

Bu arada nüfus sayımlarından elde edilen verilerin analizini kolaylaştırmak ve hızlandırmak için IBM'in kurucusu Herman Hollerith'in geliştirdiği ve modern bilgisayarın temelini teşkil eden delikli kartlar kullanılmış ve bu sayede veri işlenmesini otomatik hale getirilmiştir (Mahon, 2009; Columbia University Computing History, 2020).

İkinci Dünya Savaşı yıllarında tarih sahnesine çıkan İngiliz matematikçi, bilgisayar bilimcisi ve kriptolog Alan Turing, savaş sırasında Alman şifrelerinin kırılmasında çok önemli bir rol oynadığı için savaş kahramanı sayılmıştır. Ayrıca Manchester Üniversitesi'nde çalıştığı yıllarda, Turing makinesi denilen algoritma tanımı ile modern veri bilimi ve bilgisayarların kavramsal temelini atan bilim insanlarından birisi olmuştur. Şu an ismi Londra'da adına kurulan Alan Turing Enstitüsü (The Alan Turing Institute, 2020) ile yaşatılmaktadır.

1966'da Amerikan hükümeti, dünyada 742 milyon vergi mükellefine ait verilerle beraber 175 milyon parmak izini manyetik teyplere kaydetmek için ilk veri merkezi önerisi getirmiştir (Allen & Scott, 1966). 1990'lı yılların başı internetin kurulduğu yıllar olarak karşımıza çıkıyor ve 1997'ye geldiğimizde internette dolaşan veri artışının senelik 10 kat olduğu tahmin edilmektedir (Lesk, 1997). 1990'ların sonu 2000'li yılların başı, Google'ın doğuşu ve yükselişi ile ve internetteki veri miktarının hızlı bir şekilde artmasına ve çeşitlenmesine şahitlik etmiştir. Bu yıllar, aynı zamanda akıllı cep telefonlarının da piyasaya çıkarak aktif bir şekilde kullanılması ile internet trafiğinin arttığı yıllar olmuştur. Bilgisayar ve dijital alandaki teknolojilerin gelişmesi ve hemen hemen her alanda kullanılır hale gelmesi, özellikle de internet ve cep telefonu gibi mobil dijital cihazlar alanındaki hızlı gelişmelerle yeni platformlar kurulmuştur. Bu yıllar, aynı zamanda Amazon ve Ebay gibi dev şirketlerin internet mağazacılığında yaptıkları yatırımlarla internet trafiğini çok büyük oranda arttırmıştır. Bu da kişisel veri elde etmede ve toplamada başka bir boyut açmıştır. 2000'li yıllar aynı zamanda bireylerin haberleşme ve bilgi paylaşımı ile ilgili davranışlarında çok büyük değişikliğe sebep olan ve sosyal medya diye tabir ettiğimiz Facebook, Youtube ve Twitter gibi dev platformların doğuşunu ve hızlı bir şekilde yükselişini görmekle kalmamış aynı zamanda verinin değeri ve gücünün de ne boyutlara gelebileceğine dair ilk işaretleri vermiştir. İşte bu yıllar verinin 21. Yüzyılın en değerli kaynağı olduğu ve petrol ve gazın yerini almaya başladığını konuşmaya başlamıştır (The Economist, 2017). 2020'li yıllara doğru ilerlediğimizde bireyler, zamanlarının çoğunu dijital dünyada geçirmeye başlamış ve internet tabanlı yeni platformlar da hızla dijital hayatımıza girmeye başlamıştır. Bu artışa ve çeşitliliğe örnek Şekil 1'de görülebilir. Örneğin, Netflix ve Instagram'ın dakikalık kullanımı bir sene içinde 2 kattan fazla artmıştır. Bu değerler 2017 ile karşılaştırıldığında bu değerlerin yaklaşık 10 kat arttığını gözlemlemekteyiz.

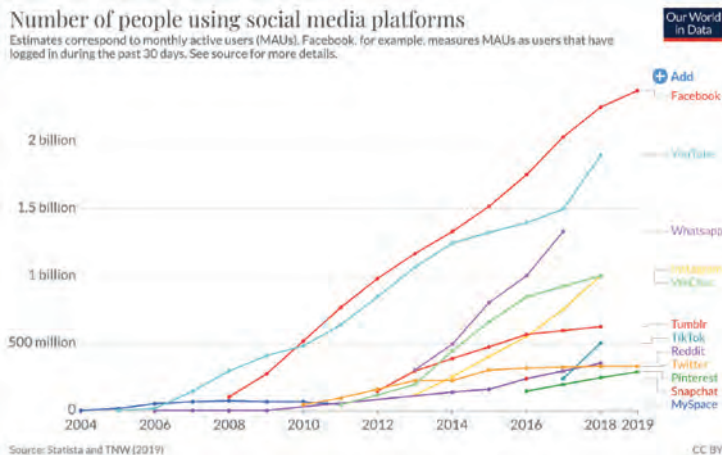
Şekil 1. Dijital Dünyada Bir Dakika: 2018 ve 2019 da bir dakikada internet kullanımı çeşitliliği ve değerleri



Kaynak: (Desjardins, 2019)

Ocak 2020 itibariyle dünyada yaklaşık 4.5 milyar insan internet kullanmakta olup bu sayı geçen Ocak 2019 ile karşılaştırıldığında %7 oranında artmış görünüyor. Dünya nüfusunun yaklaşık 3,8 milyara yakını da sosyal medya kullanıcısı olup bu oran, Ocak 2019 ile karşılaştırıldığında %9 oranında artmıştır. İnternet kullanımına bakıldığında ise dünya ortalaması günlük 6 saat 43 dakikadır. Ancak bu zaman, ülkelere göre çok farklılıklar göstermektedir; örneğin bu süre, Japonya’da 4 saat 22 dakikayken Filipinler’de iki kattan fazla artarak 9 saat 45 dakikaya kadar çıkabilmektedir. Dünya ortalamasına bakıldığında bu oranın en az 1/3 ü de sosyal medyada harcanmaktadır. Şekil.2’de görüleceği gibi sosyal medya platformlarına bakıldığında ilk üçte Facebook, Youtube ve Whatsapp’ı görmekteyiz (Şekil 2) (Kemp, 2020). Bu sayılar nerdeyse dünyada yaşayan her bir bireyin bu platformları kullandığına dair delil sunmaktadır.

Şekil 2. Ocak 2020 itibariyle sosyal medya platformlarını kullanan insanların sayıları



Kaynak: (Digital, 2020)

Sosyal medya platformlarında bireyler kendilerine özel bilgileri yaygın bir şekilde paylaşmaktadırlar. Nüfus cüzdanındaki bilgiler yanında her bir sosyal medyanın yarattığı dijital kimlik bilgileri de paylaşılmaktadır. Örneğin, Youtube’da tatildeyken çektiğiniz bir video ile ne tür şeylerden hoşlandığınıza ait zevklerinize için bir Youtube kimlik cüzdanınız oluşturulurken bir restorana gittiğinizde yemeklerinizin fotoğrafını Facebook’ta paylaşarak sadece zevklerinize değil buna ek olarak ne tür bir perhiz yaptığınızı belgeleyen bir sağlık kimlik cüzdanı da bunlara eklemiş olursunuz. İşte her bir platform, bizim birer dijital ikizimizi oluşturmaktadırlar. Kişisel veri paylaşımı bu derece artarken insanların mahremiyet endişelerinin de artması kaçınılmaz olmuştur. GlobalWebIndex’in Ocak 2020’de yaptığı bir araştırmaya göre internet kullanıcılarının %64’ü şirketlerin kendilerine ait verileri kullanması konusunda endişeli olduğunu ortaya koymaktadır (Kemp, 2020).

İnternet ortamında özellikle de sosyal medya platformlarında eksik, yönlendirici ve yanıltıcı bilgi dolaşımı yaygınlaşmaya başlamasının yanında bu bilgilerin başka amaçlarla da kullanılmakta olduğunu görmekteyiz. Burada sosyal medyada özellikle nefret söylemine özel bir parantez açmakta fayda vardır. Sosyal medya ile sosyal mesafemizi koruyamadığımız sürece bu tür hadiselerle karşılaşmamız kaçınılmaz olacaktır.

Sosyal Medya: Dijital Arena (e-Arena)

Tarihsel olarak ‘arena’ savaş alanı ve gladyatörlerin ölümüne savaştığı stadyum olarak tanımlanmaktadır. Her ne kadar sosyal medya platformlarının veri paylaşımı açısından faydaları olsa da her alanda olduğu gibi klavye savaşçıları olarak isimlendirebileceğimiz sorumsuz insanların konuşma özgürlüğü adı altında birbirlerine kinini döktüğü ve bir bakıma savaş alanı olarak kullandığı bir ortam haline geldiğini görmekte ve bunlarla ilgili haberleri gerek yine sosyal medya platformlarının kendi sayfalarında okumakta gerekse de görsel ve yazılı basından takip etmekteyiz.

Sosyal medya platformlarında yaygın olan nefret söyleminden hemen hemen her grup nasibini almıştır. İngiltere İçişleri Bakanlığı’nın yaptığı bir çalışma internet ortamında karşılaşılan nefret suç söylemlerinin bir sene içinde yaklaşık %40 oranında arttığını göstermektedir (Home Office, 2018). Bunlar arasında etnik gruplar ile dini grupların da yoğun olarak ırkçı söylemlerle karşılaştığını gösteren çalışmalara rastlamaktayız (Williams vd., 2020). Akademik çalışmalar, sosyal medyada ve sanal ortamda başlayan bu tür nefret söylemlerinin o ortamdan çıkarak daha sonra fiziksel ortama taşınabildiğine dair delilleri de ortaya koymaktadır (Awan & Zempi, 2017).

Sosyal medyanın yoğun bir şekilde kullanılması nedeniyle veri trafiği artmakta dolayısıyla bu ortamların manuel olarak takip edilmesi zorlaştığından bu ortamlardaki verileri analiz ederek bu tür suçları, suçluları ve suçla teşebbüs edebilecekleri tespit edebilmek için de yapay zeka uygulamaları geliştirme çalışmaları

yapılmaktadır (Chatzakou vd., 2019; Resende de Mendonça vd., 2020) Bu veriler neticesinde birey sosyal medyada kontrolü ele almalı ve sosyal medyaya sosyal mesafemizi koruyarak dijital hayatımızı sürdürmeye çalışmalıyız. Bu konuda ulusal ve uluslararası kurumların da birlikte çalışarak dünya vatandaşlarına güvenli bir dijital dünyada seyahat yapmalarını sağlayan denetleyici mekanizmaları getirmelerinde ve pratikte de uygulayabilmelerinde fayda vardır.

Veri Kullanımının Ekonomik ve Toplumsal Gelişmelere Etkisi

Dijital ortandan alınan her türlü kişisel veri, yapay zekâ algoritmaları ile işlenerek bireylerin davranışlarını anlayabilen, tahmin edebilen ve hatta taklit edebilen “dijital” ikizini oluşturmak mümkün hale gelmiştir. Bu yöntemle aynı zamanda bireylerin ve toplumların da olumlu ya da olumsuz manada yönlendirilmesi de zaman zaman mümkün olabilmektedir. Bununla beraber kişisel verilerin kullanılması ile kompleks hastalıkların tedavilerinin bulunması ve ayrıca kişiye özel tedavi rejimlerinin geliştirilmesi de mümkün olabilmektedir. Veri tarihi ve veri bilimi ışığında gelişmeler göz önüne alındığında bunun topluma ve ekonomiye yaptığı etkiyi üç değişik alandan vereceğimiz örnekle açıklamaya çalışalım.

Sağlık alanında bireylerden toplanan verilerin analizi ile daha ileri ve doğru tanı teknikleri geliştirmek mümkün olabilmektedir (Pour & Şeker, 2020). Birleşik Krallık dünyada bir ilki gerçekleştirerek 100.000 insan genom dizilemesini tamamlamıştır. Bu veriler, araştırmacıların hizmetine açılarak kompleks hastalıkların yapısının anlaşılmasını sağlamaya hizmet ederek bu hastalıkların tedavilerinin bulunması ve ayrıca kişiye özel tedavi rejimlerinin de geliştirilmesine imkân sağlayabilecektir (Genomics England, 2020).

İnternette satış yapan dev süpermarketler de müşterilerinin verilerini kullanarak satış politikalarını belirlemeye ve fiyat optimizasyonu yapmaya çalışarak karlılık oranlarını arttırmaya çalışmaktadırlar. Bireylerin internette dolaşırken aldıkları ya da almadıkları her türlü ürün için toplanan veriler o müşteriler için bir profil oluşturulmasını sağlamakta ve gelecekte ona göre kişiye özel ürün tavsiyesi ve satış fiyatı belirlemesi yapmak mümkün olmaktadır. Ayrıca, bu tür firmalar, bu sayede operasyonel iyileştirmeler de yapabilmektedirler. Buna Wallmart ve Netflix gibi şirketleri örnek olarak verebiliriz (Marr, 2016).

Her bir sosyal medya platformu, kişisel bilgileri belli ölçüde toplayıp hem bireysel hem de kurumsal kullanıcılarına hizmet vermektedirler. Bu hizmet alanlarından olan reklamla kişi davranışlarının değişmesi mümkün olabilmektedir. Bu alanda iki örnek vermek mümkündür. Ürün satışında sosyal medya kullanımı çok yaygın hale gelmiştir. 2019 yılında yapılan bir çalışma tüketicilerin sosyal medyadan gelen tavsiyeleri çok büyük oranda kabul edip benimseyerek o ürünü alabileceklerini göstermiştir. Yine aynı çalışmada tüketicilerin %80’inin alışveriş yapacakları markaları sosyal medya üzerinden takip ettikleri gösterilmiştir (FitzGerald, 2020). Sosyal medya platformları aynı zamanda politikacılar için de seçmen davranışlarını takip etme ve reklam ile oy potansiyellerini artırma

amacına hizmet etmektedir. Buna en yakın ve çarpıcı örnek, Cambridge Analytica'nın Facebook ile karıştığı skandal neticesinde 2016 ABD başkanlık seçimlerinde ve Birleşik Krallık'ta yapılan Brexit referandum da çıkan sonuçlarda rol oynayıp oynamadığına dair tartışmalardır. Facebook'un söylediğine göre yaklaşık 87 milyon kişinin verileri Cambridge Analytica ile paylaşılmış, bunlardan yaklaşık 1.1 milyonunun ise Birleşik Krallık'tan olduğu bilgisi verilmiştir (BBC, 2018; Kleinman, 2018). Örneklerden görüleceği gibi internet üzerinde gezerken bıraktığımız her iz, kimlik bilgilerimiz kadar değerli olup bunlar üzerinden olumlu ya da olumsuz hayatımızı etkileyen çalışmaların yapılması mümkün olabilmektedir.

Nesnelerin İnterneti: Gelişmekte Olan İnternete Bağlı Kişisel Veri Kaynakları

İnternet kullanımının artması ile dijital dünyamız daha da genişlemiş ve bunun farkında olan kuruluşlar da bundan nasiplerini alma çabasına girmişlerdir. Özellikle de sosyal medyada üretilen verilerin ne kadar değerli olduğu ve nasıl kullanıldığına dair yukarıda verdiğimiz örnekler bunun ekonomik ve toplumsal boyutunu ortaya koymaktadır. Ancak, hızla gelişen teknoloji ile beraber hayatımıza yeni dijital alet ve sistemler de hızlı bir şekilde girmektedir. Bunlar hayatımızın her alanında ve aşamasında kişisel veri üretici ve toplayıcı durumunda olduklarından iyi tanınmaları ve dikkatlice kullanılmaları gerekir. Her ne kadar bu tür dijital aletlerin hepsini burda sıralamak mümkün olmasa da bunları genel manada nesnelerin interneti olarak değerlendirmemiz mümkündür.

Nesnelerin İnterneti olarak adlandırdığımız araç, internete bağlı olan büyük veya küçük ve sabit veya mobil kullandığımız her türlü cihazı kapsamaktadır. Bunlara örnek olarak, her türlü ölçümü yapan sensörler (örneğin, beden sıcaklığını ölçen internete bağlantısı olan giyilebilir sensörler), sürücüsüz ve uzaktan kumandalı araçlar (örneğin, *dronelar*), büyük veya küçük ev aletleri (örneğin, internete bağlı kendi hareket edebilen akıllı elektrik süpürgesi), sesli yardımcılar ve internete bağlı oyuncaklar ve oyun platformları verilebilir. Nesnelerin interneti olarak adlandırdığımız bu tür dijital sensör ve araçların sayısının 2025'e kadar 75 Milyar'a ve bu alandaki ekonomik pazarın da 2026'ya kadar 1.1 Trilyon Amerikan Doları'na ulaşması beklenmektedir (IoT Rundown, 2020). Dünyada her bir saniyede 127 yeni dijital aracın internete bağlandığını gözönüne aldığımızda, bunun bütün dünyayı saracağı ve hayatımızın her yerinde ve anında anlık olarak her türlü kişisel verilerimizi toplayacağı ve kullanacağı aşikardır. Bunun hayatımıza girmeye başlaması ile dijital ailemiz ve hayatımız daha da genişleyecek olmakla beraber daha çok kişisel veri üretip paylaşmak zorunda kalacağız. Her ne kadar yaşadığımız ev ve çevremiz daha akıllı olaksa da mahremiyetimiz ile ilgili endişelerimiz artmaktadır. O nedenle bu konuda her cihazı dikkatlice kullanabilecek bilinci ve farkındalığını insanlara verebilirsek mahremiyetimizi daha az tehlikeye atmış oluruz.

Sonuç ve Değerlendirmeler

İnternet ve sosyal medya platformları gibi mevcut dijital veri kaynakları hayatımızın her anında bizimle ilgili bilgi toplamakta ve yapay zekâ algoritmalarına kaynak sağlayarak bizi taklit eden ikizlerimizi oluşturmaktadırlar. Her bir platform kendi amacı doğrultusunda kendi işine yarayacak bireyin ikizini oluşturduğu gibi ortak tek bir ikizi de oluşturmak mümkündür. Bu model toplumlar için de mümkün olmakta hatta Cambridge Analytica'nın yapmaya çalıştığı gibi toplumları bu sayede yönlendirmek de belli ölçülerde mümkün olabilmektedir. Buna ek olarak, yeni gelişen ve yaygınlaşmaya başlayan dijital alet ve sistemler de hayatımıza girmeye başladığından verinin değeri ve gücü daha da artmakta, dolayısıyla mahremiyetimizin ve güvenliğimizin korunması daha zor hale gelmekte ve dijital özgürlüğümüz de sınırlanmaktadır.

Veri üreten, kullanan ve kullandıran bireyler olarak verinin nasıl üretildiğine ve kullanıldığına dair örnekler verdiğimiz bu çalışmada, kişisel verilerimizi kimlerle paylaştığımızı ve bu vesileyle kimleri güçlendirdiğimizin farkında olarak hem kendimiz hem de etrafımızdakiler adına sorumlu olarak hareket etmemiz gerekmektedir. Yaşadığımız global dünyada da ulusal ve uluslararası kurumlar da sorumlu davranarak gerekli önlemleri almaları ve bu sayede gelecek nesillere daha güvenli bir dijital dünya hazırlama çabasında olmalıdırlar. Ancak bu tedbirlerin son derece hızlı teknolojik gelişmeler nedeniyle son derece dinamik olması gerekmektedir. Böyle güvenilir bir ortamın oluşturulmasına yardımcı olmak amacıyla aşağıdaki temel alanlarda çalışmaların yapılmasında ve politikaların geliştirilmesinde fayda vardır.

- **Her yaş ve çağda sürekli eğitim:** Dijital dünyada güvenliğin önemini her zaman hatırlatmak, yeni gelişen dijital ortamlar için de bilgi vermek ve farkındalığı artırmak için her yaş ve çağda sürekli eğitim gereklidir. İnternet ve internete bağlı sosyal medya platformları ve dijital aletlerin kullanımı çok küçük yaşlarda başladığı dikkate alındığında her yaş için bir farkındalık yaratmak amacıyla eğitim programları düzenlenerek bu sistemlerin nasıl kullanılması ve güvenliğin nasıl sağlanması gerektiği anlatılmalıdır. Bu eğitimler okul ve okul öncesi çağdan başlayarak hayatın her safhasına yaygınlaştırılmalı ve sosyal medyaya sosyal mesafemizi korumamız gerektiği mesajı verilmelidir. Çalışma hayatında da yoğun bir şekilde devam etmelidir. Örneğin, siber güvenlik alanında en büyük açığın bilekrek ya da bilmeyerek dikkatsiz çalışanlar tarafından verildiği kayıtlara geçmiştir. Özellikle sağlık alanında yapılan bir çalışma buna çok iyi bir örnek teşkil etmektedir (HIMMS 2019). Dolayısıyla her meslek gurubunda bu eğitimlerin düzenli bir şekilde verilmesi için gerekli çalışmaların yapılması, bu bağlamda ulusal ve uluslararası veri güvenliği ile ilgili yönetmelikler de paylaşılması (örneğin, General Data Protection Regulation (GDPR, 2020) ve hatta kurumların bu konuda sertifikalandırılması da gündeme alınmalıdır.
- **Veri Bilimi Konusunda Çalışacak Nitelikli İnsan Gücünün Yetiştirilmesi:** Deneyimli ve yeniliğe açık insan gücü, dünya ile rekabet edebilecek katma değeri olan veri bilimine dayalı yapay zeka projelerinin hayata geçmesi, gelişmelere daha

hızlı cevap verilebilmesi ve bu alandaki ekosistemin devamlılığı için son derece önemlidir. Dolayısıyla, gerekli bütün desteklerin verilerek bu konuda hem kısa vadede hem de uzun vadede birlikte çalışma kültürüne sahip ekiplerin kurulması önem arz etmektedir. Veri bilimi disiplinler arası bir alan olduğu için bu konuda yeterince insan gücüne erişebilmek için gerekli elemanların birçok uygulama alanında çalışan deneyimli bir ekip tarafından yetiştirilmesinde fayda vardır.

- **Ulusal Veri Stratejisinin ve Yönetiminin Geliştirilmesi:** Ulusal Veri Stratejisinin (ULVES) temel amacı devlet ve özel kurumları bir araya getirip destekleyerek verilerin her alan ve sektörde en verimli şekilde kullanılmasını sağlayarak ulusal ve uluslararası veri ekosisteminin ve dolayısıyla en verimli, güvenilir ve sürdürülebilir bir veri ekonomisinin kurulmasına öncülük etmektir. Bu kapsamda kurumların veri yeterliliğinin belirlenmesi ve artırılması için çalışmalar yaparak kurumların ihtiyaç duyacağı en yüksek kalitede verilere erişilebilirliğini sağlamak için gerekli girişimler, yatırımlar ve ön açıcı düzenlemeler yapılmalıdır. Bu alandaki destekler veriye tamamiyle bağımlı yapay zeka uygulamalarına da destek vereceği için bu alandaki uygulamaların başarısına da en büyük katkıyı yapacaktır ve ulusal yapay zeka stratejisinin de gelişmesine ve başarılı bir şekilde uygulanabilmesine de imkan tanıyacaktır.
- **Veri Ekonomisinin Canlandırılması:** Ulusal Veri Stratejisi (ULVES) çerçevesinde stratejik alanlar belirleyerek gerek kamu gerekse de özel teşebbüsün elindeki verileri en iyi şekilde kullanabilmesi hatta paylaşarak verimliliği artıracak ortamların hazırlanmasına yönelik çalışmalar yapılmasında fayda vardır.
- **Kamu ve Özel Veri Bankalarının Kurulması, Düzenlenmesi ve Denetlenmesi:** Bir devlete ve o devlet bünyesinde yaşayan bireylere ait verilerin yurtdışındaki veri bankaları yerine yurt içinde kurulan ve kurulacak veri bankalarında muhafaza edilmesi ancak bu veri bankalarının da denetime tabi olmasına ve denetlenebilmesine dair teknik ve kanuni düzenlemelerin yapılmasına zemin hazırlanmasında fayda vardır.
- **Siber Güvenlik Duvarlarının Güçlendirilmesi:** Siber güvenliğin sağlanabilmesi için teknik ve kanuni düzenlemelerin yapılmasına zemin hazırlanmasında fayda vardır. Bu konuda gerekli insan gücünün de kuvvetlendirilmesi tavsiyeler arasında yer almalıdır.
- **Teknolojik Gelişmelere Yatırım:** İnternet hızında dolayısıyla veri üretimi ve transferinde her geçen gün artışlar olmakta ve bunun 5G ve üstü teknolojilerle zirveye çıkacağı açıktır. Bu nedenle bu veri akış ve analiz hızını kaldıracabilecek Quantum Computing gibi teknolojilere yatırım yapılması için çalışmaların yapılmasında fayda vardır. Bu teknolojik yatırımlar, özellikle veri ve yapay zeka ekonomisi gibi alanlardaki projelerin yapılabilmesinde, zamanında yerine getirilmesinde ve sektörlerin dünya ile rekabetinde ana rolü oynamaktadır.
- **Kanuni Düzenlemeler:** Her alanda olduğu gibi makalenin çeşitli yerlerinde örnekler verdiğimiz iyi niyetli olmayan kişi ve kurumların kanuni olmayan işlemlerine mâni olmak ve daha güvenli ve eşitlikçi dijital bir dünya için gerekli düzenlemelerin yapılmasında fayda vardır.

Kaynakça

- Allen, R. S., & Scott, P. (1966). Data Center Plan Called Privacy Invasion. The Lewiston Daily Sun: <https://news.google.com/newspapers?id=ZGogAAAAIBAJ&sjid=3GYFAAAAIBAJ&pg=933,5465131&dq=data-center&hl=en> [05.06.2020].
- Anadolu Ajansı – AA (2013). *Enflasyonla mücadele 2 bin yıl öncesine dayanıyor*: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/enflasyonla-mucadele-2-bin-yil-oncesine-dayaniyor/196860#> [05.06.2020].
- Awan, I., & Zempi, I. (2017). 'I will blow your face OFF'—VIRTUAL and physical world anti-muslim hate crime. *The British Journal of Criminology*, 57(2), 362-380.
- BBC News. (2018). *Facebook scandal 'hit 87 million users'*: <https://www.bbc.com/news/technology-43649018> [12.06.2020].
- Chatzakou, D., Leontiadis, I., Blackburn, J., Cristofaro, E. D., Stringhini, G., Vakali, A., & Kourtellis, N. (2019). Detecting cyberbullying and cyberaggression in social media. *ACM Transactions on the Web (TWEB)*, 13(3), 1-51.
- Columbia University Computing History (2020). *Herman Hollerith*: <http://www.columbia.edu/cu/computinghistory/hollerith.html> [10.06.2020].
- Desjardins, J. (2019). What Happens in an Internet Minute in 2019?: Visual Capitalist: <https://www.visualcapitalist.com/what-happens-in-an-internet-minute-in-2019/> [15.06.2020].
- FitzGerald, R. (2019). How Does Social Media Impact Consumer Buying Behavior?. *Connex Digital*: <https://connexdigital.com/how-social-media-impact-consumer-buying-behavior/> [15.06.2020].
- General Data Protection Regulation – GDPR. (2020). <https://gdpr-info.eu/> [20.06.2020].
- Genomics England. (2019). *Over 100,000 whole genome sequences now available for approved researchers*: <https://www.genomicsengland.co.uk/100000-genomes-for-approved-researchers/> [15.06.2020].
- Gov.uk (2019). National Data Strategy: <https://www.gov.uk/guidance/national-data-strategy> [20.06.2020].
- Healthcare Information and Management Systems Society, Inc. – HIMSS. (2019). 2019 HIMSS Cybersecurity Survey: <https://www.himss.org/himss-cybersecurity-survey> [09.06.2020].
- Home Office. (2018). Hate Crime, England and Wales, 2017/18. *Statistical Bulletin 20/18*: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/748598/hate-crime-1718-hosb2018.pdf [25.06.2020].
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: Global Digital Overview. Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> [25.06.2020].
- Kleinman, Z. (2018). Cambridge Analytica: The story so far. *BBC News*: <https://www.bbc.com/news/technology-43465968> [25.06.2020].
- Lesk, M. (1997). *How Much Information Is There In the World?*: <http://www.lesk.com/mlesk/ksg97/ksg.html> [15.06.2020].
- Mahon, B. (2009). *Knowledge is power: a short history of official data collection in the UK*. Commissioned by Karen Dunnell, National Statistician, to mark the 175th Anniversary of the Royal Statistical Society. Crown Copyright.
- Marr, B. (2016). *Big data in practice: how 45 successful companies used big data analytics to deliver extraordinary results*. John Wiley & Sons.
- Pour, M. P., & Seker, H. (2020). Transform domain representation-driven convolutional neural networks for skin lesion segmentation. *Expert Systems with Applications*, 144, 113129.
- Resende de Mendonça, R. R. D., Felix de Brito, D. F. D., de Franco Rosa, F. D. F., dos Reis, J. C., & Bonacin, R. (2020). A Framework for Detecting Intentions of Criminal Acts in Social Media: A Case Study on Twitter. *Information*, 11(3), 154.

- Sadiku, M. N. (2019). *Emerging internet-based technologies*. CRC Press.
- Sarımay, Y. (2010). *Başbakanlık Osmanlı Arşivi Rehberi*. İstanbul: Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı.
- Şeker, M. (2007). *İslam'da Sosyal Dayanışma Müesseseleri*. Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- TDV İslâm Araştırmaları Merkezi. (2020). İstanbul Kadı Sicilleri: <http://www.kadisicilleri.org/> [10.06.2020].
- The Alan Turing Institute. (2020). <https://www.turing.ac.uk/> [20.06.2020].
- The Economist. (2017). *The world's most valuable resource is no longer oil, but data*: <https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data> [25.06.2020].
- The IoT Rundown For 2020: Stats, Risks, and Solutions (<https://securitytoday.com/Articles/2020/01/13/The-IoT-Rundown-for-2020.aspx?Page=2>) [10.07.2020].
- The Royal Society. (2020). *The UK data governance landscape*: <https://royalsociety.org/-/media/policy/projects/data-governance/uk-data-governance-explainer.pdf>
- Williams, M. L., Burnap, P., Javed, A., Liu, H., & Ozalp, S. (2020). Hate in the machine: anti-Black and anti-Muslim social media posts as predictors of offline racially and religiously aggravated crime. *The British Journal of Criminology*, 60(1), 93-117.
- Yatağan Kaymakamlığı. (2020). *Stratonikeia Antik Kenti*: <http://www.yatagan.gov.tr/stratonikeia-antik-kenti> [05.06.2020].

Bilişim Teknolojilerinin Dünyü, Bugünü ve Geleceği

Hüseyin Arslan

Prof. Dr. Hüseyin Arslan / huseyinarslan@medipol.edu.tr

Prof. Dr. Hüseyin Arslan, lisans derecesini ODTÜ Elektrik ve Elektronik mühendisliği bölümünden 1992 yılında almış, aynı üniversitede araştırma görevliliği yaptıktan sonra, 1993 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin Texas eyaletindeki Southern Methodist Üniversitesinin Elektrik ve Elektronik Mühendisliği bölümünde yüksek lisans ve doktora çalışmalarına başlamıştır. Yüksek lisans derecesini 1995 yılında ve doktora derecesini 1998 yılında alan Dr. Arslan 2002 yılında Güney Florida Üniversitesi'nin Elektrik ve Elektronik Mühendisliği bölümüne öğretim üyesi olarak katılmıştır. 2013 yılında İstanbul Medipol Üniversitesinde Mühendislik Fakültesi kurmak için kurucu dekan olarak göreve başlamıştır. Dr. Arslan Türkiye'de Türksat, Savronik ve TÜBİTAK gibi kuruluşlarda danışman olarak hizmet vermiştir. Dr. Arslan'ın araştırma konuları kablosuz haberleşme sistemleri ve sinyal işleme alanlarında olup, akıllı radyolar, yazılım tabanlı radyolar; akıllı elektrik şebekeleri ve akıllı evler, insansız hava araçları (kontrol ve haberleşme); in vivo haberleşme; biyomedikal sinyal işleme; kanal modellenmesi; haberleşme sistemlerinin test ve ölçülmesi çalışma konularından bazılarıdır.

Bilişim Teknolojilerinin Dünü, Bugünü ve Geleceği

Hüseyin Arslan

Giriş

İnsanlığın işleri kolaylaştırmak için geliştirdiği teknik ve onun gelişme düzeyini ifade eden teknoloji, toplumsal yaşamı yakından etkilemiştir. Teknoloji, insan hayatını kolaylaştırıcı bir etkiye sahiptir ve medeniyetlerin ortaya çıkmasını, gelişmesini ve nihayet yok olmasını sağlayan unsurların toplamıdır. Medeniyetlerin ortaya koyduklarının bir toplamı ve birbiri üzerine eklenmesi sonucu ortaya çıkan teknoloji, milletlerin ve devletlerin bir birleri üzerinde tahakküm kurmasının da başat unsuru olmuştur.

Başlangıcından günümüze insanlığın tabiat ile mücadelesi, teknolojinin üzerine konumlandığı bir birikim yaratmış, ortaya çıkan gelişmeler, toplumların değişmesi yanında mücadele alanını da oluşturmuştur. Topluluklar olarak yaşamaya başlayan bireylerin ilişkileri farklılaşmış, yeni kurallar, uygulamalar, düzenlemeler ve yönetsel yapılar ortaya çıkmıştır. Bilimdeki ilerlemeler ve teknolojiye gelişmeler, tarihsel süreç içerisinde hâkim olduğu koşullara göre insanların bilme ve iletme gereksinimini yaratmıştır (Bulduklu & Karaçor, 2019: 15). Geline nokta iletişim ve bilgi teknolojileri, dijital çağ denilen bugünü yaratmış; geçmişin iş yapış ve yaşayış biçimleri neredeyse tümüyle dönüşmüştür.

Gelişen telekomünikasyon, bilgi ve iletişim araçları, insan ile insan iletişimini aracı hale getirmiş; nesnelerin de birbirleriyle iletişimi sonucunu yaratmıştır. Farklı versiyonlarla ifade edilen iletişim ve haberleşme biçimleri zamandan, mekândan ve kablodan bağımsız hale gelmiştir. Sayıların hâkim olduğu yeni yapı, aynı zamanda yüksek veri trafiği, yaşamı kolaylaştıran uygulama çeşitliliği ve kritik toplumsal durumların nedeni ve sonucu olma niteliğini bünyesinde barındırmaktadır. Dünyanın yaşadığı son dönem, çok sayıdaki gelişme ve yerleşik yapılardaki değişme, bilgi teknolojilerinin mevcut durumunu ortaya koyması açısından ilgi çekicidir.

2019 yılının son döneminde yaşanan ve sonrasında pandemi ilan edilen süreç, bilgi iletişim teknolojilerinin tüm dünyada yaşama dâhil oluş düzeyini artırmış;

hayatın tüm düzeyleri sayısallaşmıştır. Pandemi süreci, iletişim teknolojilerinin sadece haberleşme işlevi için kullanılmayacağını en çarpıcı örneğini oluşturmuştur. Hastalığın yayılmaması için yapılan uyarılar başta olmak üzere salgının denetim altına alınmasına yönelik önleyici tedbirlerin başat aktörü, yeni iletişim teknolojileri olmuştur ve bu durum, bilişim teknolojilerinin geleceğine ilişkin olarak da fikir vericidir. Tüm yerleşik alışkanlıkları tehdit eden pandemi süreci, zaman içinde değişen teknolojinin nasıl hayatın kendisi haline geldiğini ve kültürel bazı uygulamaların gelecekte ne düzeyde farklılaşacağını göstermesi açısından ilgi çekici bir örnek oluşturmaktadır.

Bilişim Teknolojilerinin Gelişimi

Buhar makinesinin 18. Yüzyılın sonunda toplumların yaşamına girmesi, dünyada var olan çok sayıda alışkanlığın değişmesinin ve sonraki pek çok icadın önünü açmış; içten yanmalı motorlar, insanlığın yaşantısında önemli yerler edinmeye başlamıştır. Bu olay ile bağlantılı ancak farklı biçimde bilimin ortaya çıkışı ve pozitivist çalışmaların gündeme gelmeye başlayışı, gözlenebilir ve kaydedilebilir biçimde bazı çalışmaların gelişmesinin önünü açmış; yeni keşifler ve icatlar, evrenin işleyişinde bir dönüşüm yaratmıştır. Bu dönüşüm, Sanayi Devrimini ortaya çıkarmış, kas gücüne dayalı pek çok üretim, mekanize olmuştur. Kömürün üretiminde ve ısınmada kullanımı, buharlı makinelerin keşfi ve demirin üretiminde ve işlenmesinde ortaya çıkan yeni gelişmelerle birlikte toplumda kaynak bölüşümü değişmiş, yeni siyasi ve ekonomik sistemler de bu sayede ortaya çıkmıştır (Bulduklu & Karaçor, 2019:16).

Dünya tarihinin 19 ve 20. yüzyıl deneyimleri farklı gelişmelerle realize olsa da son yüzyıl hem hızı hem de değişimin niteliği açısından ayrı biçimde ele alınmayı gerektirir. Son milenyuma bakıldığında bilişim teknolojilerinin tüm dünyaya hâkim olduğu açık biçimde müşahade edilebilir. Günümüzü içine alan bu çağda insan ve toplumlar üzerinde bilgi temelli teknolojilerin giderek çok daha büyük etkilerinin olduğu görülmektedir. Teknolojinin toplumlara ve yaşama etkisini vurgulamak için bugüne “dijital çağ” adının verilmesi, sadece iki karakter ile ifade edilen sayısallaşmanın tüm alanlara hâkim olmasının sonucudur (Şeker ve Bulduklu, 2016:366). Karakter sayısı azalsa da bilgi ve iletişim teknolojilerinin maharetinin arttığı görülmektedir. Özellikle haberleşme sistemlerinin inanılmaz boyutlarda dijitalle doğru değişim göstermesiyle tüm insanlığın günlük yaşamında önemli farklılıklar ortaya çıkmıştır. 19. yüzyılın sonlarında ilk radyo sistemlerinin Guglielmo Marconi tarafından geliştirilmesi sonrasında dünya savaşları ile beraber yaygınlaşmaya başlayan haberleşme teknolojilerinin kullanımı, 20. yüzyıl ortalarında Claude Shannon tarafından temel haberleşme teorisinin geliştirilmesiyle daha da hız kazanmıştır. 20. yüzyıl sonlarına gelindiğinde ise dünyada ve Türkiye’de cep telefonu haberleşmesi ve İnternet kullanımı çok yaygın olmasa da önemli bir ihtiyaç haline dönüşmeye başlamıştır. 2020 yılı itibarıyla içinde bulunduğumuz bu dönemde yirmi yıl öncesine kıyasla, özellikle kablosuz haberleşme teknolojileri ve İnternet kullanımı açısından dünya genelinde devrim niteliğinde bir değişim yaşanmıştır (T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2018). *Dijital*

devrim metaforu ile isimlendirilebilecek bu büyük değişimin neticesinde bilişim teknolojilerinin ekonomi, insan ve toplum üzerindeki etkileri göz ardı edilemeyecek bir seviyeye ulaşmış; bu teknolojilerin farklı dikey sektörlerle olan ilişkileri birbirinden kopamaz hale gelmiştir (BTK, 2020). Yakın gelecekte tüm bu etki ve ilişkilerin daha fazla artacağı öngörülmektedir.

Dijital devrim, 20. yüzyıla damgasını vuran sanayi devriminin önüne geçerek ülkelerin gelişmişlik düzeylerini doğrudan belirleyen kritik bir gösterge haline gelmiştir. Bu devrim, medeniyetler ve bağlantılı olarak ülkeler arasındaki rekabet anlayışını doğurmuş; değişime ayak uyduranlar ve değişimi yönetebilenler rekabette öne çıkmış diğerleri ise geride kalmıştır. İlerde olanların geride olanlara tahakküm kurduğu yeni yapı, dijitalleşme ile farklı bir boyut kazanmıştır. Sanayi devriminde geride kalan Çin, dijital devrim liginin en önemli oyuncularından biri olarak ekonomik açıdan Avrupa'yı geride bırakmıştır. Avrupa ülkeleri ise ABD'nin dijital dönüşüm hızını yakalayamadığından bu yeni çağda dijital devrimi geriden takip eden ülkeler arasında kalmıştır. Günümüzde dijital devrime ABD ve Çin liderlik etmektedir (UNCTAD, 2020). Dijital devrimin en önemli silahı olarak sayılabilecek *verinin (dijital bilgi)* kontrolü büyük ölçekte bu ülkeler tarafından sağlanmaktadır. Böylece dijital devrim lideri ülkeler, bilişim teknolojilerine yön verebilmektedirler. Son on yıl içerisinde özel sektör firmalarının ekonomik büyüklükleri açısından dünya sıralamasındaki yerlerinde büyük değişimler yaşanmıştır. Veriyi yöneten bilişim firmaları, köklü dev sanayi firmalarını geride bırakarak en tepede yer edinmiştir. ABD ve Çin'de bulunan teknoloji firmaları da zirveye çıkmışlardır.

Bilişim Teknolojilerinin Bugünü ve Geleceği

Geçmişte olduğu gibi bugün de verilerin akış kanalları ve yeni haberleşme teknolojileri, her geçen gün daha fazla önem kazanmaya devam etmektedir. Bilişim teknolojilerinin ana sürükleyicisi haline gelen kablosuz ya da mobil haberleşme teknolojileri, özellikle son on yıldaki gelişmeler ışığında yüksek veri trafik yoğunluğuna (Ericsson, 2020) ek olarak, farklı uygulama çeşitliliklerine de cevap verebilecek tasarım hedefleriyle oluşturulmuştur. Yeni iletişim teknolojisi, bu araçlar karşısında kullanıcıyı güçlendirmiş; günümüzde bilgi iletişim teknolojisinin tüketicisi aktif ve araç karşısında tercih unsuru ile öne çıkan hale gelmiştir (Bulduklu, 2017:3). Bugün geline nokta kullanıcı dostu ve hızlı iletişimin mümkün olduğu; eş zamanlı bilgi paylaşımını olanaklı kılan çok sayıda platform (Kaplanhan & Korkut, 2016: 135) ve takip etmeyi sağlayan dijital mecralar, toplumsal yaşamın vazgeçilmezi olmuştur. On yıl öncesine kadar kitle iletişim araçları karşısından pasif izleyicinin olduğu ve haberleşme ihtiyaçlarının karşılanmasına bilişim teknolojileri yön verirken, son on yıl içerisinde 5G haberleşme ağlarının da gelişimi sırasında teknolojilere farklı haberleşme ihtiyaçları yön vermeye başlamıştır. Artık sadece kişilerin değil her şeyin birbirleriyle haberleşmesi konsepti bilişim dünyasında öncelik kazanmıştır (BTK, 2018). Önümüzdeki yıllarda yoğun şekilde kullanılmaya başlanacak 5G haberleşme ağları da yüksek veri trafik yoğunluğu, uygulama çeşitliliği ve her şeyin birbirleriyle haberleşmesi ihtiyaçları temel

alınarak son yıllarda standartlaştırılmıştır. Benzer doğrultuda tahmini beş yıl sonra standartlaştırma çalışmaları başlayacak ve on yıl sonra da kullanılabilecek olan 6G haberleşme ağları, daha çok uygulama çeşitliliği ile beraber klasik veri haberleşmesi dışında ortam bilgisi denilebilecek haberleşme verisi dışındaki bilgileri kullanarak haberleşme kalitesini arttırmaya yönelik çok çeşitli optimizasyonlarının yapılabileceği bir tasarım olabilecektir. Böylece 5G ile ilk adımları atılan yeni nesil kablosuz haberleşme vizyonunun tamamlayıcısı niteliğinde sayılabilecek bir 6G geliştirilebilir görünmektedir.

Pandemi sürecinde haberleşme sistemlerinin önemi aşikâr şekilde ortaya çıkmıştır (Şeker vd., 2020). Fiziksel mesafelerin korunduğu bu süreçte insanlık haberleşme teknolojileri ile birbirine yakın kalabilmiştir. Haberleşme teknolojileri ve internet sayesinde insanlar (özellikle gençler) evde tutulabilmiş; süreci yönetenlerin tavsiyeleri doğrultusunda hayat eve sığdırılmıştır. Bilişim ve iletişim teknolojilerinin yükselişi ile karakterize bu dönem, özellikle uzaktan eğitim ve uygulamalarla farklı deneyimleri oluşturmuştur. Uzaktan sağlık alanının geliştirilmesi gerektiği (uzaktan teşhis, uzaktan müdahale, vb.) sonucunu ortaya çıkaran Covid-19 pandemisi, ileriki yıllarda çok daha güçlü bir kablosuz haberleşme altyapısına ihtiyaç olduğunu da göstermiştir. Özellikle eğitimin tüm boyutlarının uzaktan hale gelişi, veri transferinde sorunlar yaşanmasına yol açmıştır. Deprem gibi afet durumlarında herkesin çok yoğun şekilde mobil haberleşme sistemlerine yüklenmesi de haberleşmeye bir anda çok fazla kişi tarafından yoğun şekilde ihtiyaç duyulabileceğinin basit bir göstergesidir. Geçtiğimiz yıllarda yaşanan orta ölçekli depremlerde kablosuz haberleşme altyapısının başarılı şekilde iletişim sağlayamayışı, daha esnek ve güçlü mobil haberleşme sistemlerine olan gereksinime işaret etmektedir. Hız, kapasite, gecikme, esneklik, sağlamlık ve bağlanabilirlik özellikleri açısından ön plana çıkan 5G haberleşmesi ile bu yönde önemli bir adım atılmıştır. Afet ve acil durum senaryoları dışında, 5G haberleşme ağlarının tasarımına etki eden çeşitli uygulamalara bakıldığında, akıllı ulaşım ve şehircilik, sürücüsüz yer ve hava araçları, akıllı şebeke sistemleri, uzaktan sağlık, uzaktan eğitim, sanal ve artırılmış gerçeklik, akıllı sanayi gibi örneklerle yatay ve dikey sektörlerde rastlanılmaktadır. *Nesnelerin İnterneti* konsepti kapsamında evlerdeki buzdolapları dahi haberleşme çemberine dâhil olacaktır. Tüm bu farklı sektörlerden örneklerle bakıldığında, iletilecek verinin miktarı, haberleşme cihazlarının sayısı ve uygulama çeşitliliği konusunda önemli bir artış yaşanacaktır. Örneğin, sürücüsüz araçlar açısından, taşınabilir haberleşme cihazları, taşınabilir haberleşme cihazlarına dönüşmektedir. Bu dönüşüm sırasında ise iletilecek toplam veri miktarı, haberleşecek olan cihaz sayısı ve haberleşme kullanacak olan uygulama çeşitliliği yüksek seviyede artış gösterecektir.

Haberleşme sistemleri üzerinden iletilen toplam veri miktarının ve haberleşecek cihaz sayısının sürekli artıyor oluşu, *siber güvenlik* araştırmalarını çok daha önemli bir noktaya taşımıştır (NCCoE, 2020). Buna ek olarak özellikle 5G sonrası haberleşme sistemlerinde iletilen veri haricinde ortam bilgisi denilen haberleşme ortamına ve kullanıcılara ait birçok farklı bilginin de yoğun şekilde toplanması ve paylaşılması öngörüldüğünden siber güvenlik konuları daha da kritik hale

gelmiştir. Siber güvenlik için en kritik konulardan birisi olan verinin aktığı haberleşme kanallarının güvenliğinin sağlanması elzem olmuştur. Kriptoloji tabanlı veri güvenliğine ilaveten haberleşme kanallarının güvenliği için fiziksel katman güvenlik tekniklerinin yaygınlaşması gerekmektedir. Veri ve haberleşme kanal güvenliği dışında ortam bilgisinin korunması da bu tür fiziksel katman güvenlik yöntemleriyle mümkün hale gelecektir. Siber güvenliğin sağlanması noktasında haberleşmenin doğasına dayalı konseptlerden yararlanılmasının önümüzdeki yıllarda daha da önem kazanacağı öngörülmektedir. 5G ve 6G haberleşme ağları açısından insanların bir kaygısı olaksa bu kaygıların siber güvenlik açısından ele alınması daha doğru olacaktır.

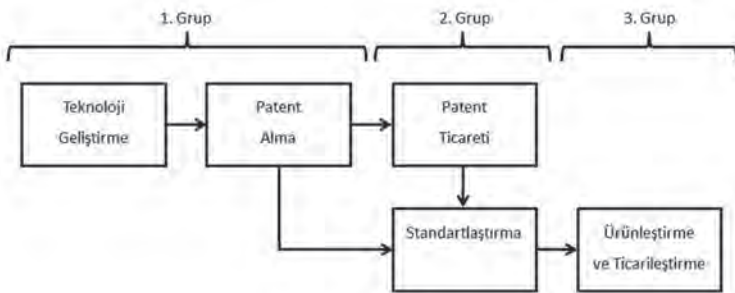
Siber güvenlik dolayısıyla geçtiğimiz yıl ABD tarafından Çin merkezli Huawei firmasına uygulanan yaptırımlar ve sonrasında Çin'e karşı başlatılan ambargo girişimi, dijital devrimde *yerli ve milli teknoloji* geliştirilmesi gerekliliğini ispat eder nitelikte bir tecrübe olmuştur (RUSI, 2020). ABD'nin siber güvenlik açısından Huawei'nin ülkelerine girmesini engellemesine karşılık Türkiye'de haberleşme altyapısının büyük çoğunluğu Çinli firmalara emanet edilmiş durumdadır. Kendi ülkeleri tarafından yoğun şekilde desteklenen ve piyasada tekel olma gayretindeki teknoloji geliştirici firmalar, diğer ülkelerin milli teknoloji geliştirmelerini istememektedir. Dünyadaki ekonomik dengelerin korunmasına ve değişimine doğrudan etki etmekte olan milli teknoloji geliştirmenin önemi Pandemi sürecinde de daha iyi anlaşılmıştır. Ülkelerin içine kapanmaya eğilim gösterdiği 2020 yılında yerli ve milli teknoloji geliştirme bağımsızlığı olmayan ülkeler iletişim altyapısı ve siber güvenliğini sağlayamama tehdidiyle karşı karşıya kalmıştır. Dijital iletişime ve güvenliğine en çok ihtiyaç duyulan Pandemi döneminde bu tehdidin büyüklüğü ve önemi daha çok anlaşılmıştır.

Yapay zekâ (makine öğrenmesi, vb.) ve veri bilimi alanlarında da ABD ve Çin tarafından diğer ülkelere kıyasla çok yüksek sayıda patent alındığı görülmektedir (WIPO, 2020). 6G mobil haberleşme ağları ve siber güvenliğe ek olarak yapay zekâ teknolojilerinin de önümüzdeki yıllarda çok büyük rol oynayacağı yadsınmaz bir gerçek haline gelmiştir. Yapay zekânın 6G haberleşmesi ve siber güvenlik alanlarında kullanımına dair birçok teknoloji son yıllarda geliştirilmiştir. Bu çalışmalara benzer özgün ve yenilikçi araştırmaların Türkiye'de de yapılmasının yerli ve milli kritik teknolojilerin geliştirilmesi açısından büyük önem taşıdığı değerlendirilmektedir.

Yerli ve milli kritik teknolojilerin geliştirilmesine bilişim ve en önemli oyuncusu olan haberleşme açısından bakıldığında Türkiye'de zaman zaman heyecan verici girişimlerin başlatıldığı görülmektedir. 1G, 2G, 3G, 4G ve 5G sistemlerinin geliştirilme süreçleri ele alındığında, her biri için yapılan ilk araştırma-geliştirme (Ar-Ge) çalışmaları ile ilk üretim-geliştirme (Ür-Ge) çalışmaları arasında yaklaşık on yıl olduğu görülmektedir. Bu on yıllık araştırma süreçlerinin son iki üç yıllık kısımlarını standartlaştırma çalışmaları oluşturmaktadır. Ürünleştirme çalışmaları başladıktan sonra ise bir sonraki nesil hücresel haberleşme sistemlerinin araştırma çalışmaları hız kazanmaktadır. Esasında Ar-Ge faaliyetleri hiç durma-

maktadır. Türkiye’de 20. yüzyılın sonlarında ASELSAN firması tarafından 2G haberleşmesine yönelik cep telefonları geliştirilmiştir. Geçtiğimiz yıllarda ise ULAK Haberleşme tarafından 4G baz istasyonları üretilmiştir. 5G kapsamında farklı çalışmalar sürdürülmekle beraber, Ar-Ge faaliyetlerinin yine eksik kaldığı görülmektedir. 5G için yapılan patent başvuru sayılarına bakıldığında bu çabaların yoğunluk düzeyi anlaşılmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020).

Şekil 1. Teknolojik Ürünlerin Geliştirilme Süreci



Şekil 1’de, 1. Grup ve 2. Grup aşamalarının atlanarak sadece 3. Grup aşamalarına önem verilmesi durumunda uluslararası pazarda kâr elde edilememesi ya da çeşitli hukuki sıkıntıların çıkması kaçınılmaz olmaktadır. Ekonomik olarak en kârlı çıkan ülke ve firmaların ilk iki grup aşamalarının atlamadığı tüm aşamaların birlikte ele alınabildiği ülkelerden çıktıkları görülmektedir. Türkiye’de son dönemde kablosuz haberleşme sistemlerine yönelik yapılan devlet destekli çalışmaların daha çok 3. Grup kapsamında olduğu değerlendirilmektedir. Yerlileştirme ya da yerli Ür-Ge denilebilecek bu çalışmalardan zengin ve güçlü bir patent portföyünün elde edilmesi zorlaşmaktadır. Bu yerlileştirme çalışmalarının da büyük önem taşıdığı göz ardı edilmeden patent almaya yönelik temel Ar-Ge faaliyetleri konusunda gerekli önlemler alınmalıdır.

Dijital dönüşümde ticari ürünler için en önemli konulardan biri patenttir. Standartlara tabi olunması nedeniyle, geliştirilen üründe hak sahibi olunmayan bir patente konu teknoloji kullanılmak durumunda kalırsa, ilgili patent sahiplerine çeşitli ödemelerin yapılması gerekmektedir. Bu durumda ise üründen elde edilecek kâr giderek azalmaktadır. Standartlarda kabul edilen patent sayıları genel olarak teknoloji devi firmalar arasında paylaşılmaktadır. Birbirlerine büyük bir üstünlük kuramadıklarından karşılıklı dengeler içerisinde kârlarını muhafaza edebilmektedirler. Bu firmaların ligine yükselebilmek için ise en başta olabildiğince fazla teknoloji geliştirerek patentlerini almak gerekmektedir. Standartlarda anlaşma masasına oturulduğunda ilgili firmanın elinin bilimsel olarak çok güçlü olması, bu tür ticari Ar-Ge ve Ür-Ge faaliyetlerinden ekonomik olarak çok büyük kârlar elde etmek açısından tek yöntemdir. Asıl ekonomik güç ve prestij, sadece ürün geliştirmeden ziyade, temel teknoloji geliştirme ile beraber ürün geliştirme yöntemiyle sağlanabilmektedir. Ar-Ge’siz ürün geliştirme yüksek kâr sağlamaz ve temel teknolojilerde dışa bağımlılık problemine sebep olur; yerli ürün olma-

dan Ar-Ge'nin yapılması durumunda ise üretim safhasında dışa bağımlılık oluşur. ABD örneğinde milli Ar-Ge'nin çok geliştiği ama yerli üretimin zayıf kaldığı; Türkiye örneğinde ise tersi durum olduğu görülmektedir. Çin örneğinde şartların el vermesiyle hem milli Ar-Ge hem de yerli üretim konusunda eşit ağırlıkta bir politikanın izlendiği anlaşılmaktadır.

Kablosuz haberleşme alanında Türkiye'deki durum değerlendirildiğinde, ilk bakışta, endüstride Ar-Ge ve patent kültürünün yeterli seviyede olmadığı görülmektedir. Daha temelde ise, Ar-Ge tanımının yanlış anlaşılabilirdiği değerlendirilmektedir. Genel olarak akademi ve endüstri iş birliklerinin zayıf olduğu, patent ticarileştirmesinin yetersiz kaldığı ve standartlara yön verebilme yeteneğinin oluşmadığı anlaşılmaktadır. Yerli üretim faaliyetlerinin beraberinde Ar-Ge çalışmalarının da yapılmasına önem verilmesi gerekmektedir. Ar-Ge çalışmaları eksik kaldığında, standartlara ve teknolojiye yön veren lider firmalardan olunamayacaktır.

Ar-Ge çalışmaları uzun vadede sonuç verebilme özelliği taşımakta, yüksek risk ama yüksek kâr anlamına gelmektedir. Dikkat edilmesi gereken nokta, Ar-Ge çalışmalarına yoğun şekilde girildiğinde bu işin kesintisiz devam ettirilmesi gerekliliğidir. Diğer türlü Ar-Ge çalışmaları kesintiye uğradığında önceki çalışmalar zayıf olmakta, sonraki çalışmalarda eski tecrübelerden yararlanılamamaktadır. Bilişim ve haberleşme pazarında tekel olma gayretindeki firmalar ve ülkeler tarafından diğer ülkelerde yapılan Ar-Ge çalışmaları farklı yollarla kesintiye uğratılmaya çalışılarak gelişmekte olan ülkelerin milli teknoloji hamlelerine zarar verilmektedir. Örneğin, 5G ve sonrası haberleşme sistemleri ile ilgili yapılacak çalışmalar bazı ülkelerde dursa bile, diğer ülkeler bu çalışmalara devam edecektir. Nihayetinde, bu çalışmaları kesintiye uğratmış ülkeleri gelecek yıllarda kendi yerli ve milli teknolojileri için birer pazar olarak kullanacaklardır.

Sonuç

İnsanlık tarihi boyunca teknoloji toplumların değişim ve dönüşümünde önemli düzeyde etki oluşturmuştur. Gelineen noktada verilerin akış kanalları ve yeni haberleşme teknolojileri, toplumsal yaşamın ve ülkelerin rekabetinin esas unsuru olmuştur. İletişim ve bilişim teknolojileri her geçen gün daha fazla önem kazanmaya da devam etmektedir. Bilişim teknolojilerinin ana sürükleyicisi haline gelen kablosuz ya da mobil haberleşme teknolojileri ise yaşamın her alanı domine etmeye devam etmektedir. Gelineen noktada kullanıcı dostu ve hızlı iletişimin mümkün olduğu teknolojiler, 5G ile nesneleri de içine alan ve 6G ile uygulama çeşitliliğini artıran boyuta doğru evirilmektedir. 5G ile birlikte teknolojilere farklı haberleşme ihtiyaçları yön vermeye başlamıştır. Günümüzde kişilerin iletişimi yanında nesnelerin de birbiri ile haberleştiği bir yapı ortaya çıkmış durumdadır. Gelişen teknoloji farklı yatırımlara olan ihtiyacı ortaya çıkarmış; haberleşme ağları, yüksek veri trafik yoğunluğu, uygulama çeşitliliği ve her şeyin birbirleriyle haberleşmesi ihtiyaçları temel alınarak standart bir hale gelmiştir.

Tüm dünyada yaşanan son gelişmeler, 5G sonrası haberleşme sistemlerinde iletilen veriler ile birlikte haberleşme ortamına ve kullanıcılara ait birçok farklı bilgilerin erişilebilir olmasını ortaya çıkarmıştır. Bu bilgilerin yoğun şekilde toplanması ve paylaşılmasının uzun vadede siber güvenlik sorunu ortaya çıkaracağı değerlendirilmektedir. Veri ve haberleşme kanal güvenliğine yoğunlaşma yanında ortam bilgisinin korunmasına ve siber güvenliğe yönelik çalışmalara ihtiyaç olduğu görülmektedir. Siber güvenliğe yönelik akademik çalışmalar ve teknoloji geliştirme önümüzdeki yıllarda daha da önemli olacaktır.

Dünyadaki ekonomik dengeleri değiştiren bilişim teknolojileri, aynı zamanda önemli düzeyde Ar-Ge ve Ür-Ge çabalarını gerektirmektedir. Bu çalışmaların ülkelerin kendi imkanları çerçevesinde yapılması ise hem güvenlik hem de rekabet açısından önemlidir. Özellikle pandemi süreci, milli teknoloji geliştirmenin kıymetini açık biçimde anlaşılır kılmıştır. Hayatın eve sığdırıldığı bu süreç, diğer taraftan ülkeler iletişim ve bilişim altyapısı ile siber güvenliğini sağlayamama tehdidiyle karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Güvenlik önemli bir sorun olarak ortaya çıkmış; siber güvenliğin sağlanması, dijital dönüşüm karşısında bir isteksizlik durumunu ortaya çıkarmıştır.

Dijital dönüşüm, teknolojiyi geliştirenler açısından bir güç oluşturmakta; teknoloji sahipliği, kaynak dağılımında önemli hale gelmektedir. Bu noktada ülkelerin ve teknoloji üreticilerinin patent sahibi olmasına dönük ihtiyaç ortaya çıkmaktadır. Genel görünüme bakıldığında patent sayılarının genel olarak teknoloji dev firmalar arasında paylaşıldığı görülmektedir. Ülkelerin ve bilim insanlarının Ar-Ge ve Ür-Ge faaliyetlerine özel olarak yoğunlaşması yanında patent çalışmalarına da odaklanması gerekmektedir.

Kaynakça

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu – BTK (2018). *5G ve Ötesi Beyaz Kitap*: <https://www.btk.gov.tr/uploads/announcements/5g-ve-otesi-beyaz-kitap/beyaz-kitap-son.pdf> [01.06.2020].
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu – BTK (2018). *5G ve Dikey Sektörler Raporu*: <https://www.btk.gov.tr/uploads/announcements/5g-ve-dikey-sektorler-raporu-yayimlandi/20180308-5gvedikey-sektorlerraporu.pdf> [01.06.2020].
- Bulduklu, Y. (2017). Mobile Games on The Basis of Uses And Gratifications Approach: A Comparison of The Mobile Game Habits of University and High School Students. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(5-6), 901-917.
- Bulduklu, Y. & Karaçor, S. (2019). *Kitle İletişim Kuramları*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Ericsson. (2020). *Ericsson Mobility Report*: <https://www.ericsson.com/49da93/assets/local/mobility-report/documents/2020/june2020-ericsson-mobility-report.pdf> [01.06.2020].
- Kaplanhan, F. & Korkut, C. (2016). Untaxed Social-Media Problem and Potential Solutions. *Inquiry: Sarajevo Journal of Social Sciences*, 2(2), 135-152.
- National Cybersecurity Center of Excellence (NCCoE). (2020). *5G Cybersecurity: Preparing a Secure Evolution to 5G*: <https://www.nccoe.nist.gov/sites/default/files/library/project-descriptions/5G-pse-project-description-final.pdf> [21.06.2020].

- Royal United Services Institute (RUSI). (2020). *5G Cyber Security: A Risk-Management Approach*: https://rusi.org/sites/default/files/20200602_5g_cyber_security_final_web_copy.pdf [12.06.2020].
- Şeker, M. & Bulduklu, Y. (2016). Dijital Çağda Ahlaki Değerler Bağlamında Hekim - Hasta İlişisine Eleştirel Bir Bakış. *Değerler Bilançosu Sosyoloji, Felsefe, Ekonomi, Eğitim, İletişim, Müzik, Tıp Beyaz Kitap* (ss. 365-388), Konya: Çizgi Kitabevi.
- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2018). Dijital Türkiye Yol Haritası: https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/2023_Dijital-Turkiye-Yol-Haritasi.pdf [05.06.2020].
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2020). <https://portal.turkpatent.gov.tr/anonim/arastirma/patent/detayli> [05.06.2020].
- Şeker, M., Özer, A., Tosun, Z., Korkut, C. & Doğrul, M. (2020). *COVID-19 Küresel Salgın Değerlendirme Raporu*. Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, TÜBA Raporları No: 34. Erişim: <http://www.tuba.gov.tr/files/images/2020/kovidraporu/T%C3%9CBA%20Covid-19%20Raporu%206.%20G%C3%BCncelleme.pdf> [21.06.2020].
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2019). The Digital Economy Report: https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Report.aspx [21.06.2020].
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2020). *China Becomes Top Filer of International Patents in 2019 Amid Robust Growth for WIPO's IP Services, Treaties and Finances*, PR/2020/848, Cenevre/İsviçre: https://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2020/article_0005.html [21.06.2020].

Yapay Zekâ ve İnsanlığın Geleceği

Ercan Öztemel

Prof. Dr. Ercan Öztemel / eoztemel@marmara.edu.tr

Prof. Dr. Ercan Öztemel, 1984 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Sakarya Mühendislik Fakültesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu. 1985-1987 yılları arasında yüksek lisans çalışmasını Boğaziçi Üniversitesi'nde, 1988-1992 yılları arasında Goller Üniversitesi Elektrik, Elektronik ve Sistem Mühendisliği Bölümü'nde ise doktora çalışmalarını tamamladı. 1993 yılında yardımcı doçent, 1995 yılında doçent unvanlarını alan Dr. Öztemel, 2001 yılında profesör olmuştur. 1993-2006 yılları arası Sakarya Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nde öğretim üyeliği yapan Dr. Öztemel, 2003-2006 yılları arasında üniversitenin Avrupa Kalite Ödülü Alan Kalite Yönetim Sisteminin kuruculuğunu ve rektör danışmanlığı görevini yürütmüştür. Yapay zekâ, karar destek sistemleri, stratejik planlama, kalite yönetimi, yönetim bilişim sistemleri, zeki imalat sistemleri alanlarında çok sayıda tez çalışması, projeleri, bilimsel makaleleri, bildirileri, yerli ve yabancı yayınevleri tarafından basılmış kitapları bulunan Dr. Öztemel Marmara Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Yapay Zekâ ve İnsanlığın Geleceği

Ercan Öztemel

Marmara Üniversitesi

Giriş

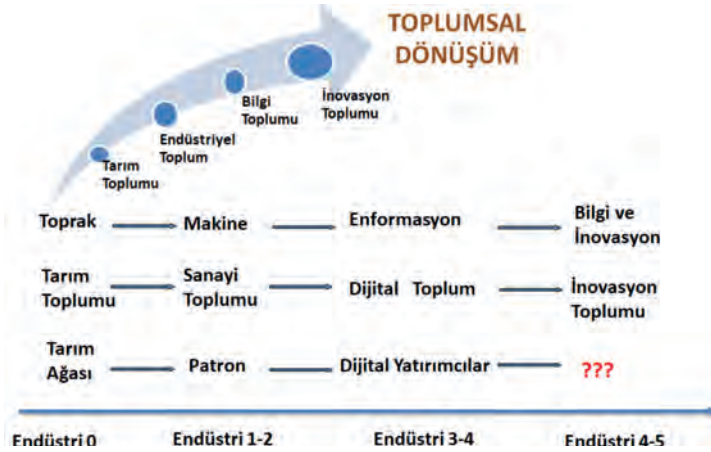
Son zamanlarda oldukça popüler olan toplumsal değişim ve dönüşüm süreci, aslında geçmişten günümüze gelen ve toplumsal farkındalık ile büyük bir hız kazanan olgudur. Dinamik ortamlarda ve değişen çevre şartlarında ülkelerin, üniversitelerin, kurum ve kuruluşların (kamu, özel sektör, imalat yapan, hizmet üreten ayrılmaksınız);

- Tüm paydaşlarının katılımıyla aynı amaçlar doğrultusunda gerek duyulan hizmetleri en etkin bir biçimde üretebilmeleri,
- Her geçen gün bir önceki günden daha iyi olmaları,
- Modern ve teknolojik gelişmelerle barışık bir şekilde sınırlı kaynakları en verimli şekilde kullanabilmeleri

için sistematik olarak kendilerini yenilemeleri ve değişim sürecini yönetmeleri kaçınılmaz görünmektedir. Ülke ve/veya kurumsal varlığı sürdürebilmek, ilgili kurum ya da kuruluşların bu değişim sürecini yönetebilmeleri ile doğru orantılı hale gelmiştir. Çünkü değişimin önü almamaz hale gelmiştir. Sürekli dile getirilen “değişmeyen tek şey değişimin kendisidir” söylemi çok açık olarak kendisini göstermektedir. Günümüz itibari ile dünya öyle bir noktaya gelmiştir ki bu dönüşüm sürecine ayak uydurmakta zorlananların gelecekte büyük sorunlar ile karşı karşıya kalacaklarında, diğerleri ile rekabet edemeyeceklerinde, hatta varlıklarını bile sürdüremeyeceklerinde herhangi bir şüphe bulunmamaktadır. Global dünyanın aktif aktörleri, başkalarının kaynaklarını kendi ülke ya da kurum menfaatleri doğrultusunda kullanmak için diğerlerini ezip geçmekten çekinmeyecektir. Unutulmaması gereken diğer önemli bir nokta da eskiden teknolojik gelişmeler toplumsal dönüşümleri yönlendirirken artık önce toplumlar dönüşmekte ve teknolojik dönüşümü tetiklemeye başlamaktadır. Dönüşümün hızı düşünüldüğünde bu durum, daha da vahimleşmektedir. Toplumların dünyaya ayak uydurabilmeleri; teknolojik, sosyolojik, politik ve kültürel gelişmeleri anlık takip edebilme kabiliyetleri ile doğru orantılı hale gelmektedir. Avcı toplumdan

tarım toplumuna geçişin ne kadar sürdüğü net olarak bilinmemektedir. Tarım toplumundan 1. sanayi toplumuna geçiş ise yaklaşık 5000 yıl kadar sürmüş iken, 2. Sanayi devrimini ondan 200 -300 yıl sonra, 3. Sanayi devrimini de ondan 80-100 yıl sonra gerçekleştirmiştir. Değişimin hızı dördüncü devrime geçişte daha da artmış ve 30-40 yıl gibi bir sürede bu dönüşüm kendisini göstermeye başlamıştır. Öyle görünüyor ki dünya kısa sürede **“bilgi toplumuna”** oradan da **“inovasyon ve bilgelik (hikmet) toplumuna”** doğru hızla yol almaktadır (bkz. Şekil 1). Hiç şüphe yok ki bilgi toplumu ile endüstriyel yaşam da tetiklenecek ve 5. Devrim ortaya çıkacaktır. Bu devrimin temel kazananlarının kimler olacağı henüz açık değildir. Tarım toplumunda ağalar, sanayi toplumunda patronlar, enformasyon toplumunda dijital yatırımcılar çok önemli kazanım ve güç sahibi olmuşlardır. 5. Toplumda şu an için bir betimleme yapmak güç olsa da daha çok olayların arkasındaki temel nitelikleri bilen ve yorumlayabilen **“bilge rehberlerin”** güç ve kazanım sağlayabilecekleri değerlendirilmektedir.

Şekil 1. Toplumsal Dönüşümler



Öztemel ve Gürsev (2020) tarafından gerçekleştirilen kapsamlı bir literatür taramasında belirtildiği üzere; dördüncü devrimin en temel bileşenleri *“nesnelerin interneti”*, *“siber fiziksel sistemler”* ve *“otonom makinelerin”* hâkim olduğu *“insansız fabrikalardır”*. Bulut bilişim teknolojisi ile birlikte *“büyük veri”* kavramı ortaya atılmıştır. Bu, sadece endüstriyel kuruluşların değil toplumun her kesiminin verinin önemini net olarak görmesine yol açmıştır. Artık inanılmaz miktarda verileri işleyip anlamlı bilgiler türetilmek ve çok farklı boyutlara dayanan kararlar verebilmek mümkün olabilmektedir.

Dördüncü dönüşümü tetikleyen en önemli yönlendirici teknolojiler;

- *Yapay zekâ çalışmaları,*
- *Enformasyon teknolojileri,*
- *Robotik ve sensör sistemlerindeki gelişmelerdir.*

Yukarıda sıralanan yönlendirici teknolojilerin bilgi yoğun yaklaşımlar ile bütünleştirilmesi neticesinde ortaya çıkan yenilikler dönüşüme süreklilik kazandırmaktadır. Sadece bilim dünyası değil artık toplumun her kesiminde dördüncü dönüşümün enerjisinin “bilgi” olduğu açıkça görülmekte ve kabul edilmektedir. Yapay zekâ, temelde bilgiyi işleyebilme üzerine kurulmuş bir teknoloji olduğundan tüm gelişmeler doğal olarak onun ekseninde şekillenmektedir.

Bu makalenin amacı endüstriyel ve sosyal dönüşümün yanı sıra yapay zekâ teknolojisinin toplum ve insanlığın bugün ve yarın da nasıl etkiler oluşturacağına dikkatleri çekmek ve geleceğe doğru bir bakış sunmaktır.

Yapay Zekâ

İnsanlık en başından beri beynin çalışmasını sürekli merak etmiş ve ona benzer bir cihaz yapma gayretini hep canlı tutmuştur. Bugün dahi bu heyecan bilim dünyasında etkisini sürdürmektedir. Ateşi keşfetmenin, tohumu keşfetmenin, topraktan üretileni artırmak için yeni icatlar yapmanın ve makineyi icat etmenin arkasında hep bu arayış yatmaktadır. Bilindiği üzere; ilk sanayi devrimini 17. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkmıştır. Bu, buhar gücü kullanarak çalışabilen ilk makinenin icadı olmuştur. Ortaya çıkan bu makine, dünya tarihinde yeni bir dönemin başlangıcı ve dikkate değer bir toplumsal değişimin sebebi olmuştur. Makineyi icat edenler dahi oradan hareket ile nelere ulaşılabileceğini tahmin dahi edememiştir. Makineleşme süreci, elektrik ve seri üretim kapasitelerinin icat edilmesinden sonra toplumların gelişme göstergesi haline gelen sanayi toplumunu tetiklemeye devam etmiştir. Arayışlar devam etmiş ve otomatik çalışan makine hayalleri bilgisayarların icat edilmesine ve bilgi teknolojisindeki ilerlemelere yol açmıştır. Bu sayede işletmelerin otomatik makineler ve yazılım operasyonları yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle 1950’li yıllarda bilim insanlarından bazıları artık otomatik makineler yapabiliyorsa yapay beyinde yapabileceğini düşünerek çalışmaları o yöne doğru kaydırmıştır. Başta Allen Newell ve John McCarthy olmak üzere olmak üzere bazı araştırmacılar bugünkü anlayışa göre çok sınırlı olsa da bazı programlar yazmayı başararak robotlara zekâ kazandırmanın yolunu açmayı başarmışlardır. 1956 yılında Dartmouth’ta yapılan bir konferans ile bu gelişmelere “*yapay zekâ*” adını vererek yeni bir bilimin doğmasına yol açmışlardır. Buchanan (2006) bu gelişmelerin bir özetini sunmuştur.

Geldiğimiz an itibarı ile yapay zekâ, zeki makineler, özellikle de zeki bilgisayar programları oluşturan bilim ve mühendislik dalı haline gelmiştir. Temel beklenti, insan zekâsının karakteristik özelliklerini bilgisayara kazandıran algoritmalar geliştirmek ve problemlere insan gibi zeki davranışlar sergileyerek çözümler üretebilen sistemler geliştirmektir. Zaman zaman bu beklentinin de ötesine geçilerek insanoğluna hükmeden sistemler geliştirme hayallerinin kurulduğunu söylemek de yanlış olmaz. Ancak gerçekçi ve bilimsel bir bakış açısı ile yapay zekâ, tecrübelerden öğrenebilen, öğrendiklerini muhakeme edebilen; şekilleri, görüntü ve örüntüleri tanıyabilen, karmaşık problemlere çözümler üretebilen, lisanı anlayarak kelimeler ile işlem yapabilen ve bilişim dünyasına farklı bir bakış açısı kazandıran bir bilim dalıdır.

Tarihi süreçte önceleri tümüyle insanın bir kopyası olabilecek bir makine üretme arayışını amaç edinen bu bilim dalında yapılan çalışmalar, sonraki yıllarda önemli gelişmelere yol açmış olsa da bu amaca ulaşmada yeterli sonuç vermemiştir. Yapay bir beyin yapma düşüncesinde hedeflenen çıktılara ulaşılması mümkün olamamıştır. Zamanla bu düşünce, yerini zeki davranış sergileyen programlar yapma anlayışına bırakmış ve 1980'li yıllarda yapay zekânın tanımı değişerek zeki robot yapma düşüncesi bir kenara bırakılmış ve onun yerine zeki programlar geliştirme amaçlanır hale gelmiştir. Bundan sonra yapay zekâ, bilim dünyasında ve toplumun değişik kesimlerinde yavaş yavaş popüler olmaya başlamıştır. Yapay insan yapma fikri tutmamış ama insan gibi davranabilen yazılımlar gerçekleştirme fikri hem kabul görmüş hem de hızla gelişen uygulama alanları bulmuştur. Bu gelişmeler, yeni metot ve yöntemlerin keşfedilmesine yol açmıştır. Makine öğrenmesi, belirsiz bilgileri işleme, monoton olmayan bilgi işleme, gerçek zamanlı kararlar verebilme, geometrik modelleme vb. gibi dallanmalar, duygusal zekâ arayışlarına (Campa, 2020) kadar gelmiştir. Bu gelişim süreci Şekil 2'de grafik olarak gösterilmiştir.

Şekil 2. Yapay zekânın tarihi gelişim süreci



Son 10 yıl içerisinde başta sensörler olmak üzere teknolojik, enformasyonel ve yapay zekâ teknolojilerindeki gelişmeler bilim dünyasının dikkatini tekrar zeki makineler yapma ve sistem üretme doğrultusuna yöneltmiştir. Bilim insanları da insanın bir kopyasını yapamayacaklarını çok iyi bilmektedirler ama insan gibi davranan ve sürekli kendi kendisini geliştirebilen hatta ARGE dahi yapabilen makinelerin geliştirilebileceğini söylemek hiç de yanlış olmaz. Yapay zekânın gelişimi ve yaygınlaşması ile endüstriyel hayat içerisinde kendi kendine davranabilen ve özerk (otonom) makineler üretmek mümkün olabilmektedir. Geliştirilecek olan sistemleri iletişimi ve etkileşimi için sensör teknolojileri ve bilgi ağları yeterli düzeyde imkânlar sunmaktadır. Siber-fiziksel sistemlerin üretilmesinin önünde önemli bir engel kalmamıştır. Ayrıca, nesnelerin interneti (IoT), sanallaştırma ve büyük veri uygulamaları, insansız fabrikalar ve bu sistemlerin beraberinde getirdiği diğer oluşumlar, yapay zekâ çalışmalarının da önünü açan teknolojiler olmuştur.

Yapay Zekâ Yetenekleri

Nesnelerin interneti, büyük veri analizi ve bilginin üretilmesi neticesinde yapay zekânın gücüne güç katılmaktadır. Makinelerin birbirleri ile konuşmasının yolları açılmaktadır. İnsan-makine-yazılım arasında yeni bir lisan oluşturma zamanının geldiği söylene yeridir. Geldiğimiz an itibari ile yapay zekâyı kullanarak bilgisayar satranç oyununda insanı yenebilmektedir. Yapay zekânın temel teknolojilerinden birisi olan uzman sistemler, bir uzay aracını kontrol edebilmektedir. Konuşma tanıma sistemleri ile insanlar, bilgisayarlar ve makinalar (robotlar) ile konuşabilmektedirler. Web sitelerinde otomatik olarak dil tercümesi gerçekleştirilebilmektedir. Geliştirilen makinalar, ilgili yazılımlar ile donatılarak;

- *Yorum yapabiliyor, problem çözebiliyor, ilişki kurabiliyor karar verebiliyor (uzman sistemler).*
- *Öğrenebiliyor (yapay sinir ağları ve diğer makine öğrenmesi teknikleri).*
- *Bildiğimiz bilgisayarların çözemediği karmaşık problemlere çözümler üretebiliyor (genetik algoritmalar).*
- *Kelimeleri anlayabiliyor. Kelimelere göre işlem yapabiliyor (bulanık önermeler mantığı).*
- *Merdiven çıkabiliyor, top oynayabiliyor, sorulara cevap verebiliyor, haberleşebiliyor... (zeki etmenler)*
- *Metinleri okuyabilir, anlamlandırabilir, öğretebilir (doğal dil işleme)*
- *Algılayabiliyor, önceliklendirebiliyor, odaklanabiliyor (bilgisayar görme)*

Gelişmelerin seyri izlendiğinde öyle görünüyor ki yakın gelecekte belki 5-10 yıl içerisinde robotlar ve bilgisayar tabanlı sistemler yapay zekâ teknolojisi ile zenginleştirilerek;

- *Birbirleri ile konuşabilecekler (bilgi protokolleri).*
- *Aynı amaca yönelebilecekler (amaç/sensör modellemesi).*
- *Sosyalleşebilecek, yardımlaşabilecek, birbirlerine destek üretebileceklerdir (duygusal zekâ).*
- *Birbirlerine olayları öğretebilecekler (zeki öğretim sistemleri).*
- *ARGE çalışmaları yapabilecekler ve inovatif davranabilecekler (bilimsel keşiflerin modellenmesi).*
- *Birden fazla işi tek başlarına yapabilecekler (zeki etmenler).*
- *İşletmelerin yönetim kademelerinde görev alabilecek ve sanal yöneticiler olarak hizmet verebilecekler (zeki etmenler).*
- *Kişiselleştirilmiş eğitim/öğretim sistemleri oluşturabileceklerdir (zeki öğretim sistemleri)*
- *Muhatabı ile ana dili üzerinden iletişim kurma konusunda çok maharetli olabilecekler (doğal dil işleme).*

Yukarıda belirtilen konuların çoğunda halihazırda çok fazla sayıda örnek bilimsel çalışmaya rastlamak mümkündür. Bazılarının pratik uygulamaları da görülmeye başlanmıştır. Hatta robotların artık doktorluk yapabileceklerine yönelik araştırmalar bulunmaktadır (Yasnitsky vd., 2020). Bu uygulamaların sayısı da her geçen gün büyük bir hızla artmaktadır. Özellikle imalat toplumlarında ve endüstriyel yaşamda yapay zekâ, köklü bir değişimin tetikleyicisi olmuştur. Klasik anlayışa göre bilinen “enerji-makine-para-malzeme” şeklindeki üretim vizyonu artık “ürün-istihbarat-bilgi-iletişim ağı” şeklinde ifade edilen bir vizyona dönüşmektedir. Bu çizgideki ilerlemenin toplumları “bilgi toplumuna” oradan da “bilgelik toplumuna” götüreceği çok açıktır. Sadece endüstriyel hayatta değil eğitim sektöründe (kişiselleştirilmiş eğitim sistemleri vb. ile), sağlık sektöründe (yapay organlar vb. ile), finans sektöründe (sanal risk takipçileri vb. ile), yönetim alanında (kişisel asistanlar ve iş zekâsı sistemleri vb. ile), ticari hayatta (tercih robotları vb. ile), ulaşım sektöründe (rota planlayıcı vb. ile), askeri alanda (insansız araçlar vb. ile) ve diğer tüm sektörlerde bu teknolojinin yoğun olarak kullanıldığını görmekteyiz. Yukarıda açıklanan kabiliyetlerin uygulamaları ve pratik hayatta deneyimlenmesi ile bu yaygın gidişatın büyük bir hızla artacağı da çok açıktır. Bu kaniya varabilmek için yapılan bazı tahminleri gözden geçirmek yeterli olacaktır. Bu düşüncüyü desteklemek için Johnson (2017) tarafından yapılan 99 adet tahminden bazıları aşağıda verilmiştir.

- *İnovatif markalar, gelecekte diğerlerine göre 9 kat daha fazla kıymetli olacaktır.*
- *İnsanlar, gelecekte bireylerden daha çok yazılım ve robotlar ile iletişim halinde olacaktır.*
- *Kısa sürede yapılan işlerin %50’si otomatikleştirilebilecektir.*
- *İnsansız araçlar ile trafik kazalarında önemli oranda azalma olabilecektir.*
- *Milyonlarca insan kısa sürede artırılmış gerçeklik üzerinden alışveriş yapacaklardır.*
- *Yapay zekâ sistemleri, salgın hastalıkları önceden tahmin edebilecektir.*
- *İnsanlar hemen her alanda kendilerine destek verecek bilgisayarlardaki ve cep telefonlarındaki yazılımlardan oluşan zeki asistanlara kavuşacaklardır.*
- *Meslekler değişecektir. Bugün okula yeni başlayanların %65’i gelecekte bugün bilinmeyen bir mesleği yapıyor olacaktır.*
- *3 Boyutlu yazıcılar ile insan organları dâhil birçok cihaz ve sistemi üretebiliyor olacaktır.*
- ...

Aslında bu kapsamda yazacak çok şey bulunmaktadır. Yapılan farklı tahminler de yapılmaktadır. Ancak yapay zekânın kabiliyet ve yeteneklerini göz önüne sermek için verilen bu bilgiler yeterli olacaktır. Burada bir noktaya dikkati çekmekte fayda vardır. Yapay zekâ, tek başına bütün bu yetenekleri değere ve sistemlere kazandıramaz. Diğer destekleyici ve doğru dijital teknolojilere yönelmek ve eko sistemi canlı tutmak olmazsa olmaz koşuldur.

Yapay Zekânın Toplum ve Geleceği Üzerindeki Etkisi

Teknolojik gelişmelere paralel olarak toplumsal dönüşümün yaşanması, doğal olarak yapay zekânın sosyal yaşam üzerinde de önemli etkilerinin görülmesine yol açmaktadır. Özellikle bulut bilişim, nesnelerin interneti, zeki sensörler, büyük veri sistemleri, 3 boyutlu baskı ve blokzinciri uygulamaları akıllı şehir uygulamalarında olduğu gibi bazı yeni teknolojilerle birlikte kullanıldığında daha etkili olmaktadır. Ulaşımdan sağlığa, tarımdan imalata, kamu yönetiminden ticarete, enerjiden eğitime yaşamın her alanında daha etkili ve daha işlevsel olan yeni sistemler üretilmektedir. Bu teknolojileri yaşamın bu alanlarında kullanarak insan vücuduna implante edilen *Artificial Intelligence (AI)* yani yapay zeka ürünleri, toplantılarda karar kurulu üyelerinin rolünü yerine getirebilecek AI robotları, giyilebilir internet, insan için hayatı kolaylaştıran akıllı şehir uygulamaları, gerçek zamanlı karar vermek için artırılmış gerçeklik kullanan görme sistemleri, 3D baskılı imalat sistemleri, yapay organlar ve sürücüsüz araçlar vb. kendisini gösterecektir. Bu konuda kapsamlı bir değerlendirme Dünya ekonomik Forum tarafından hazırlanan bir raporda bulunabilir [WEF,2015]. Bu gelişmeler incelendiğinde yapay zekânın, bilim dünyasının dikkatlerini hayal gücü, öğrenme, bağımsız düşünme, yaratıcılık ve icadın yanı sıra tamamen etkili inovasyon rekabetine odaklayarak bilgiye dayalı topluma doğru gelişmelere yön verdiği görülmektedir.

Emek yoğun işlerin robotlara devredilmesi ve insansız fabrikalar

Bir zamanlar toplumsal gelişmenin temel göstergesi olan sanayileşme, operasyonları tamamen robotlara devredecek ve insanlar daha çok hizmet sektöründe çalışacaklardır. Emek yoğun işleri makinalara bırakıp kendileri mental operasyonlar üzerine yoğunlaşacaklardır. Daha açık söylemek gerekirse artık insanlar mekanik anlamda makine modellemesini bırakıp onun yerine davranış modellemesine odaklanacaktır. Bunu gerçekleştirebilmeleri için ellerindeki en önemli araç, yapay zekâ olacaktır. Davranışları modelleyenler, diğer toplumlar üzerinde kendi kültürlerinin etkilerini en üst düzeye çıkartabileceklerdir. Teknolojiyi bu kapsamda yönetemeyenler onun etkisi ile yönetenlerin istediklerini yapmak durumunda kalacaklardır.

İnsansız araçların yaygınlaşması

Yapay zekâ, insansız makinelerin üretilmesinde aktif oldukça insanlar tarafından yürütülen diğer konularda da önemli yeniliklerin kapısını aralayacaktır. Şimdiden sürücüsüz araçların kullanılmasına başlanmıştır. Gelişmiş toplumlar, bu kapsamda da çalışmaları yakından takip etmekte hatta ilgili motivasyonu artırmak ve cesaretlendirmek için gereken desteği sunmaktadırlar. ABD kongresi insansız araç kullanımını desteklemek amacıyla "H.R.338 - kendi kendine süren araç yasası" çıkartmıştır (SDA, 2018) . Özellikle askeri alanda insansız araçlar ile gözetleme, keşif ve müdahale yapılması ülkemizde de gündemde olan konulardandır. İnsansız araçlar sadece araba ve uçak gibi araç kullanımı ile sınırlı değildir. Dinleme amacı ile geliştirilen cihazlar da vardır. Gözetleme kulelerindeki sistemler, elektronik denetim sistemleri vb. gibi birçok alanda uygulamalarını görmek mümkündür.

Kişisel asistanların kullanılması

İnsanlar, hangi işi yapıyorlarsa yapsınlar, organizasyonun hangi düzeyinde bulunuyorlarsa bulunsunlar artık yavaş yavaş makineler ile arkadaş olmaları gereken bir topluma doğru hızla sürüklenmektedirler. Öyle görünüyor ki gelecekte psikologlara gitmek yerine dertlerini makinelere anlatıp onların yapacakları terapiler ile rahatlamayı tercih edeceklerdir. Canları sıkıldığında radyoları ile sohbet etme imkânı bulacaklardır. Daha şimdiden arkadaş radyo üretme çalışmalarının yürütüldüğü bilinmektedir. Yatırım yaparken, eğitim tercihlerini oluştururken, araba seçerken, hatta gidecekleri restoranları belirlerken sürekli ceplerinde taşıdıkları cep telefonlarından destek almayı tercih edeceklerdir. Tabiri caiz ise sekreterlerini cep telefonlarına atıp orada kendilerine kişisel asistanlar oluşturacaklardır. Kişisel asistan olmadan bir noktada öteki noktaya gitmekte zorlanacaklardır. Hayatlarında en çok güvendikleri bir insan yerine yapay zekâ ile donatılmış makineler olacaktır. Makinelerin boyutları küçülmekte ama marifetleri büyümektedir. Örnek olarak Şekil 3'te gösterildiği üzere bir cep telefonu incelenebilir. Bundan 20-25 yıl önce milyonlarca dolar vererek yaptırılacak olan birçok şey artık cep telefonları içerisinde sadece 1000 TL gibi bir fiyat ile temin edilebilmektedir. Bir de bu makinelerin zekileştiği düşünüldüğünde topluma önemli katkılar sunacakları çok açıktır.

Şekil 3. Sistemler küçülmekte ama marifetleri büyümektedir.



Zeki şehir uygulamaları

Yapay zekânın insanlar ve toplumlar üzerindeki en önemli etkilerinde birisi de şehirlerin zekileştirilmesi ile ortaya çıkmaktadır. Gelecekte bu etkinin daha da artacağı değerlendirilmektedir. Şehrin içerisindeki alt yapı hizmetleri, temizlik hizmetleri, ulaşım hizmetleri, sosyal yardımlar ve sosyal donatı alanları, kültürel etkinlikler gibi her türlü toplumsal faaliyetin yürütülmesinde yapay zekâ destek üretebilecek durumdadır. Binalar zekileştirilmektedir. Su ve elektrik kullanımı başta olmak üzere insanlar ihtiyaçları olan hizmetlerden en fazla fayda sağlayacak şekilde istifade edebilmek üzere yapay zekâdan destek alabilmektedir. Mesela hane sahipleri, kendi ekonomik durumlarına göre su, elektrik ve gaz tüketimini ayarlayabilmektedirler. Şehrin o anki trafik yoğunluğu hesaba katılarak seyahat planı oluşturulabilmekte ve evden çıkarken hangi araç ile istenilen me-

safeeye gitmenin doğru olacağına karar verebilen sistemler bulunabilmektedir. Evler, uzaktan idare edilebilmekte ve yaşam konforuna destek üretilebilmektedir. Nesnelerin interneti ve sensörler yoluyla geliştirilmiş yapay zekâ sistemleri; arabalar, evler, buzdolabı, sayaçlar, pencereler, günlük kullanımda olan alet ve edevat vb. ile iletişim kurabilmekte ve onları yönlendirebilmektedir. Buzdolabında bulunan sütün kullanım tarihi geçmek üzere iken cep telefonuna bir uyarı mesajı alınabilmekte ve yerine ne kadar hangi üründen konulması gerektiği yönünde öneriler yapılabilmektedir. Gelecekte de büyük ihtimalle kişinin sağlığı ile uyumlu olmayan ürünler buzdolabı tarafından kabul edilmeyecektir. Gidilen bir şehirde nasıl hareket edilmesi gerektiği yönünde tavsiyeler alınabilmektedir. Bu tür girişimlerin tamamının arkasındaki en önemli güç, yapay zekâ, sensörler ve nesnelerin interneti teknolojileridir.

Sosyal medya uygulamaları ve toplumsal yönlendirmeler

Yapay zekâ teknolojileri ile sosyal medya üzerinde de önemli çalışmaların yapılması, toplumda istenilen bilgilerin yayılabilmesi ve bu bilgilerin en doğru şekilde ve en doğru kitleye iletilmesi mümkün olabilmektedir. Özellikle sosyal medya üzerinden “belirli bir amaca yönelik” olarak dağıtılacak olan bir mesajın direkt muhataplarına ulaşması, hata her muhatabına onun en fazla etkilenebileceği üslup ve tarz ile ulaşabileceği bir sitemin geliştirilmesi yakın zamanda olası görülmektedir. Bazı sosyal medya kuruluşları, insanların 20 tıklaması ile onları tanımlayacak çok sayıda bilgi üretebildiklerini iddia etmektedirler. Bugün için zor görünse de yakın gelecekte bunun olması çok muhtemeldir. Sosyal medya üzerinden yanlış bilgileri de yapay zekâ ile yaymak mümkün olabileceği gibi yine yapay zekâ ile sosyal medya kullanılarak yapılan yanlış propaganda ve yönlendirmelerin önüne geçmek de mümkün olabilecektir. Sadece muhataplardan daha zeki sistemler yapabilmek yeterli olacaktır. Daha fazla zeki olanın ve zeki düşünebilenin kazandığı bir yapıya doğru dünya sürüklenmektedir.

Yeni Mesleklerin ortaya çıkması

Yapay zekânın getirdiği gelişmeler ile insanların yaptıkları işler ve mesleklerde de önemli değişimlere kapı açılması beklenmektedir. Bunun etkisi görülmeye başlanmıştır. Birçok ülkede artık bilgi mühendisi, eş zamanlı mühendis, süreç mühendisi, performans mühendisi, veri analisti, veri tabanı ilişki uzmanı, 3D modelleme teknisyeni, kişisel eğitim rehberleri, hologram tasarımcısı, zeki ulaşım mühendisleri gibi meslekler şimdiden eğitim sistemlerinin parçası haline gelmiştir. Bununla birlikte duygusal zekâ uzmanı, robot etik danışmanı, robot empati uzmanı, davranış mühendisi, siber organizma tasarımcısı, uzay turist rehberi, uzay hemşiresi, uzay doktoru, depolama solucanı operatörü, zihin aktarma uzmanı, internet üzerinden terapi uzmanı, hiperzeki ulaşım mühendisi gibi mesleklerin de kendisini göstereceği açıktır.

Diğer olası gelişme örnekleri

Yukarıdaki açıklamalar gibi çok sayıda başka örnekler de vermek mümkündür. Özellikle askeri, ticari ve finans ayağında da toplumda önemli değişim ve dönüşümlere yol açacak sistemlerin geliştirilmesi mümkün olup bunların örnekleri de

vardır. Mesela, zeki radarlar ile belirlenen savaş unsurlarının dost mu düşman mı olduğunun belirlenmesinde, tam ve yarı otonom sürücüler kullanılarak araçların yürütülmesinde, benzetim sistemleri ile savaş alanı üzerinde stratejilerin ve etkilerinin değerlendirilmesinde, askeri robotik ve makine görmesi teknolojileri ile hedeflerin belirlenmesinde, bunlar gibi birçok askeri alanda yapay zekanın önemli destekler ürettiği bilinmektedir. ABD'nin şu an ön cephede askerlerin yerine savaşacak robotlar oluşturma yönünde bir proje yürüttüğü değişik mecralarda dile getirilmektedir.

Diğer sektörlerde olduğu gibi finans sektöründe de yapay zekânın etkisiyle kademeli bir evrim ve dönüşüm sürecinin yaşandığı bilinmektedir. Yapay zekânın sürekli ve hızlı bir şekilde gelişiyor olması, finans sektöründe görev yapan profesyonellerin işlerini kolaylaştırmaktadır. Değişik alanlarda çok sayıda farklı faktörü hesaba katarak, müşteriler ile ilgili daha hızlı ve doğru bir şekilde risklerinin belirlenmesi başta olmak üzere sigorta yönetimi, kredi başvurularının değerlendirilmesi, sahte evrak tespiti, borsada alış ve satış operasyonları gibi önemli alanlarda uygulamaları görmek mümkündür. Tadapaneni (2020) bu kapsamda gerçekleştirdiği bir değerlendirmeyi yayınlamıştır.

Yukarıdaki alanlara benzer şekilde sağlık, eğitim, ulaşım, servis hizmetleri, tarım ve hayvancılık, hukuk, vb. hayatın her aşamasında yapay zekânın etkisi bulunmaktadır. Sheikh (2020) yapay zekânın farklı alanlarda toplumsal hayata etkilerine dikkatleri çekmektedir. Benzeri birçok konuda uygulamalar bulunmaktadır. Genel hatları ile bir değerlendirme yapmak gerekirse; yapay zekânın toplum üzerindeki etkisini anlamak için aşağıdaki sonuçlara dikkat çekmenin yeterli olacağı değerlendirilmiştir.

- *Yapay zekâ insanların inovasyon yeteneğinin artmasına önemli oranda destek üretebilecektir.*
- *Sistemlerin izlenmesini ve arıza tespitini kolaylaştıracak; makineler arızalanmadan kendi kendilerini tamir edecek bir tasarım ile hizmetin kesintisiz sürdürebilmesi sağlanabilecektir.*
- *Çevre dostu ürünler ile daha yüksek verimliliği sağlamak mümkün olabilecektir. Yapay zekâ hangi alanlarda daha fazla ihtiyacın olduğunun belirlenmesinde ve çevre dostu sistemlerin tasarlanmasında önemli oranda destek üretebilecektir.*
- *Üretimde esnekliğin artmasına ve maliyetlerin azalmasına önemli oranda katkı sağlayabilecektir. Özellikle hata oranlarındaki düşüş ve işgücü maliyetlerinin yok denecek kadar az düzeye indirgenmesi, yapay zekâ ile donatılmış üretim tesislerinin rakiplerine göre önemli bir rekabet avantajı kazanmalarına yol açacaktır.*
- *Yeni hizmet ve iş modellerinin geliştirilmesi ve daha hızlı işleyen ürün geliştirme sürecini tetikleyecek en güzel araçlardan birisi yapay zekâ sistemleri olabilecektir. Özellikle zeki tasarım sistemleri bu konuda insanoğluna sadece yeni sistem tasarımı değil aynı zamanda sosyal, ekonomik, kültürel anlamda maksimum faydayı temin ederek tasarımları oluşturmayı kolaylaştıracaktır.*

- Gerçek zamanlı, daha rasyonel ve önyargılardan uzak bilgiye dayalı karar verme sistemleri ile “öngörüye dayalı karar verme” yerine “gerçeğe dayalı karar verme” sistemlerinin geliştirilmesini temin edecek teknolojileri sunacak ve bu teknolojilerini uygulanmasını kolaylaştıracak yöntemlerin geliştirilmesi mümkün olabilecektir.
- Ülkenin her yerinden (uzak, yakın, az gelişmiş çok gelişmiş) ekonomiye katılımın artması için gerekli bilgilere erişim kolaylaşacak, zeki rehberler ile yönlendirmeler ve tetiklemeler gerçekleştirilebilecektir.
- Pazarın büyümesi, küresel pazarlara erişim ve e-ticaretin artmasına katkı üretililebilecektir. Tüketici davranışları ve satın alma örüntüleri incelenerek, özellikle rekabet üstünlüğü sağlayacak sistemler geliştirilmesi yoluyla pazar payı artırılabilir.
- Kamu hizmetlerine (eğitim, sağlık, yerel hizmetler ...) daha kolay erişim mümkün olabilecektir. Birçok hizmet insansız yürütüldüğünden istenildiğinde istenilen şekilde destek almak mümkün olabilecektir. Bu da doğal olarak yaşam kalitesinin artmasına ve topluma sunulan ürün ve hizmetlerde hem çeşitliliğe hem de yaygın kullanıma yol açacaktır. Daha çok kişiselleştirilmiş ürün ve hizmetler ile insanların gerçek ihtiyaçlarına cevap vermek mümkün olabilecektir. Bunun da ötesinde tasarım sistemleri ile bütünleştiğinde insanlara yeni ihtiyaçlar oluşturmak suretiyle pazarda rekabet üstünlüğü kurulabilecektir.
- Zeki şehirler, zeki evler, insansız fabrikalar oluşturulmasında yapay zekâ olmazsa olmaz teknolojilerden olacaktır.
- Yapay organlar ile insanların yaşam konforuna önemli oranda destek verilebilecektir.
- Yapay zekâ ile uzaktan denetim imkânları oluşturulabilecektir. Çok sayıda eleman istihdam edilmeden istenilen nitelikte denetimler, istenilen sayıda ve zamanda gerçekleştirilebilecektir. Hatta bazı konularda sürekli denetim kaçınılmaz olacaktır.

Yapay Zekânın Tehlikeleri ve Olumsuz Etkileri

Yapay zekâ teknolojisi ile ilgili gelişmelerde en fazla merak edilen konulardan birisi de yapay zekânın ne kadar tehlikeli olabileceğidir. Yapay zekâ kul yapısıdır. Bu konunun çok iyi anlaşılması gerekir. Bir insan ya da bir grup ancak kendi zekâsı kadar zeki bir sistem yapabilir. Eğer kişi iyi niyetli ise topluma faydalı sistemler, kötü niyetli ise topluma zarar verecek sistemler geliştirme gayretinde olacaktır. Neticede sorun insanın iyi ya da kötü olmasıdır. Tehlike varsa bu insandadır. İnsanın modelleme kabiliyetindedir. Şu çok açıktır. Kötü bir robotu durdurmak kötü niyetli bir insanı durdurmaktan çok daha kolaydır. Tek şart zekâ düzeyini kötü niyetli sistemin zekâ düzeyinin üzerine çıkartmaktır. Onu yapan bir insan zekâsı olduğuna göre tedbir alacak zekâyı da bir insan ya da bir grup insan üretebilecektir. Yapılacak olan şey, eğitim yolu ile insanları kötü davranışlar içinde olmasını önlemek ve toplumda her türlü kötü hareketi (ister insandan ister robottan gelsin) izleyip gereken tedbirleri alacak olan sistemlere yatırım yapmaktır. Bu konuda özellikle bilim insanlarına önemli görevler düşmektedir. Toplumun yapay zekâdan korkmaması gerektiğinin çok iyi anlatıl-

ması ve bu konuda farkındalık oluşturulması bilim insanlarına düşmektedir. Robotun üstünlüğüne inanmış bireylerin daha üstün nitelikli robotlar yapması güçtür. Ama onun insan yapımı olduğu ve insan zekâsının bir ürünü olduğunun bilincinde olanlar, kendi zekâlarını daha yakın ve başarılı sistem geliştirme amacı ile kullanabileceklerdir.

Bu açıklamadan sonra yapay zekânın yukarıda belirtilen pozitif yanlarına karşılık toplum üzerinde bazı negatif etkilerine de değinmekte fayda olacaktır. Bu teknolojinin aşağıdaki konularda tedbir alınmaması durumunda olumsuz etkilere yol açabileceği söylenebilir.

- *Robotlar ile ilişkisi güçlü olan toplum bireylerinin toplumsal olaylara karşı duyarlılıklarında önemli oranda düşüş gözlemlenebilecektir. Birlikte olmak, sosyal paylaşımlar gerçekleştirmek, gelenekleri yaşatmak gibi durumlar, teknolojik gelişmeler ile zaten kısıtlanmaktadır. Yapay zekâ eğer kontrol edilmezse buna destek verebilecek en önemli araç olabilecektir.*
- *Mahremiyetin ortadan kalkması ya da azalmasına yol açacak sistemler geliştirilmesinde ve bu yönde sistemlerin maharetleri ile performanslarının artırılmasında yapay zekânın önemli oranda desteği olabilecektir.*
- *Siber saldırıların yaygınlaşması ve bilgi güvenliğinin azalması amacı ile bu teknolojinin kullanılması, kötü niyetlilerin başarısına katkı üretebilecektir.*
- *Bilgi hırsızlığının (özellikle kimlik bilgilerinin ele geçirilmesi) artmasında istenmeyen sonuçların doğmasını kolaylaştıracaktır.*
- *Takip edilme oranlarının artması ve kişisel özgürlüklerin kısıtlanmasına destek verecek yöntemleri yapay zekâ ile daha kolay uygulamak mümkün olabilecektir.*
- *Yapay zekâ, tüm sunulan hizmetlerde 7/24 hizmet sunulması beklentisini önemli oranda artıracak ve bu durum da hizmet üretenlerin üzerinde önemli oranda bir yükün doğmasına neden olabilecektir.*
- *Robotları kullanarak haksız kazanım elde etmek isteyenlere önemli oranda cesaret verebilecektir.*
- *Yakın gelecekte topluma yayılan ve istenmeyen bilgilerden kurtulamama önemli bir sorun alanı olarak görünmektedir. Özellikle toplumların yanlış yönlendirilmesini önlemek için bilgiye erişimin kısıtlanması veya yanlış bilgi yayılımı, artan manipülasyon girişimleri belki de yukarıdakiler arasında yapay zekânın topluma verebileceği en önemli zararlardan olabilecektir. Özellikle sosyal medya üzerinden yukarıda belirtildiği üzere “belirli bir amaca yönelik” olarak dağıtılacak olan bir mesajın direkt muhataplarına ulaşması, hata her muhatabına onun en fazla etkilenebileceği bir üslup ve tarz ile ulaşabileceği bir sitenin geliştirilmesi düşünüldüğünde konunun vahameti daha iyi anlaşılabilir. Üstelik bu mesajın ulaşmasını engellemek, sosyal medya sistemini kapatmak ile de mümkün olamayabilecektir.*

Ancak burada şu konuyu unutmamakta fayda vardır. Bütün bu olumsuzlukları yapay zekâ tetikleyebileceği gibi bunları önleyecek sistemleri de geliştirme yeteneğine sahip olacaktır.

Sonuç

Dünyada toplumsal ve teknolojik değişim, yüksek bir hızla devam etmektedir. Dijital dünyanın iş modellerini yükseltebileceği ve işletmelerin yeni ve sürdürülebilir gelir kaynakları bulmak için radikal keşiflere açık olması ve kendilerini rutin düşünme ve davranıştan koparmaya hazır olmaları gerektiği iyi anlaşılmalıdır. Bu, kesinlikle bazı riskleri de beraberinde getireceğinden süreçler, yeniden tanımlanmalı ve riskten arındırılabilmesi için özel tasarımlar geliştirilmelidir. Sağlıklı bir inovasyon ve rekabetçilik stratejisi belirlenmeli ve bu unsurlar kesintisi olarak özendirilmelidir. Geliştirilen strateji çok dikkatle uygulanmalıdır. Başta yapay zekâ olmak üzere teknolojik gelişmelere karşı kayıtsız kalınmamalı ve sistem bütününde tüm operasyonların zekileştirilmesi için gayret gösterilmelidir.

Devletin ve işletme yönetimlerinin bu gelişmelere yakın destek vermesi gerekmektedir. Ancak yapay zekânın kontrollü gelişmesi sağlanmalıdır. Eğer kontrol edilmez ve kendi kendine bırakılırsa toplumlarda yönetilmesi ve çözülmesi zor olan sorunların doğmasına neden olabilir. Bu kontrollü gelişmeyi temin etmek için aşağıdaki unsurların önemli olduğu değerlendirilmektedir.

- *Kamu ya da özel tüm kurumlar kendilerini rutin düşünce ve davranışların dışında tutmalı ve yapay zekâ gibi gelişen teknolojilere yatırım yapmalıdırlar. Sadece yapay zekâ yetmemektedir. Aynı zamanda robotik ve enformasyon teknolojilerine de yatırım yapmak gerekecektir. Bu üç unsuru birbirinden ayırmamak gerekmektedir.*
- *Gereken değişimi yakalayabilmek için yoğun enerji sarf etmek gerektiği kabul edilmelidir. Başarılı olabilmek için bazen başarısız olunmasının normal olduğu gerçeği de unutulmamalıdır. Bu konuda risk almaktan çekinilmemelidir. Hata yapmak teşvik edilmelidir. Her yeni buluş beraberinde risk ve hatayı da getirecektir. Sistemler geliştirildikten sonra hatasız çalışmalarını sağlamanın mümkün olabileceği unutulmamalıdır. Alınan risk ile oluşturulan değer, kaybedilenden çok daha fazla olacaktır.*
- *Dijital yetenekleri keşfetmek üzere özel programlar oluşturulmalı ve sosyal medya dâhil dijital dünyada yetenek avcılığından kaçınılmalıdır.*
- *Artık toplumsal dönüşüm ekonominin temelini oluşturduğuna göre toplumun yakından izlenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda müşteri beklentilerinin önemi göz ardı edilmemeli ve kesintisiz müşteri ilişkiler sisteminin etkin olarak çalıştırılarak müşterilere ihtiyaç oluşturma gayretleri önemsenmelidir.*
- *Kurumlar sadece kendileri değil aynı zamanda eko-sisteminde de değişim ve dönüşümü yaşamaya gayret etmeli ve onların yapay zekâ başta olmak üzere ilgili girişimlerine destek olunmalıdır.*
- *İş süreçlerinin yapay zekâ esaslı olarak yenilenmesinden çekinilmemeli tam aksine bu süreç desteklenmelidir. Bu süreçlerin tasarımında inovasyon ve rekabet, bir yaşam tarzı haline gelmelidir.*
- *Çalışanların değişimi çok iyi anlamaları için sürekli eğitimleri gerekmektedir. Yaşam boyu öğrenmeyi sürdürmek kurumların temel görevlerinden birisi olmalı ve kurumsallaştırılmalıdır.*

Yapay zekâ girişimlerinde başarılı olabilmek için geciktirilmeden ilk adımın atılması ve çalışmaların neticelerinin sürekli ölçülmesi, başarılı bir dönüşüm süreci yaşamak için önemli bir gereksinimdir. Eğer ihmal edilirse gelecekte rakipleri yakalamak neredeyse imkânsız olacaktır. Çünkü gelişmelerin hızı çok fazladır. Bir sistem, tasarım aşamasında iken diğer sistem piyasaya sürülebilmekte ve yapılan tasarımlar anlamsız olabilmektedir.

Yapay zekânın toplumlara ve kurumlara rekabet üstünlüğünü kazandıracak gücü vardır. Dahası, bu teknoloji ile refah seviyesini en üst düzeyde tutulabilecek ve yaşam konforu artırılabilir. Doğal olarak insanların daha fazla boş vakitleri olabilecektir. İnsanlar boş zamanlarını daha fazla sosyalleşmeye ayırabilecek, aile ilişkilerini düzenleyebilecek, olası sosyal beklentileri karşılayabilecek ve kalan vakitlerini kendi kişisel gelişimleri için kullanabileceklerdir. Bunun en önemli koşulu ise kontrollü bir yapay zekâ gelişimini sağlamaktır. Yukarıda belirtildiği üzere insanlar ancak kendileri kadar zeki sistemler yapabilirler. İyi niyetliler olduğu kadar kötü niyetli girişimler de mümkün olabilecektir. Toplumu kötü niyetli sistemlerden koruyacak mekanizmaların bulunması mümkün olup bunu toplumsal gelişim felsefesinin bir parçası yapmak gerekecektir.

Kaynaklar

- Buchanan, B. G. (2006). A (Very) Brief History of Artificial Intelligence, *AI Magazine*, 26(4), 53-60.
- Öztemel, E. & Gürsev, S. (2020). A Literature Review on Industry 4.0 and Beyond, *Journal Of Intelligent Manufacturing*, 31(1), 127-182, DOI: 10.1007/s10845-018-1433-8,
- Johnson, P. (2017). 99 Facts On The Future Of Business in The Digital Economy, *SAP*: <https://www.slideshare.net/sap/99-facts-on-the-future-of-business-in-the-digital-economy-> [01.07.2020].
- Campa, R. (2020). Fourth Industrial Revolution and Emotional Intelligence: A Conceptual and Scientific Analysis, *Changing Societies & Personalities*, 4(1), 8-30. DOI: 10.15826/csp.2020.4.1.087
- SDA, H.R.3388 - SELF DRIVE Act: <https://www.congress.gov/bill/115th-congress/house-bill/3388> [01.07.2020].
- Sheikh, S. (2020). Understanding the Role of Artificial Intelligence and Its Future Social Impact, *IGI Global*
- WEF. (2015). Deep Shift - Technology Tipping Points and Societal Impact, A survey Report, World Economy Forum.
- Yasnitsky L.N., Dumler A. A., & Cherepanov F.M. (2020). Robot-Doctor: What Can It Be?. In: Misurin S., Arakelian V., Avetisyan A. (eds) *Advanced Technologies in Robotics and Intelligent Systems. Mechanisms and Machine Science*, 80. Springer, Cham.

Yapay Zekâ ve İnsanlık

Türkay Dereli

Prof. Dr. Türkay Dereli / turkay.dereli@iste.edu.tr

1992 yılında ODTÜ Gaziantep Mühendislik Fakültesi Makina Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan Prof. Dr. Türkay Dereli, lisansüstü çalışmalarını tamamlayarak 1998 yılında Gaziantep Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nde çalışmaya başladı. 2002 yılında Doçent unvanını alan Prof. Dr. Türkay Dereli, 2007 yılında Profesörlük kadrosuna atandı. Endüstriyel ve güncel araştırma projeleri ile ulusal ve uluslararası konferans organizasyonlarında görev aldı. Türkiye'deki ilk yenilik merkezi ile bilişim ve hızlı prototipleme laboratuvarlarının Gaziantep'te kurulması için çalıştı. Çok sayıda özgün makale, tebliğ ve kitapları yayınlandı. Yapay zekânın özellikle üretim sistemlerinde uygulanması üzerine bilimsel çalışmaları bulunan Prof. Dr. Türkay Dereli'nin son yıllardaki çalışmaları Teknoloji ve Toplum üzerine yoğunlaşmaya başlamıştır. 2012 yılında Gaziantep Üniversitesi'nin Bilim, Sanayi ve Teknoloji politikalarından sorumlu Rektör Yardımcısı olarak görevlendirilen Prof. Dr. Türkay Dereli, 2015 yılından bu yana İskenderun Teknik Üniversitesi (İSTE) Rektörü olarak görev yapmaktadır.

Yapay Zekâ ve İnsanlık

Türkay Dereli

İskenderun Teknik Üniversitesi (İSTE)

Giriş

Toplum yapısındaki değişimlerde sanayi devrimlerinin etkisi büyüktür. Her yeni sanayi devrimi ile birlikte döneme özel toplum yapıları ortaya çıktığı söylenebilir. Kırdan çalışanların kentlere akması, kentlerin büyümesi; kentlere özgü yeni hizmetlerin ve işlerin ortaya çıkması, sosyal ve ekonomik ilişkilerin farklılaşması gibi bir dizi birbirine bağlı süreçle değişim devam eder. Buradan çıkarılabilecek sonuç, değişimin her yeni düzen için en temel gereklilik olduğudur. Bu gereklilik Mevlana'nın *"Dün dün de kaldı cancağzım, bugün yeni şeyler söylemek lazım"* sözüyle desteklenebilir. Bu değişimlere bağlı olarak, bireylerin de farklı özellikler edinmesi ve değişikliklere ayak uydurması kaçınılmazdır.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda Dördüncü Sanayi Devrimi'ni (Endüstri 4.0) yaşıyoruz. 'Bilgi', bu sanayi devriminde işletme düzeyinden öte, ülke düzeyinde rekabet gücünü artıran en önemli kaynak olarak görülmektedir. Bilginin en alt seviyede veriden elde edildiği gerçeği, aslında rekabetin veri zenginliğine indirgenebileceğini de göstermektedir. Sahip olunan verilerden anlamlı bilgiler elde edilmesi, bilginin en etkin şekilde depolanıp saklanması ve ihtiyaç duyulduğunda hızlı bir şekilde kullanılabilmesi, yeni yöntemler geliştirilmesini gerektirmektedir. Bunun yolu ise, hızlı çalışma kabiliyetine sahip olan ve ayrıca insan beyninin çalışma anlayışı ile olabildiğince bütünleştirilmiş teknolojilerin kullanımından geçmektedir. Bu teknolojilerden en öne çıkan ise, hiç şüphesiz, aslında yıllardır önemli bir araştırma alanı olarak kabul edilen, ancak son yıllarda oldukça popülerleşen Yapay Zekâ'dır.

Yapay Zekâ'nın doğru bir şekilde tanımlanabilmesi ve anlaşılabilmesi, teknolojik ve bilimsel gelişmelerin artması ve etkinliği açısından büyük önem taşımaktadır. Bir başka deyişle, mevzubahis toplumsal değişimin temel unsurlarından olan Yapay Zekâ kelimesinin, kavramının veya teknolojisinin anlamını ve neyi ifade ettiğini çok iyi idrak etmek gerekmektedir. Konuyu derinlemesine kavrayabilmek için, öncelikle; *"Zekâ nedir? Eş anlamlısı olarak bilinen 'akıl' kavramının kullanımını doğru mudur? Yapay Zekâ var, ama neden Yapay Akıl yok?"* gibi sorulara cevap aramak gerekir. Zekâ kelimesinin sözlük anlamının, Türk Dil Kurumu (TDK)

tarafından; “İnsanın düşünme, akıl yürütme, nesnel gerçekleri algılama, kavrama, yargılama ve sonuç çıkarma yeteneklerinin tümü” olarak verildiği görülmektedir. Akıl kelimesinin ise TDK sözlüğünde : “Düşünme, anlama ve kavrama gücü, us”, “Öğüt, salık verilen yol”, “Düşünce, kanı”, “Bellek” olarak tanımlandığı görülmektedir. Kavramlar arasındaki çizgi keskin hatlarla belirlenemediği için, bu durum farklı anlaşılmalara, yorumlara ve yanlışlara sebebiyet verebilmektedir. Misalen; ‘akıl’ ve ‘akıllı’ kavramları gerek bilimsel hayatta gerekse de sosyal hayatta, robotların, makinelerin, ev gereçlerinin özelliklerini belirtmede vazgeçilmez bir sıfat olmuştur. Oysa bu kavramlar sadece insanlara özgüdür. Akıl, sadece insanlara özgü olduğu ve taklit edilemez olduğu için, aklını kullanabilen insanlara ‘akıllı’ denilmektedir. Zekâsını kullanarak ‘zeki’, aklını zekâsıyla birleştirerek akıllı olabilen, insandır. Bu bağlamda; sistemlerin, makinelerin, robotların, ev gereçlerinin gerçekten ‘akıllı’ olarak nitelendirilmesi aslında uygun değildir. Yapay Zekâ algoritmalarını kullanarak, kural tabanına bağlı kalarak, kendilerine verilen görevleri yerine getirebilen sistemler ise ‘zeki’ olarak nitelendirilebilir. Zekânın ve zekiliğin taklit edilebilmesi sayesinde Yapay Zekâ kavramı ortaya çıkmıştır. Literatürde, Yapay Zekâ için verilen pek çok tanım bulunmaktadır. En kabul gören tanımlarından birinde Yapay Zekâ; insan tarafından yapıldığında ‘zekâ’ olarak adlandırılan davranışların, makine tarafından da yapılması olarak tarif edilmektedir. En yalın haliyle, sözlük tanımı olarak Yapay Zekâ; *‘bir bilgisayarın veya bilgisayar kontrolündeki bir robotun çeşitli faaliyetleri, zeki canlılara benzer şekilde yerine getirme kabiliyeti’* olarak tanımlanabilir. Başka bir deyişle, bir sistemin harici verileri doğru bir şekilde yorumlayabilme, bu verilerden öğrenebilme ve bu öğrenmeleri esnek adaptasyon yoluyla belirli hedeflere ve görevlere ulaşmak için kullanma yeteneğine Yapay Zekâ adı verilebilir. Yapay Zekâ, günümüzde; insanların entelektüel özelliklerine, davranışlarına, geçmiş deneyimlerden öğrenme, algılama yetenekleri ve tahmin yapma ve belirli durumun anlamını belirleme yeteneklerine sahip çeşitli robotlar geliştirme için kullanılmaktadır. Görüntü tanıma ve sürücüsüz otomobiller gibi birçok teknoloji Yapay Zekâ alanındaki ilerlemeler sayesinde mümkün hale gelmiştir.

Dünden Bugüne Yapay Zekâ

Yapay Zekâ’nın en eski izine 1884 yılında Charles Babbage tarafından, bazı zeki davranışlar göstermesini istediği birtakım makineler üzerinde yapılan deneylerde rastlanmaktadır. Bu makinelerin zekileştirilebilmesi için uzun soluklu çalışmalar yapılmıştır. İnsan kadar asla zeki olamayacağı üzerinde hemfikir olunan bu makineler üzerindeki çalışmalar sürdürülerek, Yapay Zekâ’nın etkinliğini artıran bilgisayarların altyapısı hazırlanmıştır. “*Mind: A Quarterly Reviews of Psychology and Philosophy*” dergisinde yayımlanan Alan Turing’in makalesinin giriş cümlesindeki; “*I propose a question: Can Machine think!*” sorusu ile 1950’de bir makinenin zeki olup olmadığına karar verme olanağı tanıyan bir test ortaya konulmuştur. Temel kuralı tartışmalı olmakla birlikte bu test, bu dönemden itibaren bilgisayarların zekâsına verilen önemi gayet iyi göstermektedir. 1959 yılında Atatürk Üniversitesi Halk Konferansları kapsamında konuşan Ordinaryüs Prof. Dr. Cahit Arf da Alan Turing ile benzer bir soruyu sormuş, hatta biraz daha ileri giderek, makinelerin nasıl düşünülebilecekleri detayına da değinmiştir.

Görsel 1. Prof. Dr. Cahit Arf “Makine Düşünebilir mi ve Nasıl Düşünebilir?” başlıklı kitabı



Yapay Zekâ terimi literatürde ilk kez 1956 yılında Dartmouth'ta düzenlenen ve altı farklı bilim dalından yedi bilim insanını bir araya getiren bir konferans sonrasında ortaya koyulan; “*The Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence*” başlıklı araştırma raporunda kullanılmıştır. Bu konferansta; J. McCarthy, M. Minsky (*MIT Yapay Zekâ Laboratuvarı kurucusu*), C. Shannon, A. Newell (*Amerikan Yapay Zekâ Derneği'nin ilk başkanı*) ve H. Simon, zekâ ile donatılmış bilgisayar programlarının gerçekleştirme olasılığını araştırmayı önermişlerdir. İlk Yapay Zekâ programları (bir mantık teoremleri uygulayıcısı, Logic Theorist ve bir satranç oyunu programı; her ikisi de Newell ve Simon'a aittir) ve LISP (Yapay Zekâ programlama dili) de yine aynı dönemde ortaya çıkmıştır.

1960'lar Yapay Zekâ alanında aşırı iyimserliğin hüküm sürdüğü ve bilim insanlarının zeki bilgisayar yapımı rüyaları görmeye başladığı yıllardır ve önceki on yıla göre kıyaslandığında, üretkenliğin çok olmadığı anlaşılmaktadır. Çalışmaların genellikle bilgisayarlara veriler yükleme şeklinde sürdürüldüğü izlenmektedir. Bu durgunluk döneminin ardından, 1970'li yılların özellikle ilk yarısı Yapay Zekâ alanında artık önüne geçilemeyecek adımların atıldığı ve gelişmelerin yaşandığı yıllar olarak kayda geçmiştir. Yapay Zekâ uzmanları bu dönemde özellikle hastalık teşhis sistemleri ve benzeri sistemler geliştirerek, bugün heyecanla sonuçları kestirilmeye çalışılan, uzun ve heyecanlı bir maceranın temellerini atmışlardır. Dil ve psikoloji gibi diğer bilim alanlarında da Yapay Zekâ uzmanlığından faydalanılmasının mümkün olduğunun ortaya çıkmasıyla, ilgili çalışmalar geniş bir alana yayılarak devam etmiştir.

İçinde bulunduğumuz dönemde ise, Yapay Zekâ; laboratuvarların dışına çıkarak toplumun gerçek ihtiyaçları için ve insanlığın yaşam kalitesinin artırılması için uyarlanmaktadır. Daha önce geleneksel işlem metotları ile ihtiyaçları karşılanan kullanıcılar, bugün ekonomik olarak daha uygun maliyetli yazılımlara ve zeki

araçlara ulaşabilmektedir. Bu sayede, Yapay Zekâ günlük yaşamda geniş kullanım alanları bulmaktadır. Yapay Zekâ uygulamalarının hayatımızın her alanında kullanılabileceği, en önemli konulardan birinin ise 'tahminleme' olduğu kabul edilmektedir. Yapay Zekâ'nın en çok uygulama alanı bulduğu alanlardan bir diğeri de robotik uygulamalarıdır. Endüstriyel uygulamaların yanı sıra insansı robotların hizmet sektöründe kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Yapay Zekâ ile donatıldığı iddia edilen robot Sophia'ya Suudi Arabistan'da vatandaşlık verilmesi, Çin'de Xiao Yi ismi verilen bir robotun tıp alanında yapılan bir sınavı başarı ile geçmesi, IBM'in Watson isimli doğal dilde sorulan sorulara cevap vermek için tasarladığı Yapay Zekâ programının bilgi yarışmalarına dahi yarışmacı olarak katılması, haberlere konu olan ilgi çekici başlıklar arasına girmiştir.

Görsel 2. IBM tarafından tasarlanan Watson



Özetlemek gerekirse; Yapay Zekâ alanındaki gelişmelerin üç fazda veya aşamada yaşandığı söylenebilir. Birinci aşamada, öğrenmeyi ve insanın öğrenme kabiliyetlerini yeterince önlemeyen, çok dar kapsamlı ve insanlara heyecan veren ve sadece atölye seviyesindeki problemleri çözmeye odaklanan çalışmalar yapıldı. İkinci fazda ise, insanoğlunun öğrenme mekanizmalarını taklit edilerek, makine öğrenmesine ağırlık verildi. Bu dönemde, yapay sinir ağları başta olmak üzere birçok Yapay Zekâ algoritması kullanılarak derin öğrenme yöntemleri de geliştirildi ve çok miktarda eğitim verileri kullanılarak özellikle otomasyon düzeyinde başarılı uygulamalar yapıldı. Günümüzdeki üçüncü aşamada ise çok daha hızlı bir biçimde öğrenerek otonom bir biçimde karar alabilen ve hatta sosyalleşebilen, bir başka deyişle bilişsel düzeyde de insanı taklit etmeye odaklanan çalışmalar yapılmaktadır. Endüstri devrimini takip eden otomasyon artık yerini otonomiye bırakmıştır. Artık, kendi kendini yönetebilen ve birbirleriyle iletişim kurabilen makinelerin geliştirilmesi ve kullanılması söz konusudur.

Şurası açıktır ki, Dördüncü Sanayi Devrimi'ni doğru anlayabilmek ve doğru işler yapabilmek için veri, veri dili, veri akışkanlığı ve veri kalitesi çok önemli hale gelmiştir. Veri olmadan, bu aşamada Yapay Zekâ uygulaması gerçekleştirmek neredeyse mümkün değildir. Artırılmış gerçeklik uygulamaları buna iyi bir örnektir. Artırılmış gerçeklik, gerçek dünya görüntüsünün üzerine sanal dünyaların, sanal

imajların, sanal bilgilerin entegre edilmesi şeklinde karşılık göstermektedir. Veri olmadan işlevsellik elde edilemez. Yapay Zekâ'nın etkin çalışabilmesi için gerekli veri elde edilmiş olmalıdır. Sığ Yapay Zekâ olarak nitelendirilen ve 1980'li yıllardan bu yana geliştirilmeye devam edilen robotların ve uygulamaların yerini, artık Yaygın Yapay Zekâ almaktadır. Sonrasında ise, Süper Yapay Zekâ olarak adlandırılabilir ve insanoğlunun bugün tahmin dahi edemeyeceği gelişmeler ve teknolojiler ile karşı karşıya kalınabilecektir.

Hızla gelişen Yapay Zekâ'ya dayalı teknolojiler nedeniyle, dünyadaki küresel oyuncular ve kimi ülkeler, bu teknolojilerin ve dijitalleşmenin sunacağı fırsatları ekonomik değere dönüştürmek için stratejiler geliştirmeye çalışmaktadır. Bu alanın önemli oyuncularının ABD, Çin, Almanya ve Japonya olacağı tahmin edilmektedir. Google, IBM, Samsung, Yahoo, Intel, Apple gibi şirketler Yapay Zekâ alanına devasa yatırımlar yapmaktadır. İnsanoğlu hakkında en iyi ve en fazla bilgiye sahip olan şirketlerden birinin Google olduğu düşünülmektedir. Google, Yapay Zekâ konusu ile ilgilenen, sadece birkaç ay önce kurulmuş start-up şirketlerini bile satın alarak, bu konudaki yatırımlarını artırmaktadır. Büyük veri toplama yeteneği son derece gelişen Çin'in Yapay Zekâ konusundaki yatırımları ve çalışmaları da dikkat çekicidir. Çin'in bu konuya verdiği önem, akademik alanda değerlendirildiğinde de ortaya çıkmaktadır. Literatürde en çok atıf yapılan Yapay Zekâ makalelerin sayısı ve bu alana katkı yapan yazar sayısı bakımından Çin birinci konumdadır. Patent sayılarında da durum aynıdır. Yapay Zekâ alanında araştırma yapan, bilgi ve know-how üreterek teknoloji geliştiren ve bunlara yatırım yapan ülkelerin ve toplumların gelecekte kazançlı çıkacağı aşikârdır.

Yapay Zekâ'nın İnsanlık Üzerine Etkileri

Yapay Zekâ kavramı, kimi zaman, insan müdahalesi olmadan öğrenebilen, kendi kendine karar verebilen ve öğrendiklerini uygulayabilen bir algoritma olarak da tanımlana gelmektedir. Hatırlanacağı üzere, "The Social Network" filmi, Facebook'un İcra Kurulu Başkanı Mark Zuckerberg'in sahip olduğu sosyal platformunun ortaya çıkış öyküsünü ele alır. Filmde geçen en dikkat çekici cümle, Zuckerberg'in kurmak istediği platform için bilgisayar mühendisi bir arkadaşından yardım isterken kullandığı; "*Bana bir algoritma lazım*" cümlesidir. Yapay Zekâ'ya yeteneğini kazandırıp yükselmesini sağlayan en önemli araç, aslında insan davranışlarına yakın sonuçlar üretebilen güvenilir algoritmalarıdır.

Yapay Zekâ'nın amaçlarından birinin, makineleri daha zeki ve faydalı hale getirmek olduğu söylenebilir. Burada hangi davranışların daha zeki olarak değerlendirildiği sorusu ortaya çıkmaktadır. Bir sistemin veya robotun, zeki olarak nitelendirilebilmesi için; tecrübelerden öğrenme ve anlama, karışık ve zıt mesajlardan anlam çıkarma, yeni bir duruma başarılı ve çabuk bir şekilde cevap verme, problemlerin çözümünde muhakeme yeteneğini kullanma, bilgiyi anlama ve kullanma, alışık olunmayan ve şaşırtıcı durumların üstesinden gelebilme yeteneği vb. gibi özelliklere sahip olması gerekmektedir.

Günümüzde Yapay Zekâ'nın öne çıkan iki itici gücünün; Derin Öğrenme (Deep Learning) ve Makine Öğrenmesi (Machine Learning) olduğu göz önünde bulun-

durulduğunda, zekiliğin temel özelliğinin, öğrenme yeteneği olduğu rahatlıkla anlaşılabilir. Bu nedenledir ki Yapay Zekâ ve teknolojileri, bu terim ilk duyulduğunda insanların aklına gelen robotlar gibi sadece maddi bir varlıktan ibaret olmayıp, günümüzde öğrenme yeteneğine sahip olan ve yeni durumlar karşısında kendi kendine kararlar alarak aksiyon gösterebilen sistemler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde Yapay Zekâ tabanlı uygulamalar hastaların ve yaşlıların sağlık koşullarının ve yaşam kalitelerinin iyileştirilmesine yardımcı olmaktadır. Yapay Zekâ'nın sağlık hizmetlerindeki başlıca uygulamaları arasında, tıbbi gelişmelerin izlenmesi, kronik hastalıkların tedavisi, hastalıkların teşhisi ve cerrahi destek bulunmaktadır. Yapay Zekâ tabanlı ev sağlığı yardımcılarının sayısının önümüzdeki 10 yıl içinde %38 oranında artacağı ve kişiselleştirilmiş rehabilitasyon ve ev içi terapi nedeniyle hastanede kalış süresinin azalacağı öngörülmektedir. 2012-2017 yılları arasında sağlık alanındaki Yapay Zekâ çalışmalarına yapılan harcamaların 2 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir. Sağlık risklerini tahmin etmek için sosyal medya madenciliği, riskli hastaları tahmin etmek için makine öğrenmesi ve cerrahiyi desteklemek için robotik dâhil olmak üzere birçok Yapay Zekâ tabanlı uygulama, sağlık sektöründe başarı ile kullanılmaktadır.

Yapay Zekâ, imalat sektöründe ekipmanların gerçek zamanlı bakımı ve sanal tasarımı gibi birçok fayda sağlamıştır. Yapay Zekâ araçları ile tasarımcı bir çözümün tüm olası permütasyonlarını araştırabilmekte, hızlı bir şekilde tasarım alternatifleri oluşturabilmekte ve bunların fizibilitesinin test edilmesini sağlayabilmektedir. Manuel olarak yapılamayacak büyüklükteki mühendislik çalışmalarının çok hızlı bir şekilde yapılması, Yapay Zekâ araçları ile mümkün hale gelmiştir.

Yapay Zekâ'nın doğal dil işleme yeteneği, okuma yazma bilmeyen ve bilgisayar kullanamayan kişilere fayda sağlamaktadır. Yapay Zekâ, öğretmenlerin not verme gibi tekrarlayan görevlerden kurtulmasına yardımcı olmakta ve öğretmenlerin daha fazla profesyonel çalışmaya odaklanmalarına izin vermektedir. Yapay Zekâ araçları ile okula devam edemeyen öğrenciler de dâhil olmak üzere, sınıfların herkese açık olması sağlanabilmektedir.

Günümüze değin yaşanan teknolojik gelişmeler ile Yapay Zekâ aslında adım adım hayatımıza yerleşmiştir. Yapay Zekâ sadece kişisel hayatlarımızı etkilemekle kalmamış, iş hayatında karar alma ve paydaşların etkileşim biçim ve süreçlerini de radikal olarak değiştirmeye başlamıştır. Hangi kararların Yapay Zekâ tarafından, hangi kararların ise insanlar tarafından alınması gerektiği ve nasıl iş birliği içinde olunması gerektiği soruları zihinleri kurcalamaya başlamıştır. Aslında, Yapay Zekâ denilince akla gelen ve artık klasikleşmiş birçok soru vardır:

Zekâ nedir? Akıl'dan farkı nedir? Yapay Zekâ nedir? Doğal Zekâ'dan farkı nedir? Hangisi üstündür? Yapay Süper Zekâ'ya sahip sistemleri ne zaman göreceğiz? Yapay Zekâ teknolojileri nasıl ilerleyecek? Getirdiği riskler nelerdir? Neden bu kadar çok insan Yapay Zekâ'yı konuşuyor ve Yapay Zekâ'nın potansiyeli ve tehdidi

hakkında bu kadar güçlü fikirlere sahip? Öte yandan, acaba Yapay Zekâ'ya sahip robotlar ne kadar insansı olacaklar? İnsanlar ile birlikte yaşayabilecekler mi ve çalışabilecekler mi? Kendilerine bir dil icat edip bir robot toplumu oluşturabilecekler mi? İnsanlar üzerinde hâkimiyet kurabilecekler mi? Ne kadar tehlikeli ya da yararlı işlere imza atacaklar? Hayatın her aşamasındaki işleri yapabileceklerse, insanlar ne iş yapacaklar? İnsanlar işsiz mi kalacak? Geleceğin robotları kim olacak? Makine zekâsı insan zekâsını geçebilir mi? vb.

Bu sorular katlanarak artmaya ve önümüzdeki yıllarda da cevapları aranmaya devam edecektir. Şunu belirtmek gerekir ki, Yapay Zekâ oluşturma fikri, temelde insan hayatını kolaylaştırmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte, Yapay Zekâ'nın genel olarak avantajları ve dezavantajlarını iyi irdelemek gerekir. Görevlerin yorulmadan gerçekleştirilmesini sağlaması Yapay Zekâ teknolojilerinin en büyük avantajlarından biridir. Yapay Zekâ ile tekrar edilebilirlik çok daha kolay hale gelir. Duyguları olmayan Yapay Zekâ teknolojileri daha doğru kararlar alabilir ve bu suretle iş verimliliğini artırabilir. Bununla birlikte, günümüzde duygu ve hisleri de içine alan Yapay Zekâ teknolojileri geliştirilmeye çalışılmakta olduğu düşünüldüğünde, aslında tartışmayı başka bir yere götürmek de mümkündür. Şöyle ki, bir sistemin gerçekten zeki olabilmesi için öğrenebilmesi ve ayrıca hata da yapabilmesi gereklidir. Öğrenen sistemler eksik veya önyargılı deneyim nedeniyle hata yapabilirler. Makine öğrenimi algoritmaları genelde sezgiseldir ve kimi zaman başarısız olabilir. İnsanlar, bir taraftan başta robotlar olmak üzere Yapay Zekâ teknolojilerini hata yapmayan sistemler olarak algılar iken, diğer taraftan da öğrenebilen, hissedebilen ama hata da yapabilecek sistemler geliştirmeye çalışmaktadır. Aslında, bu dahi insanoğlunun Yapay Zekâ konusundaki görüşlerinin hala berrak olmadığına ve otomasyondan otonomasyona geçiş sürecinin sancılı olacağına işaret etmektedir. Öte yandan, arıza riski, Yapay Zekâ'nın en büyük dezavantajıdır. Verilerin kaybolması ile birlikte etik ve ahlaki değerler de Yapay Zekâ alanında çok tartışılan konular arasındadır.

Burada üzerinde durulması gereken ve altı çizilmesi gereken diğer bir konu; gerçek bir robotun ancak kendisini geliştiren kişi kadar yetenekli olabileceği, bir başka deyişle, robotun zekiliğinin, kendisini geliştiren kişinin zekiliği kadar olabileceğidir. Otonom olmayan robotlar, kendi kendilerine öğrenemezler. Öğrenebilmeleri için, öncelikle robotu geliştirenlerin yeni bir şey öğrenme davranışını öğrenmesi ve bunu robota da öğretmesi (diğer bir deyişle kodlaması) gerekmektedir. Aslında otonom robotlar için de bu, kısmen söz konusudur. Bu nedenle Yapay Zekâ'nın veya bu zekâyâ sahip robotların iş dünyasını tamamen ele geçirmesi gibi bir durum söz konusu değildir. Bu görüş, bu alanın geleceğine dair eğilimlerin tahminini ortaya koyan Deloitte Insights ve Accenture gibi firmaların raporları yanında, birçok akademik çalışmada da yer almaktadır. Robotların kendi kendilerine olağanüstü zekâ oluşturmaları mümkün değildir. Diğer bir deyişle; patron her zaman insan olacaktır.

Doğal Zekânın, Yapay Zekâ'dan üstün olduğu pek çok özellik mevcuttur. Bunlardan bazıları, Doğal Zekânın kreatif ve doğurgan olması, insanların duyuları yoluyla öğrendiği deneyimleri kullanma ve bunlardan faydalanma yeteneği sağ-

laması, insan muhakeme gücünün, problemleri çözmek için geniş tecrübeleri, karşılaşılan konuya göre hemen kullanabilmesidir. Bununla birlikte insanlar, bir bilgisayar programında yapılması çok zor olan bazı şeyleri içgüdüsel olarak yaparlar, nitelikleri hissedebilirler ve değişik elemanların birbiriyle olan ilişkisini açıklamaya yarayan modelleri görebilir ve ayırt edebilirler.

Peki, insanlar Yapay Zekâ'nın kullanılmasından ve yaygınlaşmasından nasıl etkilenecektir? Aslında, Yapay Zekâ'nın tekrarlayan, yoğun hesaplama gerektiren ve zahmetli görevler için kullanılmasıyla, insanların, daha kreatif ve stratejik kararlara odaklanabileceği işlerde görev alacakları söylenebilir. Böylece daha etkili ve üretken bir çalışma ortamı sağlanabilecek ve dolayısıyla, iş yerinde kreatif düşünce ve inovasyon için daha fazla zaman ayrılacaktır. Önemli olan, bu iki zekâ türünün birbirleri ile yarışması değil, bütünleş(tiril)ebilmesidir. İnsanlar ve Yapay Zekâ teknolojileri birlikte çalıştığında ve bütünleşebildiğinde ortaya çok daha etkili sonuçlar çıkabilecektir. Bu duruma örnek olarak, Japon girişim şirketi Deep Knowledge'ın, pazar eğilimlerini insanlardan daha hızlı şekilde tahmin edebilme becerisi nedeniyle, bir Yapay Zekâ unsurunu (Robot Vital) yönetim kurulu üyesi olarak görevlendirmesi verilebilir.

PwC tarafından Yapay Zekâ alanında uzman bilim insanları, vizyonerler ve danışmanların tecrübelerinden faydalanarak hazırlanan *Yapay Zekâ Öngörülleri 2018 Raporu*, Yapay Zekâ'nın şirket organizasyonlarında nasıl bir yer bulacağına ve şirketlerin çalışanlarını bu konudaki yeniliklere nasıl hazırladıklarına dair bilgiler içermektedir. Bu rapora göre;

- *Yapay Zekâ, önce çalışma ortamını etkileyecek.*
- *Yapay Zekâ, pratik uygulamalara dönüşerek, daha fazla işe yaramaya başlayacak.*
- *Yapay Zekâ, veri analizi konusundaki soruları yanıtlamaya yardımcı olacak.*
- *Yapay Zekâ'nın ihtiyaç duyacağı yeteneklerin kimler olacağı sorusuna teknik uzmanlar değil, işlevsel uzmanlar karar verecek.*
- *Yapay Zekâ nedeniyle organizasyonlar siber saldırılara daha açık hale gelse de, bu siber savunmalarının güçleneceği anlamına da gelecek.*
- *Yapay Zekâ'nın verdiği kararların ardındaki gerekçeler daha anlaşılır hale gelecek.*
- *Ülkeler, Yapay Zekâ'nın sağlayacağı katma değer pastasını paylaşmak üzere birbirleriyle yarışacak.*
- *Yapay Zekâ'nın sorumlu kullanımı ile ilgilenenler sadece teknoloji şirketleri değil, organizasyonların paydaşları da olacak.*

Raporda sunulan anket çalışmasının sonuçlarına göre; çalışanların %78'i iş yüklerini dengelemeye yardımcı olacaksa bir Yapay Zekâ yöneticisi ile çalışmaya hevesli olduğunu belirtmiştir. %65'ine göre; Yapay Zekâ çalışanları monoton işlerden kurtaracaktır. %64'ü Yapay Zekâ uygulamalarının kendilerine yeni iş fırsatları sunacağına inanmaktadır. %50'si ise bir projeyi daha verimli yönetme-

sine yardımcı olan bir Yapay Zekâ sistemini kullanmaya istekli olduğunu beyan etmiştir. Bu oranlara bakılacak olursa; çalışanların Yapay Zekâ ile iş birliği içinde kolektif çalışmaları, çok kısa sürede hayata geçirilebilir gibi gözükmektedir.

- *Yapay Zekâ hikâyesi, henüz daha yolun başında. Bildiğimiz tek şey, büyük veri, bilişim gücü ve bağlanabilirlik, sektörün görünümünü değiştiriyor. Bu alandaki fırsatlar, dijitalleşme sürecinin hızlandırılması ve bu sayede, makine destekli ön-görüler sağlayan uygulamaların geliştirilmesi ile şirketlerin veriye daha bağımlı hale getirilmesinde yatıyor.*

*Mona Vernon, CTO,
Thomson Reuters Labs*

- *Yapay Zekâ ileride birçok girişim ve sektörü dönüştürecektir. Ne yazık ki, gelişim hızı güven eksikliğinden etkilenmiş durumda. Günümüzde, uygun risk farkındalığı ve doğru çerçeve ve kontrollerin olmaması sebebiyle, Yapay Zekâ uygulamaları kavramları kanıtlamanın ve izole çözümler olmanın ötesine gidemedi. Yapay Zekânın iş modellerine düzgün şekilde uygulanması konusunda halen güvenirlilik açısından endişeler söz konusu olsa da, risklerin anlaşılması ve kabul edilmesi şirketlerin Yapay Zekâdan en iyi şekilde faydalananacak biçimde kendilerini konumlandırmalarını sağlayacaktır.*

*Nigel Duffy, Küresel Yapay Zekâ
Yenilik Lideri, EY*

- *Dağıtım yapılan saf bilişim gücünü ve hayatlarımızda oluşturduğu zengin deneyimleri düşünün. Evlerimizdeki, arabalarımızdaki, hatta şehirlerimizdeki, iş yerlerimizdeki her şey, üretimden sağlığa tüm sektörlerdeki her şey, veri, bulut ve Yapay Zekâ ile dönüşüme uğrayacak. Önümüzde inanılmaz bir fırsat var.*

*Harry Shum, Yapay Zekâ ve Araştırma Başkan Yardımcısı,
Microsoft*

- *Tonlarca veriniz var ve bunları (ses tanıma veya nesne belirleme) sınıflandırmakta sorun yaşıyorsanız, Yapay Zekâ size yardımcı olabilir. Yine de gerçekçi olmayı unutmayalım. Yapay Zekâ, henüz insanlar kadar esnek ve çok yönlü değil. Bir makinenin değişime uğrayan bir sorunu fark etmesine veya buna dinamik olarak tepki vermesine ihtiyacımız varsa, aradığımız teknoloji ne yazık ki henüz keşfedilmedi. Zekâ, zorlu bir konudur.*

*Gary Marcus, Kurucu & CEO,
Geometric Intelligence*

- *Yapay Zekâ, genelle hitap eden bir teknolojidir ve bu nedenle, tüm sektörleri etkileyecektir. Ancak, bu etki bazı sektörlerde eksik veri nedeniyle daha yavaş olabilir. Ayrıca, farklı kurumlarda Yapay Zekânın uygulanmasını sağlayacak ya da önleyecek daha yenilikçi kültürler de söz konusudur.*

Marc Warner,
CEO, ASI Data Science

Yapay Zekâ'nın insanların etkinliğini artıracığı, ancak aynı zamanda insan özerkliğini ve yeteneklerini de tehdit edeceğine dair tartışmalar mevcuttur. Toplumsal yaşam süreçlerinde, taşıtlarda, binalarda ve kamu hizmetlerinde ve iş süreçlerinde zeki sistemlerin kullanılmasının ekonomik tasarruf sağlayacağı ve bireylerin kendilerine daha fazla zaman ayırabilmelerine fırsat oluşturacağı düşünülmektedir.

Yapay Zekâ, doğru kullanıldığında her zaman hayat kalitemizi artırmaya hizmet edebilecektir. Kaygılara karşın, Yapay Zekâ teknolojilerinin kullanılmaya başlamasıyla kaybolan işlerin yerine yenilerinin geleceği, kas gücü ve yeteneği gerektiren işlerin yerini kreatif düşünce ve bilgi gerektiren işlerin alacağı değerlendirilmektedir. Önemli olan buna hazırlıklı olabilmek ve bu boşluğu zamanında doğru bir şekilde doldurabilmektir. İnsanlığın, Yapay Zekâ alanında reaktif olmaktan ziyade proaktif olması gerekmektedir. Asıl ivedi olarak yapılması gereken hem insanlar hem de robotlar için çok fazla iş bulmaktan ziyade, Yapay Zekâ teknolojilerinin kullanımı ile oluşacak katma değerin, ona ihtiyaç duyan insanlara gelir olarak, adil bir şekilde dağıtılabileceği mekanizmalar bulmaktır.

Yapay Zekâ'nın ekonomik ve toplumsal olarak yaygınlaşacak olan kullanımı, herkes tarafından anlaşılıp yetkin şekilde kullanılmalarını gerekli kılacaktır. İşte bu noktada, bu devrimi anlayıp, kazandığı yetkinliklerle hayata değer katacak insanlardan oluşacak bir toplum öngörülmektedir. Bu yaklaşım, 2017 yılında gerçekleştirilen CeBIT fuarında, "Toplum 5.0" adıyla Japonya tarafından geniş kitlelere duyurulmuştur. "Teknoloji, toplumlar tarafından bir tehdit olarak değil, bir yardımcı olarak algılanmalı" görüşü üzerine inşa edilen bu yaklaşım, insanlığın ve teknolojinin bütünleştiği 'süper zeki' bir topluma işaret etmektedir. Süper zeki bir toplumun, bu dönüşümün sunduğu avantajlardan faydalanabilecek gerekli bilgi ve becerilerle donatılmış olması beklenmektedir. Toplum 5.0 çerçevesinde, robotların insan istihdamını azaltması değil, insanların uzmanlık alanlarının nitelik değiştirmesi söz konusudur. Dolayısıyla, Dördüncü Sanayi Devrimi'nin yeniliklerini hem farklı sektörlerle hem de sosyal hayata dâhil edebilen zeki bir toplum oluşturmak amaçlanmaktadır. Bu nedenle, Yapay Zekâ'nın istihdamı azaltmak yerine, bu süreçlerin geliştirilmesi, yönetimi ve planlamasına yönelik yeni iş kolları oluşturarak istihdam niteliğini dönüştüreceği düşünülmektedir.

Sonuç

Hiç kuşkusuz, doğru tasarlandığında, kurgulandığında ve hizmete sunulduğunda, Yapay Zekâ; verimliliği artırabilir, maliyetleri düşürebilir, ürün ve hizmetleri

daha yaygın bir şekilde kullanılabilir hale getirebilir ve daha fazla doğruluk ve hassasiyet sağlayabilir. Bu bağlamda, özel işletmeler ve kamu kurumları, Yapay Zekâ'nın bu potansiyelinden nasıl yararlanabileceklerini ve bunu yapabilmeleri için personelini nasıl eğiteceklerini planlamalıdır. Özellikle temel araştırmalara daha fazla yatırım yapılması gerektiğinden, Yapay Zekâ konusunda yapılacak araştırmalara karar vericilerin de dâhil edilmesi gerekmektedir. Yapay Zekâ'nın gelecekte en çok eğitim-öğretim süreçlerinde öğretmenlere yardımcı olabileceği öngörülmekte olup, bu konudaki yatırımlara ve çalışmalara hız ve önem verilmelidir. Şurası açıktır ki, gelecekte dünyada söz sahibi olmayı planlayan toplumlar, Yapay Zekâ'nın geleceğine de yatırım yapmak zorundadır.

Yüz tanıma teknolojisi gibi sadece birkaç yıl önce filmlerde izlediğimiz birçok konu ve teknoloji artık hayatımızın merkezindedir. Geleceğin teknolojileri, öngörülenden daha hızlı bir şekilde gerçekleşmekte ve hayatımıza girmektedir. 2026 yılında hayatımıza gireceği öngörülen sürücüsüz araç teknolojisi, 2017 itibariyle kullanılmaya başlamıştır. Yapay Zekâ'nın etkilemeyeceği herhangi bir alan, sektör veya disiplin olması mümkün gözükmemektedir. Ülkelerin ve büyük şirketlerin yöneticileri de bu hususa vurgu yapmakta ve Yapay Zekâ teknolojilerine yatırım yapmanın bedelinin çok ağır olacağını altını çizmektedir.

Ülke olarak Yapay Zekâ ve teknolojileri alanında yatırım yapmak ve yetkinlik kazanabilmek için disiplinlerarası çalışmaya büyük önem vermemiz gerekmektedir olduğu çok açıktır. Toplumsal düzeyde, ilk aşamada algoritma yetkinliğinden çok veri okuryazarlığı yetkinliğinin artırılması büyük önem arz etmektedir. Profesyonel düzeyde kodlama yeteneğinin artırılması da oldukça mühimdir. Köklerini kültürümüzden ve İslam dünyası filozoflarından alan uygulamalara hâkim olmak için bizlere düşen görev, bireylerimizin yeteneklerini keşfetmelerini sağlamak ve bu yetenekler üzerine bir bilim ve araştırma toplumu olmak için çok çalışmaktır.

Nitelikli iş gücünün kaynağı olan üniversitelerin bu süreçte katkıda bulunması bir diğer gerekliliktir. Üniversitelerin, milli ve yerli teknoloji geliştirmenin bilinci ile; Dördüncü Sanayi Devrimini (Endüstri 4.0) ile Toplum 5.0'ın gerektirdiği isterlere uygun nitelikli uzman yetiştirmeleri, Yapay Zekâ teknolojilerinin yaygın olarak kullanıldığı Yeni Dijital Dünya Düzenine ayak uydurulabilmesi için büyük önem arz etmektedir. Endüstri 4.0'ın iş gücünde aradığı beceriler; teknoloji kullanımı, bilgi yetkinliği, öğrenme istekliliği, problem çözme, iş birliği, takım çalışması, değişime kolay adapte olabilme ve çeviklik olarak sıralanmaktadır. Bu bağlamda; beceri temelli, yazılım geliştirebilen, kodlama yapabilen, üretim odaklı düşünen, yenilikçi, üretken ve girişimci uzmanlar yetiştirilmesi lüzumludur. Bu kapsamda son dönemlerde atılan somut adımlardan biri de Hacettepe Üniversitesi tarafından 2019 yılında Yapay Zekâ Mühendisliği Lisans Programı'nın açılmasıdır. Lisansüstü seviyesinde de Yapay Zekâ ve veri analitiği ile ilgili programlar açılmaya başlanmıştır.

Yapay Zekâ konusunun popüler kültür malzemesi yapılmaması, uygun platformlarda disiplinlerarası çalışmalarla katma değer üretecek şekilde, 'takip eden' de-

ğil ‘öncü olacak’ şekilde ele alınması gerekmektedir. Yapay Zekâ alanında başarılı olmak isteyen kişi, kuruluş ve ülkelerin, veri bilimine ve teknolojisine yatırım yapmaları gerekmektedir. Son kararlar elbette daima insana aittir. Örneğin, uçaklarda otomatik iniş sistemi vardır, ancak iniş için son karar pilota bırakılmaktadır. Yapay Zekâ, insanları korkutmamalıdır. Ve tabii ki, Yapay Zekâ ile de insanları korkutmamalıdır. ‘İnsansı robotlar gelince işsiz kalacağız’ düşüncesi yerini ‘robotlar gelince onlarla arkadaş olacağız, birlikte çalışacağız’ düşüncesine bırakmalıdır. Unutmayalım ki, asıl korkulması gereken robotların insanlaşması değil, insanların robotlaşmasıdır. İnsanoğlu, robotları ve makineleri Yapay Zekâ ile donatmak kadar, kendini daha da zekileştirmenin yollarını aramalıdır. En azından, hiçbir şey yap(a)mıyorsa bile, Yapay Zekâ’ya zihinsel entegrasyonunu kolaylaştırıcı önlemler almalıdır.

Unutulmamalıdır ki, ‘İnsansız Fabrikalar’ otuz yıl önce de vardı. Bugün de ‘Karanlık Fabrikalar’ var. Veri hep var oldu. Veri aktarımına otuz yıl önce de ihtiyaç vardı. Bugün de var. Veri aktarımı ve depolama geçmişte RS-232 kablosu ile, kaset ile, disket ile CD ile yapıyordu. Bugün internet ile, intranet ile, flashdisk ile, ağ üzerinden, bulut üzerinden yapılıyor. Görüldüğü üzere; konular, problemler ve ihtiyaçlar aslında değişmiyor. Değişen ve gelişen şey aslında teknolojinin kendisi! Ve asıl önemli olan da değişen ve gelişen teknolojiye ayak uydurabilmektir. Tabii, teknolojiyi geliştirmek ve yönlendirmek, ona ayak uydurmaktan çok daha evlâdır. Yapay Zekâ konusunda da durum böyledir. İsmi, ister Endüstri 4.0, ister Toplum 5.0, ister Dijital Çağ, ister Yapay Zekâ Çağı olsun, her ne olursa olsun, bu kavramların, bu yaklaşımların aslında insanın bizzatı kendisini, içindeki ‘insanı’ yeniden keşfedebilmesi için çok büyük fırsatlar sunduğu da çok açıktır. Kimilerine göre insansı bir robot olarak hayal edilen ‘İnsan 2.0’, kimilerine göre ise, orijinal ayarlarına dönen insan olarak da tasavvur edilebilir. Eşref-i mahlûkat olan insan, Yapay Zekâ teknolojileri ile yoğurulsa, harmanlansa ve hatta sarsılsa bile, ‘insan’ olarak kalabilmenin çarelerini bulabilecek kadar zekidir. Doğru stratejiler geliştirildiği takdirde, Yapay Zekâ ve teknolojilerinin toplum hayatını kolaylaştıracağı, insanlığın sorunlarına çare olacağına olan inancımız da tamdır.

Kaynakça

- Accenture, (2018). TechVision 2018: Tech trends report.
- Anyoha, R. (2017). *Can Machines Think?*: <http://sitn.hms.harvard.edu/flash/2017/history-artificial-intelligence/> [06.04.2020].
- Bajaj, R., & Sharma, V. (2018). Smart Education with artificial intelligence-based determination of learning styles. *Procedia computer science*, 132, 834-842.
- Bishop, M. J. (2014). *Fear artificial stupidity, not artificial intelligence*. New Scientist.
- Bozüyük, T., Yağcı, C., Gökçe, İ., Akar, G. (2005), *Yapay Zeka Teknolojilerinin Endüstrideki Uygulamaları*, Marmara Üniversitesi.
- Call Center Life (2020). *Endüstri 4.0 vs Toplum 5.0*: <http://www.callcenterlife.com.tr/endustri-4-0-vs-toplum-5-0/> [06.04.2020].
- Chassignol, M., Khoroshavin, A., Klimova, A., & Bilyatdinova, A. (2018). Artificial Intelligence trends in education: a narrative overview. *Procedia Computer Sci.*, 136, 16-24.

- Clocksın, W. F. (2003). Artificial intelligence and the future. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 361(1809), 1721-1748.
- Deloitte Insights, (2018). Tech Trends 2018: The symphonic enterprise.
- EY Consulting LLC, (2019). *Orta Doğu ve Afrika'da Yapay Zekâ: Türkiye 2019 ve Ötesine Genel Bakış*: <https://tr.newworldai.com/wp-content/uploads/2019/09/Ortado%C4%9Fu-ve-Afrika-da-Yapay-Zeka> [06.04.2020].
- Guoping, L., Yun, H. And Aizhi, W. (2017). Fourth Industrial Revolution: Technological Drivers, Impacts and Coping Methods, *Chin. Geogra. Sci.*, 27(4): 626-637.
- Hacettepe Üniversitesi, (2019). *Yapay Zeka Mühendisliği Lisans Programını Niye Açtık?*: <https://turkiye.ai/yapay-zeka-muhendisligi-lisans-programini-neden-actik/> [06.04.2020].
- İstanbul Teknik Üniversitesi – İTÜ (2020). *Ders Notu: Yapay Zekâ*, https://web.itu.edu.tr/~sonmez/lisans/ai/yapay_zeka_icerik1_1.6.pdf [06.04.2020].
- Haenlein, M., & Kaplan, A. (2019). A brief history of artificial intelligence: On the past, present, and future of artificial intelligence. *California Management Review*, 61(4), 5-14.
- Hekler, A., Utikal, J. S., Enk, A. H., Hauschild, A., Weichenthal, M., Maron, R. C., Schilling, B. (2019). Superior skin cancer classification by the combination of human and artificial intelligence. *European Journal of Cancer*, 120, 114-121.
- Hitachi. (2020). *Bir sonraki iş arkadaşımız bir robot mu?*: <https://social-innovation.hitachi/tr-tr/stories/technology/your-next-co-worker-robot?> [05.04.2020].
- Insights team. (2018). How AI Builds A Better Manufacturing Process. *Forbes*: <https://www.forbes.com/sites/insights-intelai/2018/07/17/how-ai-builds-a-better-manufacturing-process/#6a4975641e84> [05.04.2020].
- Joshi, D. (2017). Exploring the latest drone technology for commercial, industrial and military drone uses. *Business Insider*: <https://www.businessinsider.com/drone-technology-uses-2017-7> [05.04.2020].
- Kumar, N., Kharkwal, N., Kohli, R., & Choudhary, S. (2016, February). Ethical aspects and future of artificial intelligence. In 2016 International Conference on Innovation and Challenges in Cyber Security (ICICCS-INBUSH) (pp. 111-114). IEEE.
- Nilsson, N. J. (1984). Artificial intelligence, employment, and income. *AI magazine*, 5(2), 5-5.
- Öztemel E., (2019), *YZ, Dünyü, Bugünü ve Geleceği* <https://www.habersari.com/teknoloji-haberleri/yapay-zeka-dumu-bugunu-ve-gelecegi-3563.html> [06.04.2020].
- Parnas, D. L. (2017). The real risks of artificial intelligence. *Communications of the ACM*, 60(10), 27-31.
- Prado, G. M. D. (2015). 18 Artificial intelligence researchers reveal the profound changes coming to our lives. *Business Insider*: <http://www.businessinsider.com/researchers-predictions-future-artificialintelligence-2015-10/> [05.04.2020].
- PwC, (2018). *Yapay Zekâ Öngörülerini 2018: İş stratejinizi Şekillendirecek 8 öngörü*. <https://www.pwc.com.tr/yapay-zeka-onguruleri> [05.04.2020].
- Shabbir, J., & Anwer, T. (2018). *Artificial intelligence and its role in near future*. arXiv preprint arXiv:1804.01396.
- Shukla Shubhendu, S., & Vijay, J. (2013). Applicability of artificial intelligence in different fields of life. *International Journal of Scientific Engineering and Research*, 1(1), 28-35.
- Siau, K. (2018). Education in the Age of Artificial Intelligence: How will Technology Shape Learning? *The Global Analyst*, 7(3), 22-24.
- Siau, K., & Wang, W. (2018). Building Trust in Artificial Intelligence, Machine Learning, and Robotics. *Cutter Business Technology Journal*, 31(2), 47-53.

- Stone, P., Brooks, R., Brynjolfsson, E., Calo, R., Etzioni, O., Hager, G., Teller, A. (2016). Artificial Intelligence and Life in 2030. In *One Hundred Year Study on Artificial Intelligence*. <http://ai100.stanford.edu/2016-report> [04.04.2020].
- Tegmark, M. (2016). Benefits and risks of artificial intelligence. *The Future of Life Institute*: <https://futureoflife.org/background/benefits-risks-of-artificial-intelligence/> [04.04.2020].
- Yücel, G. (2017). *Yapay Zekâ Nesli-Köklerden Geleceğe*, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.

Teknoloji Bağımlılığı Araştırması Raporu

TÜBİTAK BİLGEM YTE

Teknoloji Bağımlılığı Araştırması Raporu¹

TÜBİTAK BİLGEM YTE

Teknoloji Bağımlılığı

Gündelik yaşamda eylemlerin birçoğu hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) sayesinde gerçekleştirilmektedir. Bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve İnternet, başlıca kullanılan teknolojik araçlardır. Bu araçlar, hayatımızı kolaylaştırır da yanlış kullanıldıklarında çeşitli zararlar da doğurmaktadırlar. Teknolojiye erişim kolaylaştıkça kullanımının artması sonucunda bazı zararlı etkilerin görülmesi de kaçınılmazdır. Teknoloji bağımlılığı, günümüz toplumlarını etkileyen önemli bir sorundur. Aşırı teknoloji kullanımı, bağımlılığın altı ölçütünü göstermesi nedeniyle (ilgi çekme, duygu durum değişimi, tolerans, geri çekilme problemleri, davranışın bırakılmak istendiğinde problemler yaşanması, davranışın kişinin hayatında problemlere sebep olması ve davranışın kontrol edilememesi) bir davranışsal bağımlılık olarak kabul edilmektedir. (Griffiths, 1996) (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2018). Teknoloji bağımlılığı, kişinin teknolojiyi yönetmesi gerekirken teknolojinin kişiyi yönetmesi, sık kullanılan teknolojik aletlere duyulan karşı konulmaz istek olarak değerlendirilmektedir. Teknoloji bağımlılığı ile ilgili yapılan çalışmalarda yer alan başlıca teknoloji bağımlılığı tanımları şunlardır:

- *Teknoloji bağımlılığı, bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve oyun sistemleri gibi teknolojik cihazları kullanma yönündeki kontrol edilemez dürtüyü ifade eden geniş bir terimdir. (Millicent, 2018).*
- *Genellikle İnternet, akıllı telefonlar, tabletler ve Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal ağ sitelerinin çeşitli türlerde kullanımını kontrol edememeyi içeren ciddi bir sorun olarak tanımlanmaktadır. (Technology Addiction, 2020).*
- *İnternet bağımlılığı, herhangi bir maddenin kullanılmasını içermeyen ve patolojik kumar oynamaya çok benzer bir dürtü kontrol bozukluğu olarak tanımlanmaktadır. (Fitzpatrick, 2010)*
- *Bireyin teknoloji kullanımı üzerinde kontrolünün kaybolması ve teknolojiyi ölçsüz ve sınırsız kullanması, çok ciddi zararlara sebep olabilir. İnternet ve teknoloji bağımlılığı, diğer bağımlılıklarda olduğu gibi kişinin bağımlısı olduğu teknolojik ürüne ulaşamadığında yoksunluk yaşadığı bir durum olarak tanımlanmaktadır. (Yeşilay, 2020)*

¹ Bu doküman Dijital Politika Araştırmaları kapsamında hazırlanmıştır.

- *Teknoloji bağımlılığı, belirtileri ruhsal değişiklik, sosyal yaşantıyı etkileme ve depresyon belirtileri olup birey, bağımlı olduğu herhangi bir teknolojik ürünü aşırı derecede kullanmakta, ulaşamadığında onun yoksunluğunu yaşamakta ve bu durumun olumsuz etkileri ile mücadele etmek zorunda kalmaktadır (Karayel Kutluoğlu, 2019).*

Teknoloji bağımlılığının başlıca çeşitleri şöyle sınıflandırılmaktadır:

- *İnternet Bağımlılığı*
- *Oyun Bağımlılığı*
- *İnternet Üzerinden Alışveriş Bağımlılığı*
- *Akıllı Telefon Bağımlılığı*
- *Sosyal Ağ Bağımlılığı*
- *Bilgisayar Bağımlılığı*
- *Televizyon Bağımlılığı*

Bağımlılık tiplerine bakıldığında İnternet üzerinden alışveriş ve sosyal medya bağımlılığı, İnternet aracılığıyla sağlandığından bağımlılık çeşitleri önem açısından sıralanırsa İnternet bağımlılığı en başa konulabilir. Buna ek olarak oyun bağımlılığı ve bilgisayar bağımlılığı dolaylı yoldan ilişkilidir. (Kuss, 2013) Teknoloji bağımlılığı da diğer bağımlıklar gibi bir süreç içerisinde oluşur, bir anda ortaya çıkmaz. Bu süreçteki bazı eylemler süreci hızlandırır ve bağımlı kişiyi daha kolay etkisi altına alır. Aşağıdaki işaretler teknoloji bağımlılığına işaret eden belirtiler olarak tanımlanmaktadır (Yeşilay, 2020) (Acıbadem Psikoloji, 2020):

- Zaman kontrolünü kaybetmek,
- Kullanım süresi hakkında yalan söylemek,
- Aşırı kullanım sonucu fiziksel problemlerin oluşması,
- Anonim bir kişiliğe bürünmek, insanlarla internet üzerinden konuşmayı yüz yüze konuşmaya tercih etmek, sosyal anlamda içe kapanıklık.
- Teknoloji kullanımı için sorumluluklardan kaçınmak,
- Teknolojiden uzak kalındığında huzursuzluk hissi,
- Akademik performansın düşmesi,
- Kişisel ve ailesel yaşamda sorunlar,
- Uykusuzluk ve uyku düzensizliği,
- Göz kuruluğu,
- Göz bozukluğu,
- Aşırı kilo artışı gibi yeme bozuklukları,
- Boyun, bel ve sırt ağrıları,
- Kas ağrıları,
- Halsizlik.

Teknoloji bağımlılığına neden olan sosyal, sosyoekonomik ve psikolojik pek çok faktör bulunmaktadır:

- *Ailevi problemler ve aile ile kaliteli vakit geçirememesi,*
- *Arkadaş eksikliği,*
- *Madde bağımlısı arkadaşlar,*
- *İnsanlar ile ilişkisi kurmakta ve sürdürmekte sıkıntı yaşama,*
- *Sağlıklı yaşam aktiviteleri ve spor eksikliği,*
- *Okulda başarısızlık,*
- *Sosyoekonomik durum (Kayri & Güniç, 2016),*
- *İçeride dönmek ve sosyal olma,*
- *Kendini rahatça tanıtamama,*
- *Doğru arkadaş eksikliği,*
- *Oyunlara ve eğlenceli şeylere gerçek hayatta olduğundan daha kolay ulaşma,*
- *Gerçek hayattaki ifade özgürlüğünün kısıtlanması (Karayel Kutluoğlu, 2019)*

TÜİK tarafından yürütülen Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Araştırması'nda Türkiye'deki hanelerin İnternete erişim imkânı yıllar bazında karşılaştırılmış, 2017 yılında toplumun %80,7'si İnternete erişirken 2018 yılında bu oran % 83,8 olmuştur (TÜİK, 2018). Türkiye'de İnternette harcanan ortalama süre 7 saat 15 dakika iken dünyada 6 saat 40 dakikadır (Kemp, 2019). %14,21'i (11.3 Milyon) kadın, %20,21'i (16.3 Milyon) erkek olmak üzere toplumun %34,42'si internet üzerinden oyun oynamaktadır (TÜİK, 2018). 2019 yılı ölçümünde ise bu oranın toplam nüfusta %43'e yükseldiği tespit edilmiştir (Kemp, 2019). İnternet kullanıcılarından canlı yayınlanan oyunları oynayanların oranı %43, başkalarının oyunlarını izleyenlerin oranı %27 olarak ölçümlenmiştir (TÜİK, 2018). Dünyada herhangi bir cihazdan çevrimiçi alışveriş yapma oranı %75, fiyat karşılaştırmak için mağazalara tek tek gitmek yerine İnternet üzerinden fiyat karşılaştırması yapma oranı ise %56 olarak ölçümlenmiştir. Bu kolaylık sayesinde sürekli aktif olarak çevrimiçi alışveriş sitelerinde vakit geçirme oranı %91 olarak ölçümlenmiştir (Kemp, 2019). Amerika'da İnternet erişimi olan tüketicilerin %62'den fazlasının ayda en az bir kere çevrimiçi alışveriş yaptığı, %83'ünün ise çevrimiçi alışverişten memnun olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'de ise İnternet üzerinden alışveriş yapma oranı %29,3 (15 milyon) olarak ölçümlenmiştir (TÜİK, 2018). Bu oranın %58'i (8.7 milyon) erkek, %42'si (6.3 milyon) kadınlardan oluşmaktadır. İnternet üzerinden en çok giyim ve spor malzemesinin (%65,2) satın alındığı tespit edilmiştir. Giyim ve spor malzemesi oranını, %31,9 ile seyahat bileti ve araç kiralama, %26,8 ile ev eşyası, %22,1 ile günlük gereksinimler ve gıda malzemeleri, %20,6 ile kitap, dergi ve gazete satın alımları izlemektedir (TÜİK, 2018). İnternet üzerinden alışverişe harcanan meblağlar göz önüne alındığında en fazla harcama yapılan alan 2.182 milyar dolar ile elektronik aletler olmuştur. En fazla harcama yapılan bir diğer alan ise seyahat olmuştur (TÜİK, 2018). Türkiye'de, sosyal medya kullanımı için ayrılan ortalama süre 2 saat 46 dakika (yılı

42 güne tekabül etmektedir) iken dünyada ayrılan süre 2 saat 16 dakikadır. Ülke nüfusunun %41'i (33 milyon) erkek, %42'si (34 milyon) kadın olmak üzere toplamda %83'ü sosyal medya üzerinden profil oluşturmakta, mesaj göndermek-te veya fotoğraf paylaşmaktadır (TÜİK, 2018). Dünya nüfusunun %45'i sosyal medya kullanırken toplamda 3,5 milyar, aktif sosyal ağ kullanıcısı mevcuttur. Ocak 2018 – Nisan 2019 arasında sosyal medya ağı kullanıcıları dünyada 280 milyon artış göstermiş, Türkiye'de Ocak 2019 verilerine göre 52 milyon sosyal ağ kullanıcısı mevcut olup Ocak 2018'e göre 1 milyon artış göstermiştir (We Are Social, 2019). Ülkemizde bir internet kullanıcısının sahip olduğu ortalama sosyal medya hesabı sayısı 9,7'dir. Türkiye genelinde nüfusun toplamda %20'si (16.2 milyon) kadın, %19'u (16 milyon) erkek olmak üzere %39'u İnternet üzerinden televizyon izlemektedir (TÜİK, 2018). Nüfusun %37'si kadın, %40,48'i erkek olmak üzere toplamda %77,48'i, paylaşım sitelerinden video izlemektedir. İnternet kullanıcılarında çevrimiçi video izleyenlerin oranı %96'dır (TÜİK, 2018). Türkiye'de yaklaşık 70 bin Netflix aboneliği olduğu tahmin edilmektedir. Bir aboneliğin ise ortalama 4 kişi tarafından kullanıldığı kabul edildiğinde Netflix'in kullanıcı sayısı 280 bin civarı olarak hesaplanmaktadır. Türkiye'de streaming dâhil günlük televizyon izleme ortalama süresi 3 saat 09 dakika (Kemp, 2019), geleneksel televizyon izleme süresinin ortalaması 3 Saat 34 dakika olarak ölçümlenmiştir (TÜİK, 2018).

Türkiye'de 2016 yılı Nisan ayında hanelerin %96,9'unda cep telefonu veya akıllı telefon bulunurken 2018 yılında nüfusun %73'ü yani 59 milyon vatandaş akıllı telefon kullanmaktadır (TÜİK, 2018). 2017 yılının Ocak ayı ile 2018 yılının Ocak ayı verileri karşılaştırıldığında telefon kullanımı %5 artmıştır. Yetişkinlerde telefon kullanımı incelendiğinde yetişkinlerin %98'i telefon sahibi ve bu telefonların %77'si akıllı telefonlardan oluşmaktadır. Türkiye'de kişi başına düşen sim kart sayısı 1.23'tür. Hiç telefon kullanmayanların bulunmasına rağmen birden fazla sim kart kullanan kişi sayısının fazla olduğu görülmektedir. Akıllı telefon kullananların %44'ü telefonda fotoğraf veya video çekmekte, %38'lik kısım telefonlarını alarm için kullanmaktadır. Haberler, hava durumu kontrolü gibi uygulamalar da sık kullanılanlar arasındadır. (We Are Social, 2019). Sonuç olarak, ülkemizde İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte dünya ortalamaları ile kıyaslandığından aşırı kullanımına yönelik eğilim görülmekte; bu da teknoloji bağımlılığı riskini artırmaktadır.

İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı, erişim kolaylığı sebebiyle artış gösteren, kullanılmadığında huzursuzluk hissi oluşturan ve kontrolsüz kullanım sonucu bireyin gerçek yaşamında problemlere sebep olan davranışsal bir bağımlılıktır. Problemlili İnternet kullanımı ya da aşırı İnternet kullanımı, İnternet kullanımı hakkında kontrol edilemeyen dürtüler, düşünceler ve davranışlarla karakterize edilen ve aşırı kullanımı zarar ve sıkıntılı durumla sonuçlanan bir rahatsızlıktır. (Weinstein & Lejoyeux, 2010). Bireyler, İnternet kullanımı esnasında patolojik kumar oynama davranışı ile benzer dürtü kontrolü zorluklarını gösterdikleri için bu davranışın bireyin gerçek yaşamında problemlere yol açtığı görülmüştür. (Young, 2009).

İnternet bağımlılığı nörolojik problemlere, psikolojik rahatsızlıklara (stres, depresyon, uyku düzensizliği) ve sosyal problemlere sebep olduğundan dolayı bireylerin hayatına zarar veren, İnternette bulunulduğunda coşku hissine yol açan bir davranış bozukluğudur. (Cash, Rae, & Winkler, 2012).

Oyun Bağımlılığı

Oyun bağımlılığı, uzun süre oyun içinde aktif kalma, kendisine zarar verdiğini bile bile devam etme ve günden güne oyuna olan arzusunun artması olarak tanımlanmaktadır. Oyun bağımlılığı bozukluğu, ICD-11'de (Uluslararası Hastalıkların Sınıflandırılmasında) dijital oyun ve video oyun aktivitelerinin günlük sorumlulukların yerine geçtiği ve olumsuz sonuçlara rağmen vazgeçilmeyen bir bozukluk olarak hastalık sınıflandırılmasında kullanılmaktadır.

Tıpkı alkol ya da madde bağımlılığı gibi oyun oynayıcılar da bağımlılığın çeşitli semptomlarını gösterirler (Grüsser, 2007). Araştırmalar, aşırı çevrimiçi oyun oynamanın akademik performansa olumsuz etkisi, kaygıda artış, kişisel ilişkilerin kötüleşmesi, gerçek hayattan kaçma, gençler arasında şiddet ve suça eğilimin artışı gibi olumsuz sonuçlara sebep olabileceğini göstermektedir (Wan & Chiou, 2007). Oyun bağımlısının dış dünya ile ilişkileri bozulur, öğrenci ise ders başarısı düşer, çalışıyor ise işyerindeki performansı azalır, eğer evli ise evliliğinin bitmesine sebep olabilir. Kişi oyun oynamak için günlük hayatındaki tüketim, tuvalet ihtiyacı gibi temel ihtiyaçlarından feragat eder. Bu hastalık halinde, kişi artık çevresinden gelen telkinlerden bıktığı için etrafındakiler ile ilgilenmez ve sürekli oyun içinde aktif olmak ister. Oyun bağımlılığının sonuçlarına en kötü örneklerden birisi olarak, Facebook'ta oynanan FarmVille bağımlısı olan Alexandra Tobias adlı kişinin oyun oynarken rahatsız edilmekten hoşlanmaması nedeni ile FarmVille oynarken 3 aylık oğlunun ağlamasına sinirlenmesi ve öldürmesi gösterilmektedir (Jacksonville mom who killed baby while playing FarmVille gets 50 years, 2011).

Çoklu kullanıcı çevrimiçi rol yapma oyunları, çocuklar ve ergenler arasında İnternet bağımlılığının hızla artış gösteren bir formudur. Sosyal olarak izole edilen veya depresyon ya da dikkat eksikliği bozukluğu olan çocuklar daha fazla risk altındadır. Erkekler, daha fazla oyun oynamaları nedeni ile kızlardan çok daha fazla risk altındadır (Petry, 2017).

Sağlık Bakanlığı Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü tarafından Kasım 2018'de Ankara'da düzenlenen Dijital Oyun Bağımlılığı Çalıştayı Sonuç Raporu'nda söz konusu faktörler tanımlanmıştır. Günlük hayatın problemleri, stresli yaşam olayları ve olumsuz duygulardan uzaklaşma isteği, gruba ait olma, sosyalleşme ve rekabet ihtiyacının dijital oyunlarla karşılanması, sosyal gelişimdeki yetersizlik, yaşlılarla iletişim kuramama, içe dönüklük, yalnızlık duygusu, sosyal kaygılar, sosyal beceri yetersizlikleri, düşük benlik saygısı, çocuk ve ergene bağlı faktörlerdir (Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı, 2018). Aynı raporda çözüm önerileri sunulmuştur. 6-8 yaş grubundaki çocuklara ebeveynleriyle birlikte belirledikleri süre kadar izin verilmesi ve çocuğun günlük yaşam aktivitelerini

aksatmaması kaydıyla çocuğun, ailenin gözetiminde teknolojik aygıtları kullanması; 9-11 yaş grubunda, günlük yaşam aktivitelerini ve sosyal etkileşimini aksatmamak şartıyla akademik aktiviteler dışında en fazla 2 saat olacak şekilde ailenin gözetiminde teknolojik araçları kullanması önerilmiştir.

Alışveriş Bağımlılığı

Mağazaya gitmeye gerek kalmadan, günün her saatinde girilebilen, zamandan tasarruf ettiren internet dükkânlarına erişimin kolay olması alışveriş imkânını arttırmakta ve böylece çevrimiçi alışverişte aşırıya kaçılması daha olağan olmaktadır. Çevrimiçi alışveriş sitelerine günlük hayatın yorgunluğundan kaçmak, rahatlamak ve stres atmak için giren insanlar, sanal alışveriş ortamını zamandan kazanmak için kullansalar da alışveriş bağımlıları hiçbir ihtiyacı olmamasına rağmen saatlerce çevrimiçi alışveriş sitelerinde takılıp kalabilirler. Alışveriş bağımlıları, ürüne eş değer başka ürünlere sahip olsalar da kendilerini satın almaktan alıkoyamadıklarını belirtmektedirler.

Bireyin çevrimiçi alışverişini tercih etmesinde daha düşük fiyat seçeneği, arama ve satın alma kolaylığı, kampanyalardan kolayca haberdar olma, markaları kıyaslama, ürün çeşitliliği, zaman tasarrufu, ucuzluk, promosyon ve dürtüsel davranışlar mevcuttur (Günüç & Keskin, 2016). Stres ve kaygıyı azaltmak için alışveriş bir araç olarak kullanılabilir. Benzer şekilde depresyondan bağımlılık davranışları ile kaçmaya çalışılmaktadır. Birey, yaşam şartları zorlaştığında, sıkıntılarının üstesinden gelmek, depresiflikten kurtulmak amacıyla bağımlılık davranışlarını kullanabilmektedir (Yüksel & Eroğlu, 2015; Workman & Paper, 2010).

Düşük öz saygı, kişiyi zorunlu satın alma dürtüsü ile karşı karşıya bırakır. Kişi, kendisini iyi hissetmek için, etrafından saygı görmek ve aynaya baktığında mutlu olmak için kıyafetler alır ya da belli bir çevrede kabul görmek isteyen, sosyal ortama dâhil olamayan birey, kendisini kabul ettirmek için yeni aletlere ihtiyaç duyabilir. İnsanlar arasında saygın bir hale gelmek için sürekli almaya devam edebilir. Bu durum, sonunda bağımlılığa dönüşmektedir (Brown & Marshall, 2001). Öz kontrol eksikliğine sahip olan bireylerde çevrimiçi alışveriş, bağımlılık yapacak düzeydedir (Günüç & Keskin, 2016).

Reklamların insanların ilgisini çekmek ve alıcıyı etkisi altına almak için tasarlandığı bilinmektedir. Renkler, yazılar, şekiller ve kullanılan dil, bu tasarımda etkili olup; özellikle kullanılan dilin tüketicinin anlayacağı şekilde kodlanması ve onlara yakın olması sağlanmaktadır. Yapılan araştırmalarda reklamların bireylerin zorunlu satın alma davranışını tetiklediği gözlenmiştir (Elliott, 1994). Kadınların erkeklere nazaran İnternet üzerinden alışveriş bağımlısı olma olasılığı daha fazladır (Rose & Dhandayudham, 2014; Yüksel & Eroğlu, 2015).

Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal Ağ Siteleri (Social Networking Sites veya SNS), kullanıcıların kendi adlarına profiller oluşturabildiği, gerçek hayattaki arkadaşlarıyla iletişim kurabildiği ve ortak ilgilerini paylaştıkları bireylerle tanışabildikleri sanal topluluklardır

(Kuss & Griffiths, 2011). Sosyal ağ siteleri, bireylerin sınırlı bir sistem içerisinde halka açık ya da yarı açık profiller oluşturabildikleri, beraber bağlantı kurdukları kullanıcılardan liste oluşturdukları, başka kullanıcılar tarafından yapılan listeleri inceleyebildikleri web-tabanlı hizmetlerdir (Boyd & Ellison, 2007). Sosyal ağ siteleri bağımlılığı, sosyal medya kullanımının kişinin hayatını kontrol etmesi sonucu kendi hayatındaki diğer görevleri yerine getirememesi durumudur (Traci & Andrea, 2014). Sosyal ağ bağımlılığı, diğer bağımlılıkların bağımlılığın düşünmeyi etkilemesi, ruh hali değişimi, tolerans gösterme, bağımlılık yapan davranışı bırakınca veya azaltınca huzursuzluk hissetme, davranışın diğer kişilerle ya da kişinin kendiyile ilişkisini kötüleştirme, davranışı bıraktıktan bir süre sonra tekrar geri dönme özelliklerini gösteren bir bozukluktur (Griffiths, 2009). Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya ağları ile sürekli ilgili olma, sosyal ağa erişme konusunda güçlü bir motivasyona sahip olma ve sosyal ağlara çok fazla vakit ve çaba harcanması sonucu diğer sosyal aktivitelerin, akademik performansın, kişisel ilişkilerin ve psikolojik sağlığın kötüleşmesiyle sonuçlanan bağımlılıktır (Andreassen & Torsheim, 2012).

Sosyal medya bağımlıları, sosyal medya ve sosyal medyada nasıl daha fazla vakit geçirebilecekleri hakkında düşünürler (meşguliyet); sosyal ağdan aynı oranda zevk alabilmek için olması gerekenden daha fazla artacak şekilde sosyal ağları kullanırlar (tolerans artışı). Suç duygusu, kaygı, huzursuzluk, çaresizlik, depresyon hislerini azaltmak için sosyal ağları kullanırlar (duygu durum değişimi). Eğer sosyal ağdan uzak kalırlarsa stresli, huzursuz ve kötü hissederler (yoksunluk özelliği); sosyal medya kullanımını azaltmayı denediklerinde ise başaramazlar (tekrarlama).

Bireyin bir yer ile ilişkili olma ihtiyacının karşılanmasında sosyal ağlar, insanların özellikle kendileriyle ortak ilgi alanlarına sahip bireyler ile iletişime geçme imkânı sağlamaktadır. Bir yere ait olma isteği yüksek olan insanların sosyal medya kullanımında artış görülebilir. (Pelling & White, 2009). Sosyal iletişimde bulunma ihtiyacı, sosyal ağlarla karşılanmaktadır (Lee, Cheung, & Thadani, 2012). Yalnız hissedildiği için sosyal ağ kullanılabilir. Sosyal becerileri düşük olan bireyler, çevrimdışı yaşamda arkadaşlık kuracak becerilere sahip olmadıkları için sosyal ağları tercih edebilirler. Kişide var olan “Ben, iyi değilim”, “Ben, sosyal becerilere sahip değilim” perspektifleri beğeni ve takipçilerin başarıya eşdeğer sayıldığı sosyal ağları kullanma davranışlarını tetikleyebilir ve aşırı sosyal ağ kullanımına yol açabilir (Hong & Huang, 2014). Sosyal ağ kullanıcıları, ebeveyn baskısına maruz kalabilir veya sosyal çevresinde (ebeveynlerinden, kardeşlerinden, akranlarından ya da diğer bireylerden) gördükleri aşırı sosyal ağ kullanımından etkilenebilirler. Daha geniş açıdan bakıldığında hem çevrimiçi hem de çevrimdışı sosyal hayatta yeterlilik, rekabet, statü, şöhret gibi kavramlar vurgulandığından ve sosyal ağ kullanımı bu becerilerin sağlanmasında rol oynadığı için sosyal ağ kullanımını arttırabilir. (Ji & Hwangbo, 2010) Ayrıca sosyal ağlarda başka bireylerde oluşturulan izlenim değiştirilebileceğinden kişinin bu amaçla sosyal ağ kullanımı, bağımlılığı arttırabilir (Chen & Kim, 2013). Tayvan’da ergenlik çağında bulunan 8941 genç ile yapılan bir araştırmada depresyon ve aile

varlığının olmaması, internet bağımlılığının artmasına sebep olan faktörler olduğu bulunmuştur (Hong & Huang, 2014).

Sosyal medya bağımlıları, sosyal ağı negatif hislerden ve huzursuz durumlardan kaçınmak için kullandığından bu olumsuz durumlarla başa çıkmayı öğrenemezler, bu da düşük yaşam kalitesine sebep olur (Shamim & Balakrishnan, 2013; Xu & Yan, 2012). Aşırı sosyal ağ kullanımı, sosyal dışlanmaya (*social exclusion*) sebep olduğu gibi bireyin sosyal becerilerini de geriletir (*social dysfunction*) (Zaremo-hzzabieh, 2014; Elphinston & Noller, 2011; Çam & İşbulan, 2012). İş performansının düşmesine de neden olur. Bireyin iş esnasında iş dışı kişisel amaçlarla Internet kullanımı sonucunda çalışanlarda işleri erteleme ve dürtü kontrolünün azalması gibi problemler meydana gelmektedir (Kim, 2002). 394 Bilişim Teknolojileri (BT) çalışanı üzerine yapılan bir çalışmaya göre iş yerinde “sosyal medya” kullanımı ve bu kullanımın yarattığı teknostres (sürekli teknolojik araç kullanma sonucu ortaya çıkan stres biçimi), iş performansını olumsuz şekilde etkilemektedir (Brooks & Califf, 2017).

Aşırı sosyal medya kullanımı, akademik performansa da zarar vermektedir. 2016 yılında 300 üniversite öğrencisi üzerinde yapılan bir araştırma, akıllı telefon kullanımının öğrencinin genel not ortalamasını olumsuz etkilediğini ortaya çıkarmıştır. 2012 yılında 451 ABD’li ve 406 Avrupalı üniversite öğrencisi üzerinde yapılan bir çalışmada sosyal ağ kullanımının öğrenciyi aynı zamanda çok işle uğraştırdığı için de verimliliklerini düşürdüğü ve ortalamalarını etkilediği görülmüştür (Samaha & Hawi, 2016).

Sosyal medya bağımlılığı, FOMO (*Fear of Missing Out*) olarak adlandırılan ve kişinin kendisinin bir parçası olmadığı ve başkalarının yaşadığı ödüllendirici aktivite ve durumlarda ve başkaları ile bağlantıda olamadığı anlarda yaşanan rahatsızlık verici duyguya da neden olmaktadır. Yüksek oranda FOMO’ya sahip bireylerde arkadaşlarının yaşamları ve aktiviteleri hakkında bilgi almak için sosyal medya kullanımının da fazla olduğu görülmektedir. Sosyal ağ sitelerinin sık kullanımı da FOMO hissini tetikleyebilir (Fuster & Chamarro, 2017; Yellowlees & Marks, 2007). Türkiye’de de bu konuda çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Eyüp’te 6 ayrı lisede 725 öğrenciyle yapılan çalışmada öğrencilerin sosyal medya bağımlılık ölçeğine göre orta seviyede bağımlı olduğu tespit edilmiştir (Deniz & Gürültü, 2016). 2018 Aralık ayında 19 farklı fakülteden yaş ortalaması 20,9 olan 303 üniversite öğrencisi üzerinde yapılan bir çalışmada %22’lik bir kısmın bağımlılık belirtisi gösterdiği bulguları elde edilmiştir (Balcı & Baloglu, 2018).

Akıllı Telefon Bağımlılığı

Günümüzde teknolojinin hızla gelişimi, akıllı telefon kullanımını da etkilemiştir. Hemen hemen herkesin kullandığı akıllı telefonlar; kullanımı, taşınabilirliği, ulaşılabilirliği ve kolaylığı açısından yanımızdan hiç ayırmadığımız teknolojik cihazlar haline gelmiştir. Sağladığı kolaylıklar sayesinde her yaş grubunun kolayca adapte olabilmesine olanak sağlayan akıllı telefonların yan etkileri de mevcuttur. İletişim aracı olmasının yanı sıra, İnternete erişim ve oyun oynama imkânları da

sunması akıllı telefonları vazgeçilemez hale getirmektedir. Kişi, gelen e-postaya cevap verdiğinde ya da gelen sosyal medya bildirimlerini gördüğünde beynin farklı kısımlarından Dopamin salgılanmaya başlar ve bu da ona mutluluk hissi verir. Akıllı telefon bağımlılığı literatürde Nomofobi yani telefon olmadığında hissedilen eksiklik, yoksunluk olarak geçmektedir. En genel tanımı ile Nomofobi, telefonun olmaması, telefonsuz kalma korkusudur. Bireyin akıllı telefondan uzak kaldığında yaşadığı yoksunluk (*No mobile phone phobia*) anlamına gelmektedir.

Televizyon Bağımlılığı

Televizyon bağımlılığı, DSM-IV'te tehlikelerinden bahsedilen ancak belirtilmeyen, kişinin çeşitli faktörlerden dolayı, kontrolsüz bir şekilde saatlerce televizyon izlemesidir (Horvath, 2004). Televizyon bağımlılığı, kişinin belirli bir doygunluğa ulaşmak için televizyon izlemeyi arzu etmesi, televizyon izleme süresinin birey tarafından kontrol edilememesi, televizyon izlemiyorken bile televizyon izlemenin düşünülmesi ve kontrolsüz televizyon izleme sonucu olumsuz sonuçlarla karşılaştığı bağımlılık çeşididir (Sussman & Moran, 2013). Televizyon bağımlılığı, bir televizyonda bir programı izlemekten ziyade mecra olarak televizyona kontrolsüz bir biçimde bağlanma durumudur (McIlwraith & Jacobvitz, 1991). İki başlık altında ele alınmaktadır:

- Televizyon Bağımlılığı (Geleneksel Televizyon İzleme)
- Maraton İzleme Bağımlılığı / Binge Watching (Streaming Platformları Aracılığıyla İzleme)

Televizyon bağımlılığı, yoksunluk yani televizyon izlememe sonucu huzursuzluk hissi, davranışın kontrolsüz bir biçimde gerçekleşmesi, kişinin sosyal ve diğer yaşantısında olumsuz sonuçların gerçekleşmesi ve bunlara rağmen bireyin davranışı sürdürmeye devam etmesi açısından bağımlılıkla benzerlik göstermektedir.

Maraton İzleme Bağımlılığı, genel olarak 3-4 saatten fazla dijital video ve streaming hizmetlerinden medya içeriği izleme sonucu, bireyde izleme isteğinin devam etmesi, duygu durum değişiminin kontrolünün yapılamaması, bireyin sorumluluklarını erteleme, bireyin kendisini izlediği karakterlerle özdeşleştirme şeklinde görülen bağımlılık çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Rubenking, Bracken, Sandoval, & Rister, 2018). Kişinin öz kontrolünün olmaması, günlük sorumluluklarından kaçmak için dizi izlemeye yönelmesi, kişinin sosyal anlamda çeşitli karakterlerle özdeşleşme isteği (sosyal ihtiyaç) ve bir sonraki bölümü izleme isteği bu bağımlılığa sebep veren faktörler olarak değerlendirilmektedir (Rubenking vd., 2018).

Ülke Politikaları

Teknoloji bağımlılığı küresel anlamda ülkeler tarafından sorun olarak görüldüğü için bu sorunla mücadele konusunda çeşitli politikalar izlenmektedir. Gerek önleyici gerekse de tedavi edici alanda yoğunlaşan bu girişimler birçok ülkede uygulamaya konulmuştur. Ülkelerde mevcut durum (King, Delfabbro, & Doh, 2018) Tablo 1'de özetlenmiştir:

Tablo 1: Ülkelerde Teknoloji Bağımlılığı Konusunda Mevcut Durum

Ülke	E-Devletteki Sıralaması (Birleşmiş Milletler)	Kanuni Düzenlemeler	Farkındalık Eğitimleri	Nüfus Taraması	Bağımlılığı Önleme Çalışmaları	Ruh Sağlığı Servisleri	Eylemlerle İlgili Aktörler
Güney Kore	3	Shutdown Yasası (2011) ²	Kore İnternet Bağımlılığı Önleme Merkezleri (IAPC)	Kore Gençler İçin Danışmanlık ve Refah Enstitüsü ³	Kore İnternet Bağımlılığı Önleme Merkezi (IAPC)	Kore Gençler Danışmanlık ve Refah Enstitüsü	Cinsiyet Eşitliği ve Aile Bakanlığı Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı Eğitim Bakanlığı Sağlık ve Refah Bakanlığı Ulusal Savunma Bakanlığı Adalet Bakanlığı Kore İletişim Komisyonu
		Oyun Endüstrisi Promosyon Yasası ⁴ (2006)	KOCCA		Kore Gençler Danışmanlık ve Refah Enstitüsü	Wee Center	
			Wee Center I Will Center			I Will Center	
Çin	29	Küçüklerin Korunması Kanunu ⁵ (2006)	"BeNetWise" İnternet Eğitim Kampanyası (2009)	Devlet Tarafından Fonlanan Bağımsız Araştırmalar	Okulda Verilen Eğitimler	Özel ve Devlet Tarafından Gerçekleştirilen Hizmetler	-
Japonya	10	Gençler İçin Güvenli İnternet Sağlanması Yasası ⁶ (2008)	İçişleri ve İletişim Bakanlığı eylemleri	Devlet Tarafından Fonlanan Bağımsız Araştırmalar	Devlet hizmeti yok	Kurilama Medikal Bağımlılık Merkezi ⁷	İçişleri ve İletişim Bakanlığı
ABD	11	Yok	Amerikan Pediatri Akademisinin Önerileri, Sivil Toplum Kuruluşları	Devlet Tarafından Fonlanan Bağımsız Araştırmalar	Devlet hizmeti yok	Özel Sektör Hizmetleri	-

² Shutdown Law³ Korea Youth Counseling and Welfare Institute⁴ Game Industry Promotion Act⁵ Protection of Minors Act⁶ Act on Development of an Environment that Provides Safe and Secure Internet Use for Young People⁷ Kurilama Medical and Addiction Center

Ülke	E-Devletteki Sıralaması (Birleşmiş Milletler)	Kanuni Düzenlemeler	Farkındalık Eğitimleri	Nüfus Taraması	Bağımlılığı Önleme Çalışmaları	Ruh Sağlığı Servisleri	Eylemlerle İlgili Aktörler
Birleşik Krallık	4	Yok	Birleşik Krallık Çocuk İnternet Güvenliği Konseyi, Birleşik Krallık Daha Güvenli İnternet Merkezi, Childnet International	Devlet Tarafından Fonlanan Bağımsız Araştırmalar	Devlet hizmeti yok	Kompulsif ve Bağımlılık Yaratan Davranışlar Merkezi ⁸ (Hizmet Sonu Erdi.)	NHS Birleşik Krallık Çocuk İnternet Güvenliği Konseyi
Almanya	12	Yok	Yok	Devlet Tarafından Fonlanan Bağımsız Araştırmalar	Devlet hizmeti yok	Bonn LVR Kliniği	-
Avustralya	2	Yok	Yok	Çocuk ve Ergenlerin Mental Sağlık Taramaları	Devlet hizmeti yok	Devlet Hizmeti Yok, Özel Sektör ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Hizmetleri	ACMA
Türkiye	53	Yok	YEDAM tarafından anaokulu, ilkokul, ortaokul, lise ve yetişkinler için hazırlanan farkındalık eğitimleri Uluslararası Teknoloji Bağımlılığı Kongresi İnternetin Bilişçi Kullanımı ve Teknoloji Bağımlılığı Çalıştayı	Akademik Çalışmalar	Uluslararası Teknoloji Bağımlılığı Kongresi	Sağlık Bilimleri Üniversitesi Bakırköy Prof. Dr. Mazhar Osman Ruh Sağlığı ve Sinir Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi Çocuk ve Ergen Psikiyatrisi Kliniği	Yeşilay (YEDAM) Sağlık Bilimleri Üniversitesi Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kurumu Millî Eğitim Bakanlığı Gençlik ve Spor Bakanlığı

⁸ Centre for compulsive and Addictive Behaviours

Kaynaklar

- Acıbadem Psikoloji. (tarih yok). *Teknoloji Çağının Hastalığı: Nomofobi*. Acıbadem Hayat: <https://www.acibadem.com.tr/Hayat/Bilgi/teknoloji-caginin-hastaligi-nomofobi> adresinden alındı
- Andreassen, C. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*.
- Andreassen, C., & Torsheim, T. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*.
- Balcı, Ş., & Baloglu, E. (2018, 12). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: “Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması”. *GSÜ İletişim Dergisi*.
- Balcı, Ş., & Gülınar, B. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili. *Selçuk İletişim*, s. 5-22.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Brooks, S., & Califf, C. (2017). Social Media-Induced Technostress: Its Impact On The Job Performance of IT Professionals and The Moderating Role Of Job Characteristics. *Computer Networks*.
- Brown, J., & Marshall, M. (2001). Self-Esteem and Emotion: Some Thoughts about Feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin*.
- Cash, H., Rae, C., & Winkler, A. (2012). Internet Addiction: A Brief Summary of Research and Practice. *Current Psychiatry Reviews*.
- Ceyhan, E. (2010). Problemlı İnternet Kullanım Düzeyi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, s. 1323-1355.
- Chen, H.-T., & Kim, Y. (2013). Problematic Use of Social Network Sites: The Interactive Relationship Between Gratifications Sought and Privacy Concerns. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
- Çam, E., & İşbulan, O. (2012). A New Addiction for Teacher Candidates: Social Networks. *Turkish Online Journal of Educational Technology*.
- Deci, E., & Ryan, R. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *An International Journal for the Advancement of Psychological Theory*.
- Deniz, L., & Gürültü, E. (2016, 09). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Education Journal*.
- Deniz, L., & Gürültü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, s. 355-367.
- Elliott, R. (1994). Addictive Consumption: Function and Fragmentation in Postmodernity. *Journal of Consumer Policy*.
- Elphinston, R., & Noller, P. (2011). Time to Face It! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction.
- Feeney, N. (2014). When, Exactly, Does Watching a Lot of Netflix Become a ‘Binge’? *The Atlantic*.
- Fitzpatrick, J. (2010, 07 12). *Internet Addiction*. 2019 tarihinde Health: <https://web.archive.org/web/20160401221216/http://www.health.am/psy/internet-addiction/> adresinden alındı
- Fuster, H., & Chamarro, A. (2017). Fear of Missing Out, Online Social Networking and Mobile Phone Addiction: A Latent Profile Approach. *Aloma*, s. 23-30.
- Griffiths, M. D. (1996, Ocak). Behavioural Addictions: An Issue for Everybody? *Journal of Workplace Learning*, s. 19-25.

- Griffiths, M. (2009). A "Components" Model of Addiction within a Biopsychosocial Framework. *Journal of Substance Use*.
- Grüsser, S. (2007). Excessive computer game playing: evidence for addiction and aggression? *Cyberpsychology Behavior*.
- Günüş, S., & Keskin, A. (2016). Online Shopping Addiction: Symptoms, Causes and Effects. *ADDICTA: THE TURKISH JOURNAL ON ADDICTIONS*.
- Hong, F.-Y., & Huang, D.-H. (2014). Analysis of the psychological traits, Facebook usage, and Facebook addiction model of Taiwanese university students. *Telematics and Informatics*, s. 597-606.
- Horvath, C. (2004). Measuring Television Addiction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Jacksonville mom who killed baby while playing FarmVille gets 50 years*. (2011). Florida Times: <https://www.jacksonville.com/article/20110201/NEWS/801258147> adresinden alındı
- Ji, Y., & Hwangbo, H. (2010). The Influence of Cultural Differences on the Use of Social Network Services and the Formation of Social Capital. *International Journal of Human-Computer Interaction*.
- Karayel Kutluoğlu, H. (2019, 01 07). *Teknoloji Bağımlılığı*. İNSAMER: <https://insamer.com/tr/teknoloji-bagimlilik-1907.html> adresinden alındı
- Kayri, M., & Günüş, S. (2016, 11 10). Yüksek ve Düşük Sosyoekonomik Koşullara Sahip Öğrencilerin İnternet Bağımlılığı Açısından Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, s. 165-183.
- Kemp, S. (2019, 04 25). *The State Of Digital In April 2019: All the Numbers You Need To Know*. We are Social: <https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know> adresinden alındı
- Kim, V. (2002). The IT way of loafing on the job: cyberloafing, neutralizing and organizational justice. *Journal of Organizational Behavior*.
- King, D., Delfabbro, P., & Doh, Y. (2018). Policy and Prevention Approaches for Disordered and Hazardous Gaming and Internet Use: an International Perspective. *Prevention Science*, s. 233.
- Koç, M., & Gülyavaş, S. (2013, 04 10). Facebook Addiction Among Turkish College Students: The Role of Psychological Health, Demographic, and Usage Characteristics. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
- Kuss, D. J. (2013, 11 14). Internet gaming addiction: current perspectives. *Psychology Research and Behavior Management*, s. 125-137.
- Kuss, D., & Griffiths, M. (2011). Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature. *Journal of Public Health*.
- Lau, J., Gross, D., Cheng, K.-m., & Lau, M. (2017, 06). Incidence And Predictive Factors of Internet Addiction among Chinese Secondary School Students in Hong Kong: A Longitudinal Study. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, s. 657-667.
- Lee, Z., Cheung, C., & Thadani, D. (2012). An Investigation into the Problematic Use of Facebook. *45th Hawaii International Conference on System Sciences*. Hawaii: IEEE.
- McIlwraith, R., & Jacobvitz, R. (1991). Television Addiction: Theories and Data Behind the Ubiquitous Metaphor. *American Behavioral Scientist*.
- Millicent, K. (2018). *What is Technology Addiction? - Definition & Signs*. 2019 tarihinde Study.com: <https://study.com/academy/lesson/what-is-technology-addiction-definition-signs.html> adresinden alındı
- Öztürk, E., & Kaymak Özmen, S. (2011). Öğretmen Adaylarının Problemlı İnternet Kullanım Davranışlarının, Kişilik Tipi, Utangaçlık ve Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, s. 1785-1808.

- Pelling, E., & White, K. (2009). The Theory of Planned Behavior Applied to Young People's Use of Social Networking Web Sites. *CyberPsychology & Behavior*.
- Petry, N. (2017). *A Psychotherapy Development Study for a New Addictive Disorder*. Connecticut: NIH.
- Rose, S., & Dhandayudham, A. (2014). Towards an understanding of Internet-based Problem Shopping Behaviour: The Concept of Online Shopping Addiction and Its Proposed Predictors. *Journal of Behavioural Addictions*.
- Rubenking, B., Bracken, C., Sandoval, J., & Rister, A. (2018). Defining New Viewing Behaviours: What Makes And Motivates TV Binge-Watching? *International Journal of Digital Television*, s. 69-85.
- Samaha, M., & Hawi, N. (2016). Relationships Among Smartphone Addiction, Stress, Academic Performance, and Satisfaction With Life. *Computers in Human Behavior*.
- Shamim, A., & Balakrishnan, V. (2013). Malaysian Facebookers: Motives and Addictive Behaviours Unraveled.
- Sussman, S., & Moran, M. (2013). Hidden Addiction: Television. *Journal of Behavioral Addictions*.
- Technology Addiction. (tarih yok). Addiction.com: <https://www.addiction.com/addiction-a-to-z/technology-addiction/technology-addiction-101/> adresinden alındı
- Tracii, R., & Andrea, C. (2014). The Uses and Abuses of Facebook: A Review of Facebook Addiction. *Journal of Behavioral Addictions*.
- TÜİK. (2018). *Bilgi Toplumu İstatistikleri*. TÜİK: http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1615 adresinden alındı
- Türkiye Büyük Millet Meclisi. (2018, Mart 21). Uyuşturucu Madde Bağımlılığı ve Yeni Bağımlılık Türlerinin Araştırılarak Bağımlılığın Nedenlerinin ve Alınacak Tedbirlerin Tespit Edilmesi Maksudıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu. *Tutanak Dergisi*.
- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. (2018, 11 08). *Dijital Oyun Bağımlılığı Çalıştay Sonuç Raporu*. Güvenli Web: <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/usxdh.pdf> adresinden alındı
- Wan, C.-S., & Chiou, W.-B. (2007). Why Are Adolescents Addicted to Online Gaming? An Interview Study in Taiwan.
- Weinstein, A., & Lejoyeux, M. (2010). Internet Addiction or Excessive Internet Use. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*.
- Workman, L., & Paper, D. (2010). Compulsive Buying: A Theoretical Framework. *The Journal of Business Inquiry*.
- Xu, H., & Yan, B. (2012). Why Do I Keep Checking Facebook: Effects of Message Characteristics on the Formation of Social Network Services Addiction. *Thirty Third International Conference on Information Systems*. Orlando.
- Yellowlees, P., & Marks, S. (2007). Problematic Internet Use or Internet Addiction? *Computers in Human Behavior*.
- Yeşilay. (tarih yok). *Teknoloji Bağımlılığı*. 2019 tarihinde Yeşilay: <https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/teknoloji-bagimlilik> adresinden alındı
- Young, K. (2009, 01 29). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology & Behavior*.
- Yüksel, C., & Eroğlu, F. (2015). Kişisel Faktörler ve Reklama Yönelik Tutumların Kompulsif Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkileri. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*.
- Zaremohzzabieh, Z. (2014). Addictive Facebook Use Among University Students. *Asian Social Science*.

Alman Hukukunda Sosyal Ağların Hukukî Düzenlenmeleri ve Türkiye için Öneriler

Bülent Kent

Prof. Dr. Bülent Kent / bulent.kent@asbu.edu.tr

Prof. Dr. Bülent Kent, Lisans (1996) derecesini İstanbul Üniversitesi Hukuk, yüksek lisans (2001) Potsdam Üniversitesi Hukuk Fakültesi ve doktora (2005) derecesini Berlin Freie Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden almıştır. 2005-2007 yılları arasında Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare ve İdari Yargılama Hukuku Anabilim Dalı'nda doktor öğretim görevlisi ve 2007-2011 yılları arasında Başkent Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare ve İdari Yargılama Hukuku Anabilim Dalı'nda yardımcı doçent doktor, 2011-2013 yılları arasında Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare ve İdari Yargılama Hukuku Anabilim Dalı'nda yardımcı doçent doktor, 2013-2014 yılları arasında Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare ve İdari Yargılama Hukuku Anabilim Dalı'nda doçent doktor, 2015-2018 yılları arasında İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare ve İdari Yargılama Hukuku Anabilim Dalı'nda doçent doktor olarak görev yapmıştır. 2018 yılından itibaren Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare ve İdari Yargılama Hukuku Anabilim Dalı'nda profesör olarak görev yapmakta ve dekanlık görevini sürdürmektedir. Türk ve Alman Hukukunda Elektrik Piyasasının Düzenlenmesi ve Düzenleyici Kurumlar, Türkiye'de İnternet Sitelerine Erişimin Engellenmesi ve Die Finanzhoheit Der Gemeinden im Deutsch-Türkischen Vergleich adlı kitapları yayımlanmıştır. İdare Hukuku, İdari Yargılama Hukuku, Regülasyon Hukuku, Bilişim Hukuku ve Yerel Yönetimler alanlarında yayımlanmış çeşitli makaleleri bulunmaktadır.

Alman Hukukunda Sosyal Ağların Hukukî Düzenlenmeleri ve Türkiye için Öneriler¹

Bülent Kent

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

Giriş

Bireylerin bilgi ve düşüncelerini açıklama bakımından sosyal ağ platformları, günümüzde önemli bir işleve sahiptir. Bu tür platformlarda kullanıcılar, bireysel veya gruplar halinde bilgi ve düşüncelerini açıklayan içerik oluşturabildikleri gibi oluşturulan içeriği paylaşma imkânına da sahiptirler. Bununla beraber sosyal ağ platformları yalnızca bilgi ve düşünceleri paylaşma amacıyla kullanılmamakta, bunlar dışında başka amaçlar için de etkin olarak kullanılmaktadır.

Devletler sosyal ağ platformlarının kötüye kullanılması, uygunsuz kullanılmasını engellemek amacıyla bir takım hukuki düzenlemeler yapmaya başlamıştır. Sosyal ağların devletler tarafından düzenlenmesi demokrasi ve hukuk devleti ilkelerinin bir gereğidir. Bu ilkelerin uygulanması bakımından düzenleme, devlet olmanın bir gereğidir. Demokratik kurallar çerçevesinde meşruiyetini halktan alan bir devletin sosyal ağlar konusunda düzenleme yapmaması, sahip olduğu meşruiyetin sorgulanmasına sebep olacaktır. İşte Almanya da bu düşüncelerle 30.06.2017 tarihinde Federal Almanya Meclisinde “Sosyal Ağlarda Hukuk Uygulamasının İyileştirilmesi Hakkında Kanunu” (NetzDG), kabul edilmiştir.² Bu kanun, Türk Hukukundaki 5651 sayılı kanun ile benzerlik göstermektedir. Ancak Alman Sosyal Ağ Kanunu, 5651 sayılı Kanuna göre sosyal ağ işletmelerine çok fazla yükümlülük getirdiği gibi, anılan işletmeler için bu yükümlülüklerini yerine getirmediklerinde yüksek idari para cezaları da öngörmüştür. Federal Adalet Bakanlığı tarafından uygulanacak idari para cezası miktarı 50 milyon Avroya kadar çıkabilmektedir. Buna ek olarak, sosyal ağ platformlardaki kişisel hakları ihlal edilen mağdurların, ihlalcilere karşı döküm verilerini bir mahkeme kararı temelinde servis sağlayıcılardan elde etmeleri kendilerine bir imkân olarak sağlanmaktadır.³

¹ Bu çalışma Bilişim Hukuku Dergisi’nin 2. cilt 1. sayısında “Alman Hukukunda Sosyal Ağların Düzenlenmesi ve Alman Sosyal Ağ Kanunu” başlığı ile yayımlanmıştır. Erişim: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bilishimhukukudergisi/issue/55647/752492> [02.07.2020].

² Kanun bundan sonra kısaca Sosyal Ağ Kanunu olarak ifade edilecektir.

³ Sosyal Ağ Kanununun Genel Gerekçesi, s. 2. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 2).

Sosyal Ağ Kavramı ve Sosyal Medya

Sosyal ağ kavramını her geçen gün daha da gelişen bugünün İnternet dünyasında tanımlamak çok kolay değildir. Alman Sosyal Ağ Kanununun 1. maddesinde sosyal ağ “kullanıcıların, herhangi bir içeriği diğer kullanıcılarla paylaşmalarını veya bu içeriği kamuoyuna sunabilmelerini gelir elde etmek amacıyla sağlayan, internette servis sağlayıcılığı hizmeti veren işletmeler” şeklinde tanımlanmıştır (Müller-Terpitz, 2018: 45). Tanımdan da anlaşılacağı üzere sosyal ağ işletmeleri gelir elde etmek için servis sağlayıcılığı faaliyetinde bulunan birer ticari işletmedir.⁴ Sosyal medya terimi, kullanıcıların medya içeriği hakkında bilgi alışverişinde bulunduğu ve yorum yaptığı sosyal ağlardaki çevrimiçi etkinlikleri tanımlar. Sosyal medya ve sosyal ağ kavramları araştırma alanlarına göre farklı tanımlanmıştır. Her disiplin bu kavramları kendi alanına, niteliğine ve hedeflerine uygun şekilde tanımlamıştır. Sosyal medya platformlarının sunucuları, kullanıcıların kendi oluşturdukları video, resim, metin, inceleme gibi içerikleri paylaşabilmesi için teknik altyapı sunmak zorundadır (Mergel vd., 2013: 28). 5651 sayılı Kanunda sosyal ağ kavramının tanımına yer verilmemiştir. İnternet ortamının önemli aktörlerinden olan sosyal ağ kavramının 5651 sayılı Kanunda tanımlanmaması önemli bir eksikliklerdir.

Burada sosyal ağ ile anlaşılması gereken Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Xing gibi uygulamalardır (Liesching, 2018: 135; Lüdemann, 2018: 153). Ancak bunlar dışında internet ortamında sosyal ağlar her alanda sunulmaktadır. Çok özel ilgi alanları ve konuları ilgilendiren küçük ölçekli çok sayıda sosyal ağlara da rastlamak mümkündür. İnternet ortamında öğrenciler, iş arayanlar, kedi severler, çevrimiçi oyuncular veya bulmaca sevenler için özel sosyal ağlar bulunmaktadır. Yani sosyal ağlar, arkadaş, akraba, müşteri gibi tüm insanları ve bu insanların etkileşimlerini içermektedir.

Çevrimiçi sosyal ağlar kavramı, sosyal medya ile aynı anlama gelmemektedir. Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar, sosyal medyanın sadece bir parçasını oluşturmaktadır. Sosyal medya, sosyal ağlara ek olarak blogları, fotoğraf ve video platformlarını, forum ve derecelendirme platformlarını ve açık kaynak platformlarını da içermektedir (Mergel vd., 2018: 28). Sosyal ağlarda kullanıcılar, bilgisayar (veya bir mobil cihaz) ve İnternet ortamı aracılığıyla etkileşime girer. Bu etkileşim, aynı zamanda gerçek iletişime (yüz yüze) kıyasla bazı kısıtlamalara tabi olan “bilgisayar aracılı iletişim” olarak da bilinir. Sosyal ağların genel işlevleri; üyeler, fotoğraf albümleri, bir kişi veya arkadaş listesi tarafından görülebilir bir profil oluşturma, mesaj alma ve gönderme, durum güncellemeleri, bloglar, oyun uygulamaları ve aramadır.

Sosyal Ağların Düzenlenmesi

İnternet yoluyla sosyal ağlarda da hakaret, dolandırıcılık, tehdit, şantaj, suçu ve suçluyu övme, suça tahrik, bölücülük, cinsel taciz, sahtecilik, tefecilik, casusluk, devletin güvenliğine karşı suçlar, terör suçları ve özel hayatın ihlali suçları başta

⁴ Sosyal Ağ Kanununun 1. madde gerekçesi, s. 18. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 18).

olmak üzere birçok suçun işlenebilmesi ve işletilebilmesi, suça yardım edilebilmesi mümkün hale gelmiştir. Bunlara karşı tedbir alınmadığı takdirde toplumsal barış ve beraber yaşama arzusu başta olmak üzere demokratik kamu düzeni zarar görecektir.⁵

Devletler, bireyleri, kamu güvenliği ve düzenini korumak amacıyla nasıl enerji, telekomünikasyon, gıda gibi alanlarda regülasyon faaliyetleri yerine getiriyorsa, son dönemde internet ve özellikle sosyal ağ platformlarını da hukuki yollarla düzenleme arayışlarına girmişlerdir. Ancak İnternet ve sosyal ağ alanları kendi özel niteliklerinden -uluslararası boyutta faaliyet göstermelerinden, çok hızlı gelişme kaydetmelerinden ve sadece bu gelişmeyi sağlayan devletlerin denetimi altında olmalarından- dolayı üçüncü devletler tarafından diğer alanlarda olduğu gibi kolayca regüle edilememektedir. Her şeye rağmen Almanya’da Sosyal Ağ Kanunu düzenlemesinde görüldüğü gibi İnternet ve sosyal ağların regülasyonu çalışmaları devam etmektedir. Almanya’daki bu düzenleme örnek alınarak İngiltere, Fransa ve Rusya gibi ülkelerde hukuki düzenleme yapma çalışmalarına başlanılmıştır (Kalscheuer & Hornung, 2017: 1721).

Alman Sosyal Ağ Kanunu

Sosyal ağ platformlarında tartışma kültürü genellikle agresif, kısırtıcı, hakaret ve iftira içeriklidir. Bunlara karşı etkili bir şekilde mücadele edilemez ise toplum barışı bozulacak, insanların bir arada yaşama düşüncesi zayıflayacaktır. İnsanlar kullandıkları sosyal ağ platformlarında ya doğrudan ya da sahte hesap açarak sadece kendilerinden farklı siyasi düşüncede olan kişilere iftira ve hakaret etmektedirler. Farklı futbol takımı taraftarlarına, boşandığı eski eşine, rakibi olan işletmeye veya sahibine, dersinden kaldığı öğretmeni ya da üniversite öğretim üyesine, kendisinin görev yerini değiştiren ya da işine son veren yöneticisine, herhangi bir sorun yaşadığı komşusu ya da arkadaşına, işyerinde rakibi olan iş arkadaşına veya farklı dinlere ve milletlere küfür, hakaret ve iftiralar da bulunmaktadır. Sosyal ağ işletmeleri gerek teknik gerekse ekonomik maliyetlerden dolayı bu tür içeriklerin engellenmesinde yeterli özeni göstermemektedir. Alman Sosyal Ağ Kanununun genel gerekçesinde de insan onurunun, toplumsal barışın, birlikte yaşamın ve demokratik düzenin korunması bakımından sosyal ağ işletmelerinin bu tür hukuka aykırı ya da cezalandırılabilir içeriklerin engellenmesi konusunda gerekli özeni göstermedikleri ifade edilmiştir.⁶ Aynı şekilde Kanunun genel gerekçesinde yer alan görüşe göre, sosyal ağ işletmelerinin şeffaflığı da yetersizdir. Şikâyet usulleri etkin ve şeffaf değildir. Sosyal ağ platformlarında görülen bir diğer sorunu da sahte hesaplarla üretilen sahte haberler (FakeNews) oluşturmaktadır (Martini, 2019: 216).

Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal ağ uygulamaları, “güvenli metin aktarma iletişim protokolü” olarak tanımlanan HTTPS protokolünü kullanmaktadır (Kent, 2019: 68). HTTPS protokolünün kullanımının artması ile sosyal ağ işletmelerinin kullanıldığı ülkelerde hukuka aykırı içeriğin URL’den erişiminin

⁵ Sosyal Ağ Kanununun 1. madde gerekçesi, s. 18. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 18).

⁶ Sosyal Ağ Kanununun Genel Gerekçesi, s. 11. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 11).

engellenmesi mümkün olmamaktadır. Bu, şu anlama gelmektedir: HTTPS protokolü kullanan Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal ağ işletmeleri, merkezlerinin bulunduğu Amerika'dan hukuka aykırı içerikleri kendileri engellemediği sürece bu tür hukuka aykırı içerikler, sosyal ağ platformlarında sürekli kalacak ve hiçbir şekilde engellenemeyecektir. Sadece alan adından sosyal ağ işletmesinin tamamen engellenmesi söz konusu olmaktadır ki bu yol tercih edilmemektedir. İşte Almanya'da kurulan şikâyet sistemi ve bu sistemde yer alan temsilci bulundurma yükümlülüğü ile yukarıda belirtilen sorunların ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır.

Sosyal Ağ Kavramına Getirilen Sınırlandırma

Sosyal Ağ Kanununda düzenlenen yükümlülükler, Telemedya Kanununda düzenlenen bütün servis sağlayıcıları açısından geçerli olmayıp sadece büyük sosyal ağ işletmeleri için geçerlidir. Sosyal ağlar, Sosyal Ağ Kanununun 1/1 maddesinde, kâr amacı ile kullanıcıların herhangi bir içeriği diğer kullanıcılarla paylaşmasını, dağıtmasını veya halka açık hale getirmesini sağlayan platformları işleten telemedya servis sağlayıcıları olarak tanımlanmaktadır.⁷ Bir başka ifadeyle Kanun kapsamında yer almayan, istisna tutulan dört farklı sosyal ağ platformu da Kanunda açıkça ifade edilmiştir. Bunlar, gazetecilik veya yayıncılık faaliyetinde bulunan platformlar, bireysel iletişim kurmaya yarayan platformlar, spesifik bir içeriğin yayılmasını sağlayan platformlar ve Almanya'da iki milyonun altında kayıtlı üyesi bulunan platformlardır. 5651 sayılı Kanunda sosyal ağ kavramına yer verilmediği için sınırlamalardan da bahsedilmemiştir.

Hukuka Aykırı İçerik

İnternet ortamında paylaşılan her türlü içerik ifade özgürlüğü ve haberleşme ve bilgi edinme özgürlüğü kapsamında değerlendirilmekte, bu hakların sınırını hukuka aykırı içerikler oluşturmaktadır. Hukuka aykırı içerik kavramı, Sosyal Ağ Kanununun 1/3. maddesinde düzenlenmiştir. Düzenlemede İnternet ortamında hangi paylaşımların “hukuka aykırı içerik” olduğu Alman Ceza Kanununa atıf yapılarak sayma yöntemi ile gösterilmiştir. “İnternet ortamında katalog suç” olarak nitelendirilen ve 20 ayrı maddeden oluşan bu suçlar, ağırlıklı olarak üç alanı kapsamaktadır (Kalscheuer & Hornung, 2017: 1722). Bunlardan ilki, kamu güvenliği ve düzenini bozucu, yani demokratik hukuk devletini ihlal eden suçlardır. Aşağıda daha ayrıntılı gösterilen bu suçlar, 5651 sayılı Kanunun 8/A maddesinde yer alan “millî güvenlik ve kamu düzeninin korunması” ifadelerine tekabül etmektedir. 5651 sayılı Kanunun 8/A maddesinde “millî güvenlik ve kamu düzeninin korunması” şeklinde genel ifade kullanılırken Alman Sosyal Medya Kanununda 13 ayrı maddede kamu güvenliği ve düzenini bozucu, demokratik hukuk devletini ihlal eden suçlar ayrıntılı olarak düzenlenmiştir.

Hukuka aykırı suç kataloğu ikinci suç tipi olarak “cinsel konulu içerikleri” kapsamaktadır. Çocuk ve gençleri porno gibi cinsel içerikli yayınlardan korumak amacıyla oluşturulan bu tür suçlar iki madde halinde düzenlenmiştir. Bu maddeler,

⁷ Sosyal Ağ Kanununun Genel Gerekçesi, s. 12. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 12).

5651 sayılı Kanunun 8. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinin (2) numaralı alt bendinde yer alan “Çocukların cinsel istismarı” ve (5) numaralı alt bendinde yer alan “Müstehcenlik” içerikleri ile benzerlik göstermektedir. Hemen belirtmek gerekir ki Alman Sosyal Ağ Kanunundaki düzenleme daha çok çocuk ve gençleri porno içerikli yayınlardan korumayı ve çocuk pornosunun engellenmesini amaçlamaktadır. 5651 sayılı Kanunun ilgili maddesi daha genel bir düzenleme içermektedir.

Hukuka aykırı içerik tanımının son tipi, “kişisel hakları ve özel hayatı ihlal eden içeriklere erişiminin engellenmesine” yöneliktir. Bir başka ifadeyle “insan onurunu” ihlal eden suçlar düzenlenmiştir (Kalscheuer & Hornung, 2017: 1722). Dört ayrı maddede düzenlenen bu suçlar, 5651 sayılı Kanunda kişilik haklarının ihlalinde erişim engelleme öngören 9. madde ile özel hayatın gizliliğinin ihlalinde erişim engelleme öngören 9/A maddeleriyle benzerlik göstermektedir.

Alman Sosyal Ağ Kanunu bu üç türlü suç tipi dışında ayrıca “dini değerleri” ihlal eden içerikleri de hukuka aykırı içerik kabul etmekte ve katalog içinde bunlara da yer vermektedir. Hukuka aykırı içerik kapsamında yer alan dini inanç ve dünya görüşlerine, dini cemaatlere ve inançlara, din ve fikir topluluklarına hakaret içeren içerikler için ilgili sosyal ağ işletmesine başvurularak bu tür yayınlara erişimin engellenmesi talep edilmektedir.

Sosyal Ağ Kanununun 1/3. maddesine göre, “Yasadışı içerik, “§ 184d, 86, 86a, 89a, 91, 100a, 111, 126, 129 ile 129b, 130, 131, 140, 166, 184b suçlarını oluşturan 1. maddenin kapsamı dahilindeki içerikler ile; 185 ile 187, 201a, 241 veya 269 nolu paragraflarda Ceza Kanununda belirtilen suçları kapsayan içerikler”dir.

Sayma yöntemi ile gösterilen hukuka aykırı içerikler kapsamına Alman Ceza Kanununa atıf yapılarak aşağıdaki suçlar girmektedir:

- Pornografik içeriklerin elektronik bilgi ve iletişim araçları ile erişime sunulması ve çocukların ve gençlerin dâhil edildiği pornografik içeriklere elektronik bilgi ve iletişim araçlarında erişilmesi (Alman Ceza Kanunu §184d),
- Anayasa Mahkemesi tarafından Anayasaya aykırı kabul edilen Nazi Partisi gibi organizasyonların propaganda araçlarının yayılması (Alman Ceza Kanunu §86),
- Anayasaya aykırı parti ve organizasyonların propaganda sembollerinin (Nazi sembolü gibi) kullanılması (Alman Ceza Kanunu §86a),
- Devlet güvenliğini ağır bir şekilde tehlikeye düşüren bir cebir ve şiddet suçunun hazırlığını yapma (Alman Ceza Kanunu §89a),
- Devlet güvenliğini ağır bir şekilde tehlikeye düşüren bir cebir ve şiddet suçu işlemek için yol gösterme (Alman Ceza Kanunu §91),
- Devletin dış güvenliğine ilişkin sırlarının açıklanması ve casusluk amacıyla yapılan sahtecilik (Alman Ceza Kanunu §100a),

- Açık şekilde suç işlemeye teşvik ve çağrı (Alman Ceza Kanunu §111),
- Suç işlenmesi tehdidi ile kamu barışını bozma (Alman Ceza Kanunu §126),
- Suç işlemek amacıyla örgüt kurmak (Alman Ceza Kanunu §129),
- Yurt dışında suç işlemek üzere kurulan örgütler ve terör örgütlerinin yaygın olarak zorla kazanç ve eşya almaları (Alman Ceza Kanunu §129b),
- Halkı kin ve düşmanlığa kıskırtma (Alman Ceza Kanunu §130),
- Suç işlemeye tahrik (yönlendirme), cebir (Alman Ceza Kanunu §131),
- Suç işlenmesinin ödüllendirilmesi ve suç işlenmesini onaylama (Alman Ceza Kanunu §86),
- Dini inanç ve dünya görüşlerine, dini cemaatlere ve inançlara, din ve fikir topluluklarına hakaret etme ve bunların dini ibadetlerini kiliselerde ya da diğer ibadet yerlerinde kasıtlı ve kabaca rahatsız etme (Alman Ceza Kanunu §166),
- Çocuk pornografisine ilişkin yazılı/basılı içerikleri yaymak, edinmek ve zilyetliğinde bulundurmak (Alman Ceza Kanunu §184b),
- Hakaret (Alman Ceza Kanunu §185),
- İftira (Alman Ceza Kanunu §187),
- Fotoğraf çekmek suretiyle özel hayatın gizliliğinin ihlali (Alman Ceza Kanunu §201a),
- Tehdit (Alman Ceza Kanunu §141),
- İspat açısından önemli verilerde sahtecilik (Alman Ceza Kanunu §269).

Ceza Kanununa atıf yapılarak sayma yöntemi ile belirtilen bu içeriklerden herhangi birisi internet ortamında paylaşılsa, ilgili kişi mahkeme kararına ihtiyaç duymadan sosyal ağ işletmesine başvurarak içeriğe erişimin engellenmesini ya da çıkartılmasını talep edebilecektir. Sosyal ağ işletmesi ise erişimin engellenmesi konusunda, haberleşme hürriyetinin ya da düşünceyi açıklama ve yayma hürriyetinin ihlal edildiği savunmasını yapamayacaktır. Ceza Kanununa atıf yapılarak açıkça gösterilen söz konusu maddeler dışında yer alan içerikler için erişim engelleme talep edildiğinde sosyal ağ işletmesi, bu içerikleri engellemezse Kanun kapsamında bir yaptırımla karşılaşmayacaktır. Ancak bu tür içerikler için ilgili sosyal ağ işletmesine şikâyet edilmesini engelleyen bir hüküm bulunmamaktadır.

Raporlama Yükümlülüğü

Sosyal Ağ Kanununun 2. maddesinde sosyal ağ işletmelerine rapor hazırlama yükümlülüğü getirilmiştir. Sosyal ağ işletmeleri raporda kendilerine yapılan hukuka aykırı içeriklere karşı şikâyetlerin gereği için nasıl tedbir alacaklarını, bunlarla nasıl ilgileneceklerini raporda göstermek zorundadırlar. Sosyal ağ işletmelerinin günümüzde kamuya açıklanan şeffaflık raporlarında, hukuka aykırı şikâyetlerin toplam sayısının nasıl belirleneceği, kullanıcılar tarafından hukuka aykırı içeriğin bildirilme sayısı ve hangi zamanda bildirilen bu tür içeriklerin

erişiminin engellenip engellenmediği konusunda yeterli bilgiye yer verilmemektedir. Aynı şekilde kamuya açıklanan raporlardan sosyal ağ işletmelerinin bu tür çalışmaları yapacak personelinin nasıl olduğu ve bunların hangi niteliklere sahip oldukları konusu da anlaşılamamaktadır. İş bu sebeplerle “yasal olarak rapor hazırlama” yükümlülüğüne ihtiyaç duyulmaktadır. Böylece kamuoyu için gerekli şeffaflık oluşturulacaktır. Ayrıca bu alanda bir yasal etki değerlendirmesi, özellikle nefret suçu ve diğer cezalandırılabilir suç içerikleriyle ilgili şikâyetler bağlamında nasıl mücadele edileceğinin değerlendirilmesi ve tedbir alınması için düzenli raporlama gerekli görülmüştür.⁸

Hukuka Aykırı İçeriklerle İlgili Şikâyetlerin Ele Alınması

Hukuka aykırı içerikler hakkındaki şikâyetleri düzenleme ihtiyacı -geleneksel medyanın aksine- “İnternetin özgüllüğü” ile açıklanmaktadır. Hukuka aykırı içerik veya bir durum, geleneksel medyada internet ortamında olduğu kadar uzun sürdürülemez. İşte bundan dolayı Sosyal Ağ Kanununun 3. maddesinde hukuka aykırı içeriklere karşı şikâyet usulü düzenlenmiştir.

Kanunun 3. maddesinde yer alan kurallar, yalnızca hukuka aykırı içeriği silme veya engelleme yükümlülüklerinin “hızlı ve kapsamlı” bir şekilde yerine getirilmesini sağlamaya hizmet etmektedir. 3. maddede belirtilen çeşitli usul kuralları, hukuka aykırı içeriklerin çıkartılması ve engellenmesi amacına ulaşmak için uygun, gerekli ve orantılı kabul edilmektedir. Mevcut hukuki durum ve uygulamada, sosyal ağ işletmelerinin hukuka aykırı içeriği silme ve engelleme yükümlülüğünü yeterince ve hızlı bir şekilde yerine getirmedikleri bilinmektedir.⁹ Maddenin 1. fıkrasında sosyal ağlarla ilgili etkili şikâyet yöntemi oluşturabilmesi için uyulması gereken genel ilkeler ortaya konulmuştur. Buna göre, sosyal ağ işletmeleri hukuka aykırı içeriklere karşı, Kanunun 2 ve 3. maddelerine uygun olarak “etkili ve şeffaf” bir şikâyet usulü sunmak zorundadır.

İçeriklerin Silinmesi veya Erişiminin Engellenmesi

Sosyal Ağ Kanunu, içeriklerin niteliği bakımından iki ayrı düzenlemede içerik çıkartma veya erişim engelleme öngörmüştür. Bunlardan ilki, şayet içerik açıkça hukuka aykırı ise bunun 24 saat içinde silinmesi veya erişiminin engellenmesi gerekmektedir (m. 3/2/2). Bir başka ifadeyle hukuka aykırı içerik açık ise bunun 24 saat içerisinde silinmesi veya erişiminin engellenmesi gerekmektedir. Ancak hukuka aykırılığı açık olmayan, sadece hukuka aykırı olan diğer bütün içeriklerin ise 7 gün içerisinde silinmesi ya da erişiminin engellenmesi gerekmektedir (m. 3/2/3).

Açıkça Hukuka Aykırı İçeriklerin Silinmesi veya Engellenmesi

Kanunun 3/2/2. maddesine göre sosyal ağ işletmelerinin “açıkça hukuka aykırı olan içerikleri” (*offensichtlich rechtswidriger Inhalt*) şikâyetin alınmasından sonraki 24 saat içinde silmesi veya engellemesi gerekir. Burada hukuka aykırı içeriklerden Kanunun 1. maddesinin 3. fıkrasında Alman Ceza Kanununa atuf yapılarak

⁸ Sosyal Ağ Kanununun 2. maddesi gerekçesi, s. 20. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 20).

⁹ Sosyal Ağ Kanununun 3. madde gerekçesi, s. 22. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 22).

sayma yoluyla belirlenen cezalandırılabilir suçlar anlaşılmaktadır.¹⁰ Düzenlemede doktrinde çok tartışılan “açıkça yasalara aykırı içerik” kavramına yer verilmiştir. Zira bir görüşe göre “açıkça yasalara aykırı içerik kavramının yorumu ve tespitinin hukuk organları tarafından yapılması gerekmektedir.” (Schwartmann, 2017: 317). Kanunun gerekçesine göre sosyal ağ platformunda paylaşılan bir içerik, Kanunun 1/3 maddesi bağlamında hukuka aykırılığının tespit edilebilmesi için şayet “ayrıntılı bir inceleme” gerektirmiyor ise bu içerik, açıkça hukuka aykırı kabul edilmelidir.¹¹ Bu düzenlemenin amacı, nefret suçu, şiddeti yüceltme ve açıkça saldırgan içeriklerin ya da diğer hukuka aykırı içeriklerin bir an önce platformlardan kaldırılmasını sağlamaktır.

Açıkça hukuka aykırı olan içerikler, şikâyetin alınmasından itibaren 24 saat içinde silinmeli veya engellenmelidir. Erişim engelleme ya da içerikten silme, yalnızca açıkça hukuka aykırı içerikleri kapsadığı için ve bu içeriklerin ayrıntılı bir incelemeyi gerektirmemesinden dolayı sosyal ağ işletmelerine verilen 24 saatlik süre makul olarak kabul edilmektedir. Ancak 24 saat kuralına istisna getirilmiştir. Bir şikâyet sadece sosyal ağ işletmesine değil, aynı zamanda kolluk kuvvetlerine de bildirilmiş ve açıkça yasaya aykırı içeriğin kaldırılması ve engellenmesi konusunda sosyal ağ işletmesi ve kolluk kuvvetleri daha uzun bir süre belirlemişler ise 24 saat kuralı uygulanmamaktadır.

Hukuka Aykırı İçeriklerin Silinmesi veya Engellenmesi

Açıkça hukuka aykırı olmayan diğer hukuka aykırı içeriklerin şikâyet alındıktan itibaren gecikmeksizin 7 gün içerisinde silinmesi veya engellenmesi gerekmektedir. Bu süre içinde sosyal ağ işletmelerine bildirilen içeriğin yazarına şikâyet hakkında yorum yapmak için fırsat verebilmektedir. Bir başka ifadeyle, paylaşılan içerikte açıkça hukuka aykırılık yok, ancak yine de hukuka aykırı bir içerik söz konusu ise bu durumda içeriği paylaşan kişiye kendini savunma imkânı tanınmıştır.

Kanunda 7 günlük sürenin aşılabileceği durumlar, ayrıntılı olarak gösterilmiştir. Buna göre gerçek bilgiler içermeyen içeriğin, hukuka aykırı olma kararı, iddia veya diğer fiili koşullar tarafından belirlenebilir. Bu gibi durumlarda sosyal ağ işletmesi, karar vermeden önce kullanıcıya şikâyet hakkında yorum yapma imkânı sağlayabilmektedir. Bu durumda 7 günlük süre uzayabilir.

Sosyal ağ işletmesi, şikâyet sahibine ve kullanıcıya şikâyet sonucu verilen kararı ve gerekçesini gecikmeksizin bildirmek zorundadır. Hem içeriğin silinmesi veya engellenmesi hem de önlemlerin reddedilmesi kararları, gerekçeleriyle birlikte derhal taraflara bildirilmelidir.

İdari Yaptırımlar

Sosyal Ağ Kanununun kurallarının ihlal edilmesi durumunda aynı Kanunun 4. maddesinde birtakım yaptırımlar öngörülmüştür. Ağır para cezası da öngören düzenleme ile sosyal ağ işletmelerinin yasalara uyma konusunda daha fazla dik-

¹⁰ Sosyal Ağ Kanununun 3/2/2. madde gerekçesi, s. 22. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 22).

¹¹ Sosyal Ağ Kanununun 3/2/2. madde gerekçesi, s. 22. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 22).

kat etmeleri amaçlanmaktadır.¹² Sosyal ağ işletmeleri, kasıtlı veya ihmalî şekilde maddede sayma yoluyla gösterilen yükümlülükleri yerine getirmezler ise kabahat işlemiş sayılacaklardır. Düzenlemeye göre kabahat oluşabilmesi için kast şart olmayıp ihmal (fahrlässigkeit) yeterli kabul edilmektedir.¹³ Kabahatler yurtdışında işlenmiş de olsa cezalandırılmaktadır. Ayrıca ceza düzenlemelerinin sosyal ağ işletmesinin yasal yükümlülükleri ile bağlantılı olduğu durumlarda (1. fıkranın 1 ila 3 ve 7. bentleri) para cezası, şirketin “yasal veya gönüllü temsilcilerine” uygulanabilmektedir. Bununla ilgili düzenleme, Kamu Düzenine Aykırılıklar Kanunu’nun 9. maddesinin 1 ve 2. fıkralarında yer almaktadır.

Sosyal Ağ Kanununun 2. maddesinde öngörülen rapor hazırlama yükümlülüğüne ilişkin olarak rapor doğru bilgiler içermez, eksik veya gösterilen şekilde veya zamanında hazırlanmaz ise ihlal söz konusu olacaktır. Aynı şekilde sosyal ağ işletmeleri, şikâyet organları tarafından veya ikametgâhı Almanya Federal Cumhuriyeti’nde bulunan kullanıcılar tarafından yapılan şikâyetlerin alınmasında belirtilen usulleri sunmaz veya şeffaf ve etkin bir şekilde sunmaz ise Kanunun ihlali söz konusu olacaktır. Sosyal ağ işletmeleri, altyapı ve diğer yetersizliklerini gidermez ya da zamanında gidermez, personeline zamanında eğitim veya destek sunmaz, yerli ve tam yetkili bir sosyal ağ temsilcisi veya yerli hizmet almaya yetkili bir kişi belirlemez ise cevap talep edilen bilgi taleplerine cevap vermezlerse Kanunun ihlali ortaya çıkacaktır.

Sosyal ağ işletmeleri, yerli ve tam yetkili sosyal ağ temsilcisi veya yerli bir hizmet almaya yetkili belirlemez ise ya da talep edilen bilgi taleplerine cevap vermez ise beş yüz bin avroya kadar para cezası ile cezalandırılmaktadır. Yukarıda belirtilen diğer ihlal durumlarında ise işletmeler 1. fıkraya göre beş milyon avroya kadar cezalandırılabilir. Ancak bu beş milyonluk para cezası, Kamu Düzeni Koruma Kanununun 30. paragrafın 2. fıkrasının 3. cümlesi ile bağlantılı olarak, on kat arttırarak sosyal ağ işleten tüzel kişi veya dernek için 50 milyon avroya kadar çıkabilmektedir.¹⁴

Federal Adalet Dairesi, idari para cezası kararını Sosyal Ağ Kanununun 1/3. maddesinde düzenlenen hukuka aykırı içerik kapsamında kaldırılmayan veya engellenmeyen içerik olduğu gerekçesiyle vermeden, hukuka aykırılık konusunda önceden yargı kararına ihtiyaç duymaktadır. Yetkili mahkeme, para cezasına ilişkin karara itiraz kararı veren mahkemedir. Ön karar talebi, sosyal ağın görüşü ile mahkemeye gönderilmelidir. Başvuru, duruşma yapılmaksızın kararlaştırılabilir. Karara itiraz edilemez ve idari makam için bağlayıcıdır. (m. 4/5). Mahkeme, burada yalnızca bildirilen içeriğin Kanunun 1/3. maddesinde listelenen cezalandırılabilir suçlar bakımından hukukilik denetimini yapacaktır. Şayet mahkeme, içeriğin hukuka aykırı içerik olmadığı sonucuna varırsa bu durumda idari para cezası verilememektedir.¹⁵

¹² Sosyal Ağ Kanununun 4/1. madde gerekçesi, s. 24. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 24).

¹³ Sosyal Ağ Kanununun 4/1. madde gerekçesi, s. 24. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 24)

¹⁴ Sosyal Ağ Kanununun 4/2. madde gerekçesi, s. 26. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 26).

¹⁵ Sosyal Ağ Kanununun 4/5. madde gerekçesi, s. 27. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 27).

Sosyal Ağ İşletmelerinin Temsilci ve İrtibat Kişisi Belirleme Yükümlülüğü

Sosyal Ağ Kanununun 5. Maddesi, sosyal ağ işletmelerine farklı konularda tam yetkili ve sorumlu iki ayrı kişi atama yükümlülüğü getirmiştir. 5. maddenin ilk fıkrasında bunlardan ilki, “tam yetkili ve sorumlu temsilci” diğeri ise ikinci fıkrada “irtibat kişisi” olarak adlandırılmaktadır. Her iki kişinin yetki ve sorumlu olduğu alanlar birbirinden ayrılmıştır. Maddenin gerekçesinde, neden bu şekilde iki ayrı kişi belirlenmesi gerektiği konusunda bir bilgi yer almamaktadır.

Tam Yetkili ve Sorumlu Temsilcinin Belirlenmesi

Almanya sınırları içerisinde sosyal ağ alanında hukukun uygulanmasını engelleyen temel sebeplerden birisi; yargı organları, idari para cezasını uygulayan kurumlar ve diğer ilgili kurumlar için muhatap olunacak yetkili bir sosyal ağ temsilcisinin olmamasıdır. Aynı şekilde üçüncü kişilerin ya da diğer başvuruların yapılabilmesini sağlayacak ya da tebligatların ulaşmasını sağlayacak sosyal ağ işletmelerinin belli bir adreslerinin olmaması da uygulamada büyük sorun doğurmaktadır. Bu zamana kadar sahip olunan tecrübeler, sosyal ağ işletmelerine karşı açılan davalarda yeterli neticelerin alınmadığını göstermektedir.¹⁶ Bundan dolayı sosyal ağların kamuoyu veya belli bir görüş oluşturma etkileri sebebiyle özellikle ceza hukuku kapsamında yanlış haber ve sahte hesaplarla ilgili hakları mağdur olan kişilerin hızlı hukuki işlem yapmalarını sağlamak ve mahkeme kararlarının hızlı ve güvenli bir şekilde uygulanabilmesini temin için yetkili ve sorumlu temsilcinin ve adresinin belirlenmesine acil ihtiyaç duyulmaktadır. Hemen belirtmek gerekir ki; sosyal ağ işletmelerinin kurulu olduğu kendi ülkelerinde yetkili ve sorumlu temsilcileri bulunduğu gibi bunların adresleri de bellidir. Ancak günümüzde en modern ve hızlı posta sistemi kullanılsa dahi sosyal ağ işletmesine yapılan başvurular, aynı ölçüde “güvenli ve hızlı” teslimat garantisi sunamamaktadır. İşte bu tür sorunları giderebilmek amacıyla Sosyal Ağ Kanununda öngörülen önemli yeniliklerden birisi de sosyal ağ işletmelerinin Almanya’da yetkili ve sorumlu bir temsilci belirlemeleri ve buna bağlı olarak temsilcilik merkezini göstermeleridir (m. 5/1). Temsilcilik merkezinin hem kolay anlaşılabilir hem de doğrudan ulaşılabilir olacak şekilde sosyal ağ platformlarında yer alması gerekmektedir. Bu kural, sadece yabancı sosyal ağ işletmeleri için değil bütün sosyal ağ işletmeleri için uygulanmaktadır.

Sonuç olarak; yasa koyucu, sosyal ağ işletmelerinin yetkili ve sorumlu temsilcisinin ve adresinin belirlenmesi suretiyle;

- *Kanunun 3. maddesi kapsamında hakları ihlal edilen kişilerin şikâyetlerinin ulaşmasını,*
- *Kanunun 4. maddesi kapsamında yer alan idari para cezalarına ilişkin tebligatlar başta olmak üzere diğer kamu kurumlarından da ilgili kararların ulaşmasını ve*
- *Kanunun 5/2. maddesi kapsamında kolluk kuvvetleri tarafından bilgi talebi başta olmak üzere, diğer kamu kurumları kararlarının ulaşmasını ve*

¹⁶ Sosyal Ağ Kanununun 5. madde gerekçesi, s. 27. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 27).

- *Alman mahkemelerinde görülen davalara ilişkin tebligatların ulaşmasını amaçlamaktadır.*

İrtibat Kişisinin Belirlenmesi

Sosyal Ağ Kanununun 5/2. maddesi ile sosyal ağ işletmelerine bir başka yetkili kişi atama yükümlülüğü daha getirilmiştir. Buna göre kolluk ve adli makamlarının sosyal ağ kullanıcılarına karşı yürüttükleri ceza soruşturmaları ile ilgili talep ettikleri bilgileri vermek üzere sosyal ağların Almanya içinde irtibat kişisi belirlenmesi gerekmektedir (Meixner & Figge, 2019: 10). İrtibat kişinin belirlenmesi ile kolluk makamları ve sosyal ağ işletmeleri arasında gönüllü ve doğrudan iş birliği imkânlarının artırılması da beklenmektedir. Burada verilmesi gereken bilgiler konusunda Alman Telemedya Kanununun 14. maddesinde düzenlenen sosyal ağ kullanıcılarının “telemedya alanına ilişkin kişisel verileri” ve 15. maddede düzenlenen “kullanım verileri”ne atıf yapılmaktadır.¹⁷ Düzenleme, sosyal ağ işletmelerinin tabiri caizse ülkede bir “posta kutusu” oluşturmasını amaçlamaktadır.

Kolluk ya da Adli Makamlarca Talep Edilen Bilgileri Verme Yükümlülüğü

Kanunların suç saydığı hukuka aykırı içeriklerin İnternet ortamında paylaşılması, onları suç ya da hukuka aykırı olmaktan çıkartmamaktadır. İnternet ortamı, sınırsız özgürlüğün olduğu, herkesin her istediğini söylediği, yaptığı, paylaştığı, kişi hak ve hürriyetlerinin istenildiği şekilde kullanıldığı yer değildir. Böyle bir ortamda hukuk ortadan kalkar, kişi hak ve hürriyetlerinin özü zedelenir. İnternet ortamında işlenen suçların takipsiz bırakılması, hukuk devletinde düşünülemeyeceği gibi böyle bir durumda devletin sorumluluğu da ortaya çıkmaktadır. İşte internet ortamında işlenen suçların takibi, failerin ortaya çıkarılıp delillerin toplanması, yargılama ve infaz konularında internet ortamında faaliyette bulunan özellikle sosyal ağ işletmelerinden bilgi alabilmek, maddi hakikati araştırıp delil elde edebilmek ve sorumlulukları yoluna gidebilmek büyük önem taşımaktadır. Her devlet, egemenlik yetkisi gereğince ülke sınırları içerisinde oluşan zararlı etkiden dolayı, zararlı etkiye sebep olan kişilerin etnik kökenleri ve faaliyetin ülke sınırları dışında gerçekleşmiş olması önemli olmaksızın zararlı faaliyete sebep olan kişileri hukuksal ve cezai yargılamaya tabi tutmaktadır (Söyler, 2014: 60). Bundan dolayı Alman Sosyal Ağ Kanununun 5/2. Maddesi, kolluk veya savcılık kurumları tarafından özellikle İnternet ortamında işlenen suçların takibi konusunda bilgi talep edildiğinde kısa bir süre içerisinde sosyal ağ işletmeleri istenilen bilgiyi iletmekle yükümlü tutulmuştur. Düzenlemeye göre, “Alman kolluk ve savcılık kurumlarının bilgi taleplerini karşılamak amacıyla Almanya Federal Cumhuriyeti’ndeki bir kişi, yetkili kılınacaktır. Yetkilendirilen kişi, talebin alındığı tarihten itibaren 48 saat içinde cevap vermekle yükümlüdür. Talep edilen bilgilerin kapsamlı bir şekilde iletilmemesi durumlarında bunun gerekçesi cevapta belirtilecektir”. Bir suçun internet ortamında işlenmesi dolayısıyla takipsiz bırakılması adalete ulaşılmasını engelleyecektir. Kolluk kurumları, tabii olarak suç ve suçlunun ortaya çıkarılması amacıyla ihtiyaç duyduğu bilgileri bu düzenlemeye dayanarak sosyal ağ işletmelerinden talep edebilecektir. 5651

¹⁷ Sosyal Ağ Kanununun 5. madde gerekçesi, s. 28. (Bundestags-Drucksache 18/12356, S. 28).

sayılı Kanunda benzer bir düzenleme yer almamaktadır. Ancak Türk Ceza Muhakemesi Kanununun 332/1. maddesinde bilgi isteme konusuna yer verilmiştir. Buna göre; “Suçların soruşturma ve kovuşturması sırasında cumhuriyet savcısı, hâkim veya mahkeme tarafından yazılı olarak istenilen bilgilere on gün içinde cevap verilmesi zorunludur. Eğer bu süre içinde istenen bilgilerin verilmesi imkânsız ise sebebi ve en geç hangi tarihte cevap verilebileceği aynı süre içinde bildirilir”. Hükümde görüleceği gibi sadece soruşturma ve kovuşturma sırasında istenilen bilgiler yer almaktadır.

Alman Sosyal Ağ Kanununun 5/2. maddesinde göze çarpan diğer bir unsur, kolluk kurumlarına bilgi verecek bir kişinin Almanya’da yetkili kılınacak olmasıdır. Özellikle yabancı ülke kaynaklı sosyal ağ işletmelerine ulaşmak zor olduğu için ya da ulaşılsa dahi bilgi vermedikleri için Almanya’da bir kişinin yetkili kılınması öngörülmüştür. Yetkili kişi belirlenmez ise kolluk kurumlarının bilgi talebini karşılamayan yabancı menşeli sosyal ağ işletmelerine karşı hiçbir şey yapılamamaktadır.

Türkiye’de kolluk kurumları İnternet ortamında işlenen suç ve suçluyu ortaya çıkartabilmek amacıyla yabancı menşeli sosyal ağ işletmelerinden yeterli derecede ihtiyaç duyulan bilgileri alamamaktadır. Oysa “Türk adli makamlarının, suçla konu eylemin faili ve delilleri hakkında bilgi vermeyen, talepleri reddeden internet firmaları ve yetkilileri hakkında çaresiz kaldığı, bu durumun soruşturmanın etkinliğini kırdığı, hak arama hürriyetinin özünü zedelediği, maddi hakikate ve adalete ulaşılmasını da engellediği bilinmektedir” (Şen, 2020) Bir başka ifadeyle bu tür sosyal ağ işletmeleri Türk kolluk kuvvetlerine yeterli derecede bilgi vermemektedirler.

“İnternet üzerinden hakarete uğradığımı, dolandırıldığımı, tehdit edildiğimi veya şantaja uğradığımı ve mağdur olduğumu söyleyen kişi, şikâyetle bulunduğu durumda, ya bu eylemler ‘troll’ yöntemi kullanmak suretiyle yapılmışsa bir başka kişinin başı derde girecek veya internet ortamında fail olarak gözüken kişi, bu eylemi icra edenin kendisi olmadığını söyleyecek veya internet kullanıcısının ismi yazılı olmadığı için kimliğine ulaşamayacak veya ilgili site, kullanıcı veya bilgileri Türkiye’de olmayacak ya da Türkiye üzerinden ulaşamayacaktır. Tüm bu durumlarda cumhuriyet savcılarının ve kolluğun çaresiz kaldığı, faillerin IP adreslerine ve kimlik bilgilerine ulaşamadığı, Türkiye’de merkezi, şubesi veya yetkili temsilciliği bulunmayan internet şirketlerinden bilgi alınamadığı, internet şirketinin bulunduğu devletin bilgi verme ve adli yardım konusunda isteksiz davrandığı, soruşturmanın karanlıkta kaldığı, açılan birçok davada ise ‘troll’ yöntemi kullanıldığının savunmanın yapıp interneti kullandığı gözüken kişi tarafından iddianın kabul edilmediği ve sonuçta, ya kovuşturmaya yer olmadığına dair kararların veya beraat kararlarının verildiği bir gerçektir.” (Şen, 2020).

İşte Almanya, bu tür sorunları yaşamamak için kolluk kurumlarının talep ettiği bilgilerin karşılanması amacıyla Almanya’da sosyal ağ işletmeleri tarafından bir kişinin yetkilendirilmesini zorunlu tutmuştur. “Türkiye’de faaliyet gösteren, merkezi, şubesi veya temsilciliği Türkiye’de bulunan, yasal sorumlulukları yerine

getiren, Anayasa ve kanuni dayanağı olmak kaydıyla bilgileri paylaşan sosyal ağ işletmeleri ile Facebook, Twitter gibi Türk Hukuku'nun gereklerini yerine getirmeyen, bilgi paylaşmayan, bunun için kendisine göre bahaneler üreten, maddi hakikati ve adaleti karanlıkta bırakan, ifade, basın ve haberleşme hürriyetlerini her konuda bir zırh olarak ön plana koyan, hatta kendi bulunduğu ülkenin kurallarına tabi olduğunu söyleyen sosyal ağ işletmeleri arasında 'eşitlik' ilkesi ihlal edilmektedir." (Şen, 2020). Bu nedenle yabancı menşeli sosyal ağ işletmelerinin Türkiye'de şube veya yetkili temsilcilik açma konusunda zorlanmaları, kanunların öngördüğü yükümlülükleri yerine getirmeleri demokratik hukuk devletinin gereğidir. Aksi halde, işlendiği iddia edilen suçlara karşı mağdurları çaresiz ve korumasız bırakan, faile ve bazı durumlarda somut delile ulaşamadığı için kovuşturmayaya yer olmadığına dair verilen kararlar ile delil yetersizliğinden verilen beraat kararlarının sorumluluğu devlete yüklenecektir.

Sonuç

Almanya'da İnternet ortamındaki faaliyetleri, faaliyetleri yürüten aktörleri, bunların sorumluluklarını ve bunların yanında erişim engelleme konularını düzenleyen 01.03.2007 tarihli Telemedya Kanunu bulunmaktadır. Ancak sosyal ağlarda hukuka aykırı içeriklerin engellenmesinde bu Kanunun yetersiz kaldığının görülmesinden dolayı 01.09.2017 tarihinde Sosyal Ağ Kanunu yürürlüğe konulmuştur. Bu Kanunda öncelikle sosyal ağ kavramı tanımlanmıştır. Ancak bütün sosyal ağlar, Kanun kapsamında yer almamış, bunlara istisnalar getirilmiştir. Bunlar; gazetecilik veya yayıncılık faaliyetinde bulunan platformlar, bireysel iletişim kurmaya yarayan platformlar, spesifik bir içeriğin yayılmasını sağlayan platformlar ve Almanya'da iki milyonun altında kayıtlı üyesi bulunan platformlardır. Türkiye'de de benzer şekilde 5651 sayılı Kanun, sosyal ağlarda hukuka aykırı içeriklerin engellenmesinde yetersiz kalmaktadır. Ülkemizde hiçbir kanunda sosyal ağ kavramı tanımlanmamıştır. Türkiye'de de Almanya'da olduğu gibi sadece sosyal ağları düzenleyen yeni bir kanun yapılması ya da 5651 sayılı Kanuna eklemeler yapılarak öncelikle sosyal ağ kavramının tanımlanması ve özellikle Türkiye'de temsilciliği bulunmayan sosyal ağları kapsayacak şekilde yeni kurallar öngörülmesi gerekmektedir.

Alman Sosyal Ağ Kanununda yer alan ikinci önemli konu, rapor hazırlama yükümlülüğüdür. Bu yükümlülük ile sosyal ağ işletmelerinin bir bakıma faaliyet alanlarına ilişkin aksayan yönleri ile eksikliklerinin ortaya çıkartılması sağlanmakta; böylece Alman Devletine bu konuda bir bakıma bilgi aktararak, devletin gerekli tedbirleri alması sağlanmaktadır. Hukukun olmadığı her alanda kişi hak ve hürriyetlerinin özü ve kamu düzeni zedelenmektedir. Bugün için devletler bakımından İnternet ortamı böyle bir alanı oluşturmaktadır. Bu nedenle iç hukukta internet ortamının hukuki açıdan düzenlenmesi kaçınılmazdır. İşte hazırlan raporların bu tür düzenlemelerde yol gösterici olması beklenmektedir.

Sosyal Ağ Kanununda hukuka aykırı içeriklere karşı şeffaf ve etkili bir şikâyet sisteminin kurulması öngörülmüştür. Almanya'da Türkiye'den farklı olarak şikâyet

sistemi, hukuka aykırı içeriklerin çıkartılmasında ya da engellenmesinde temel rol oynamaktadır. Türkiye’de ise hukuka aykırı içeriklerin çıkartılması ya da engellenmesi konusunda sulh ceza hâkimlikleri önemli role sahiptir. Almanya’da uygulanan şikâyet sistemi, 5651 sayılı Kanunda yer alan “uyar-kaldır” sistemine benzemektedir. Bu sisteme göre, yargı yoluna gitmeden önce hakkı ihlal edilen kişi ya da kamu kurumları sosyal ağ işletmesine başvurarak, hukuka aykırı içeriğin çıkartılmasını ya da engellenmesini talep edebilmektedir. 5651 sayılı Kanun her ne kadar uyar/kaldır sisteminden bahsetse de bu sistemin işletilebilmesi amacıyla sosyal ağ işletmelerine düşen yükümlülükler veya bu konuda alınması gereken tedbirlerden bahsetmemiştir. Türkiye uygulamasında kullanıcılar, hukuka aykırı içeriklere karşı doğrudan sulh ceza hâkimliklerine başvurumaktadır. Türkiye’de de uyar-kaldır sistemin nasıl işleyeceği konusunda ayrıntılı düzenleme yapılarak önceliğin uyar-kaldır sistemine verilmesi, bu sistem sayesinde sorun giderilmez ise sulh ceza hâkimliklerine başvurulması gerekmektedir. Böylece mahkemelerin iş yükünün azaltılması da sağlanacaktır.

Sosyal ağlar ile ilgili yaşanan en önemli sorunlardan birisi de faaliyette bulundukları ülkede tam olarak yetkili ve sorumlu temsilcilerinin olmamasıdır. Bu durum, sosyal ağ platformlarında ortaya çıkan hukuka aykırılıklara karşı zamanda ve etkili müdahale edilmesini engellemektedir. Yalan haberler ya da sahte hesaplarla insanlar kışkırtılarak sokaklara dökülmekte, kolluk personeli ifşa edilerek hedef gösterilmekte ya da ticari işletmeler zarara uğratılmaktadır. Bu tür içeriklerin yayılmadan çıkartılması ya da engellenmesi gerekmektedir. Yurt içinde atanan yetkili ve sorumlu temsilci ile bu tür içeriklere kısa sürede müdahale edilebilecektir. Almanya ve Türkiye’de bu zamana kadar edinilen tecrübeler, sosyal ağ işletmelerinin kendi ülkelerindeki merkezleri ile irtibata geçerek hukuka aykırı içeriklerin çıkartılması ya da engellenmesini sağlamak bakımından etkili bir yol olmadığını göstermektedir. Sosyal ağ işletmeleri, HTTPS protokolü kullandıkları için hukuka aykırı içeriklere kendileri müdahale etmedikleri sürece faaliyette bulundukları ülkelerden bir şey yapılamamaktadır. Ayrıca sosyal ağ platformlarında suç ve suçlunun ortaya çıkartılabilmesi için kolluk makamlarının ya da savcılıkların ihtiyaç duyduğu bilgileri yetkili temsilciden alabilme imkânı yeterli düzenlemenin bulunmaması halinde mümkün olamamaktadır. Platformlarda suç ve suçlunun ortaya çıkartılabilmesi için sosyal ağ işletmeleri bilgi vermediği durumlarda bir şey yapılamamaktadır. Bu durumu ortadan kaldırmak için Alman Sosyal Ağ Kanununda yer alan düzenlemeye benzer bir düzenlemenin 5651 sayılı Kanunda da yapılması günümüz koşullarında önemli bir zorunluluk teşkil etmektedir. Aksi durumda sosyal ağ platformlarında hakkı ihlal edilen mağdur gerçek ya da tüzel kişilerin hukuka olan güvenleri sarsılacaktır.

Sosyal Ağ Kanununda yer alan yükümlülükler yerine getirilmez ya da hukuka aykırı içerikler çıkartılmaz veya engellenmez ise sosyal ağ işletmelerine uygulanacak idari para cezalarına da anılan Kanunda ayrıca ve ayrıntılı olarak yer verilmiştir. Türkiye’de de ifade özgürlüğü hakkını kısıtlamadan sahte haberler, nefret söylemi ve hakaret ifadelerinin yer aldığı paylaşımlara karşı sosyal ağları düzenleyen bir kanuna ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal ağların Türkiye’de yürü-

tülecek adli ve idari soruşturmaların selameti bakımından mutlaka bir irtibat kişisine sahip olması gerekmektedir. Ayrıca küresel teknoloji devleri hem bir taraftan Türkiye pazarına hükmedecek hem de bir sorun olduğu takdirde idari ya da yargı personeli ya da savcı sorunun çözülmesi için ABD'ye mektup göndermesi gerekecektir. Bunun kabul edilebilir bir durum olarak görülmemesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Kalscheuer, F., & Hornung, C. (2017). Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz—Ein verfassungswidriger Schnellschuss. *Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht (NVwZ)*, 1721-1725.
- Kent, B. (2019). *Türkiye’de İnternet Sitelerine Erişimin Engellenmesi*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Liesching, M. (2018). Lösungsmodell regulierter Selbstregulierung—Zur Übertragbarkeit der JMStV-Regelungen auf das NetzDG. In *Netzwerkrecht* (ss. 135-152). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Lüdemann, J. (2018). Privatisierung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken?. In *Netzwerkrecht* (ss. 153-168). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Martini, M. (2019). *Blackbox Algorithmus—Grundfragen einer Regulierung Künstlicher Intelligenz*. Springer-Verlag.
- Mergel, I., Müller, P. S., Parycek, P., & Schulz, S. E. (2013). *Praxishandbuch soziale Medien in der öffentlichen Verwaltung*. Springer-Verlag.
- Meixner, F., & Figge, P. (2019). Das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz, Gesetzgeberische motive, Aufbau und erste Erfahrungen, *Studienkomitee für deutsch-französische Beziehungen (Cerfa)*.
- Müller-Terpitz, R. (2018). Soziale Netzwerke als Gegenstand des geltenden Rechts. Eine rechtssystematische Einordnung. In *Netzwerkrecht* (ss. 45-60). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Schwartmann, R. (2017). *Verantwortlichkeit Sozialer Netzwerke nach dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz*.
- Söyler, Y. (2014). *Kamu hukuku açısından devletin interneti düzenleme yetkisi*. Savaş Yayınevi.
- Şen, E. (2020). Facebook ve Twitter’ın Bilgi Verme Yükümlülüğü Var. *Haber7.com* Erişim: <https://www.haber7.com/yazarlar/prof-dr-ersan-sen/1652212-facebook-ve-twitterin-bilgi-verme-yukumlulugu-var> [02.07.2020].

Dijitalleşme, Vergi ve Egemenlik Sorunu

Fatih Kaplanhan

Dr. Öğr. Üyesi Fatih Kaplanhan / fatih.kaplanhan@izu.edu.tr

Dr. Fatih Kaplanhan, İstanbul Zaim Üniversitesi (İZÜ), İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Ayrıca Erişim Sağlayıcıları Birliği'nde (ESB) Genel Sekreter Yardımcısı olarak çalışmaktadır. Lisansını, Marmara Üniversitesi, İktisat bölümünde tamamlamıştır. 2002-2011 yılları arasında bazı kamu kurumlarında ve özel sektörde ERP danışmanlığı, Mali Müşavirlik, Bağımsız Denetçilik yapmıştır. Hacettepe Üniversitesi Maliye Bölümünde başladığı doktora çalışmasını 2013 yılında “Belediyelerin Finansman Sorununa Alternatif Çözüm Önerileri” konusundaki tezi ile tamamlamıştır. 2011 yılında Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi'nde başladığı akademik görevine 2014 yılında İZÜ'de devam etmektedir. Mali hukuk, kripto para, internet ve sosyal medya gibi konularda yayımlanmış ulusal ve uluslararası makaleleri bulunan Kaplanhan, aynı zamanda Ankara Düşünce ve Araştırma Merkezi (ADAM) Vakfı Yönetim Kurulu ve TÜBA Bilişim Teknolojileri ve İletişim Çalışma Grubu üyesidir.

Dijitalleşme, Vergi ve Egemenlik Sorunu

Fatih Kaplanhan

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Giriş

Buhar makinesinin James Watt tarafından icat edilmesiyle başlayan, Buhar Çağı olarak isimlendirilen endüstrileştirmenin ilk sürümü (Endüstri 1.0), 1750- 1890 tarihleri aralığında dokuma sanayinin gelişmesini sağlayarak, metalürjide varyasyonlar gerçekleştirerek ve gemicilikle demiryollarında atılımlar sağlayarak kendini göstermiştir (Ayvaz, Kırbaşlar, & Güneş, 2010, s. 2). Tarihi açıdan bu süreç, sermaye sektöründe insan gücüyle gerçekleştirilen çok sayıda işin makinalar aracılığı ile gerçekleştirilmeye başlandığı bir dönem şeklinde addedilmiştir. Ulaşımda yaşanan gelişmelerin hammadde teminini kolay duruma getirmesi ve üretilen ürünlerin yeni ve uzak pazarlara hızlıca ulaştırılmasının sağlanmasıyla 1870 yıllarında başlayan ve Sosyalizmin çöküş yılı olan 1989'a kadar devam eden süreç ise Endüstri 2.0 olarak kabul görmektedir (Görçün, 2016, s. 51). Yaşanan diğer önemli gelişmeler ise petrol türevli içten yanmalı motorların kullanımı ve elektriğin üretim sektöründe kullanılmaya başlanmasıdır. Bu yenilikçi ve üstün düzeyli teknoloji, buhar gücünden daha güçlü olması sebebiyle işletmelerin kapasitesini artırmış ve çok daha verimli hale gelmesini sağlamış böylelikle dünyayı seri üretim konseptiyle tanıştırmıştır (EBSO, 2015). Fordizm ile ilk temelleri atılan üretim bandı teknolojisi, farklı sektörlerde de örnek teşkil etmiş, Endüstri 2.0 ile üretimde geniş kapsamlı bir verimlilik sağlanmıştır. Endüstri 3.0 ise 1970 yılından 2010'a kadar süre gelen dönemde hâkimiyet göstermiştir. İkinci Dünya Savaşı'nın hemen akabinde elektronik, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesinin ardından üretim otomasyonu sağlanmıştır. Fabrika işletmelerinin üretim bantları ya da makinelerin denetlenmesi gibi işlevlerinin kontrolünde kullanılan özel bilgisayar sistemlerinin gelişmesi neticesinde üretimde otomasyon çok daha ileri safhalara gelmiştir. Bu süreçte bilgisayar, mikro elektronik, fiber optik, lazer gibi teknoloji ürünlerinin, telekomünikasyon, nükleer, biyotarım ve biyogenetik gibi bilim alanlarının gelişimi, üretimin yönünü ve şeklini değiştirmiştir. İletişim ve ulaşım sektöründeki gelişmeler ile uluslararası mal, sermaye ve emek akışının hızlanması neticesinde ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin artması ve ülkelerin birbirlerine yaklaşması sağlanmıştır. Bu dönemde yaşanan en önemli hadiselerden biri de dünyadaki enerji ve hammadde kaynaklarının hızlı

bir biçimde tüketilmesi ve sürdürülebilirlik kavramının gündem konusu olmasıdır. Birinci versiyonda kömür, su ve buhar gücü; ikinci versiyonda ise petrol ve elektrik, enerjinin kaynağı olarak ön planda tutulurken üçüncü versiyonda yenilenemeyen kaynaklardaki problemler ve çevresel sorunlar zaman içerisinde yenilenebilir kaynaklardan enerji elde etmeyi önemli hale getirmiştir (Dursun, Ektik, & Tutcu, 2019: 252).

Buhar makinesinin icadıyla başlayan endüstrinin ilk versiyonu, zamanla teknolojinin ilerlemesi ve etkileriyle yerini siber fiziksel sistem yapılarına bırakmıştır. Günümüz çağında yükselen teknoloji trendiyle robotik yoğun otomasyon, nesnelerin interneti ve akıllı sistemler, birçok işletme ve kurumlar tarafından kullanılır duruma gelmiştir. Dijital devrim şeklinde literatürde onaylanan ve Endüstri 4.0 olarak isimlendirilen bu yenilikler, en küçük bireyden en büyük devletlere kadar bütün kurumların fonksiyonlarının yeniden tasarlanmasını gerekli kılmıştır.

Endüstri 4.0 bireyden kurumlara ve devletlere kadar her yapı ve organizasyonun daha çok dijitalleşmesine neden olmaktadır. Eğitimden savunmaya, ticaretten istihbarata, reklamdan sağlık hizmetlerine kadar birçok alanda yaşanan bu dijitalleşme, ülkelerin sınırlarının fonksiyonlarını azaltmaktadır. Sınır fonksiyonları azalan devletlerin egemenlik güçleri zafiyete uğramaktadır. Birbirleri ile içi içe geçmiş olan dijitalleşme, egemenlik ve egemenliğin bir göstergesi olan vergileme yetkisi kavramları detaylıca incelenecektir.

Dijitalleşme

Hızla gelişmekte olan bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklar ve değişim gösteren sosyal gereksinimler bireylerin ve kurumların daha efektif ve proaktif olmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda dijitalleşme yani dijital dönüşüm, verimliliği ve kullanıcı memnuniyetini artırmak üzere üretim faktörlerindeki bütüncül dönüşümdür (Dijital Dönüşüm, 2017). Dijital dönüşüm; ekonomik etkileri ve küreselleşme ile ilişkisi ayrı başlıklar altında incelenecektir.

Dijital Dönüşüm

Bilimsel ve teknolojik gelişmeler, pek çok alanda değişimi zorunlu hale getirmektedir. Yıllar boyunca çeşitli dönemlerde ortaya çıkan gelişmeler, paralelinde yeni imkânlar ve dönüşüm süreçlerini ortaya çıkarmıştır. Örneğin matbaanın bulunması ile bilgi kaynaklarının hızla basılarak çoğaltılması, Ortaçağ Avrupası'nda insanların okur-yazarlık oranını arttırmış; fikir ve düşünce özgürlüğünün yaşanmasını sağlamıştır. Bu gelişmelerin ardından Rönesans ve Reform hareketleri ortaya çıkmış ve böylece Avrupa da yeni bir aydınlanma dönemi başlamıştır. Yine sanayi devrimini öncesinde buharlı makinaların bulunması ile yeni bir üretim devri başlamış ve bununla birlikte günümüzdeki ekonomik yapının ve endüstriyel üretimin temelleri atılmıştır. 90'lı yıllara gelindiğinde ise bilgisayar teknolojilerinin yaygınlaşmaya başlaması ve internet kullanımı, ekonomik ve sosyal birçok alanda büyük değişiklikler yaratmıştır.

Günümüzde internet hız ve teknolojisinin ilerlemesi, endüstri araçlarının her geçen zaman daha işlevsel olması; bulut teknolojileri, yeni nesil yazıcılar, yapay zekâ, nesnelerin interneti, artırılmış ve sanal gerçeklik gibi kavramları doğurmuştur. Bu yeni teknoloji unsurlarının kullanılarak; internet, bilgisayar ve otomasyonu üretim süreçlerinin lokomotifi haline getirilmesi sürecine Endüstri 4.0 denilmektedir. Endüstri 4.0 ile başlayan bu bütüncül dönüşüm süreci, dijital dönüşüm olarak ifade edilmektedir.

Ortak paydası internet olan Endüstri 4.0 ve dijital dönüşümün temel girdisi ve nihai ürünü “bilgi”dir. Bu sebeple bu dönüşüm sürecinde “bilgi” ve “bilişim” kavramları sıkça karşımıza çıkmaktadır. Günümüz çağındaki “bilgi”nin önceki dönemlerden farkı ise dijital formatta olmasıdır. (Taymaz, 2018: 12). Dijital formatta kodlanan bu büyük bilginin analiz düzeyi; ekonomi, bilim ve sanayi alanlarında artan oranlı bir katma değer yaratmaktadır.

Dijitalleşme ve Ekonomik Etkileri

Ekonomik büyüme, ulusal gelir etkisi ile belli bir dönem içerisinde mal ve hizmet üretim miktarında yaşanan artış ile ölçülebilir olsa da günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri arasındaki temel farkın teknoloji temelli yaşandığı görülmektedir. Dünya ekonomisindeki teknoloji odaklı gelişmeler, ekonomide yeni kavramlar ve süreçleri ortaya çıkarmıştır. Özellikle Internet’in gelişimi ile ortaya çıkan yeni ekonomik yapı; bilgi - bilişim teknolojileri odaklı yeni ekonomi kavramı olan bilgi ekonomisi, dolaylı olarak sermayesiz kapitalizm olgusunu da bir biçimde ifade etmektedir. Bugün geldiğimiz nokta, maddi olmayan yatırımlar (temelde bilgi yaratma ve organizasyon), makineler, binalar ve taşıtlar gibi maddi yatırımları geride bırakmıştır. Bu nedenle bugünkü üretim modeli, “sermayesiz kapitalizm” olarak yorumlanmaktadır. Tom Goodwin bu dönüşümü “Dünyanın en büyük taksi şirketinin (Uber) tek bir taksisi bile yok; dünyanın en popüler medya şirketi (Facebook) tek bir içerik bile üretmiyor; dünyanın en önemli perakendecisinin (Aliexpress) hiç stoğu bulunmuyor; dünyanın en büyük konaklama sağlayıcısının (Airbnb) tek bir gayrimenkulü yok. İlginç şeyler oluyor.” diyerek özetlemiştir. Bu bağlamda Brad Keywell (2017) gibi bazılarının 4. Endüstriyel Devrim olarak nitelendirdiği bu dönüşüm, “makinenin yükselişini değil, insanları güçlendirmekle ilgili” olduğunu ifade etmektedir. Ona göre, milyarlarca insan ve sayısız makine birbirine bağlıdır. Çığır açan teknoloji ile benzeri görülmemiş işlem gücü, hızı ve büyük depolama kapasitesi sayesinde veriler, daha önce hiç olmadığı gibi toplanmakta ve kullanılmaktadır. Otomasyon, makine öğrenmesi, mobil bilgi işlem ve yapay zekâ gibi kavramlar, fütüristik kavramlar değil, günümüzün gerçekliğidir. Önceki sanayi devrimlerinde şirketler ve sanayiler yeni teknolojiye uyum sağlamadıklarında yıllar boyunca bununla mücadele etmek zorunda kalmışlar, daha kötüsü başarısızlığa uğramışlardır. Önceki sanayi devrimleri gibi Dördüncü Sanayi Devriminin getirdiği değişiklik de isteğe bağlı değil, kaçınılmazdır. Bu açıdan Endüstri 4.0 devrimi, aslında bir dijital ekonomi gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Endüstri 4.0 devriminin olası avantajları ise şaşırtıcı biçimde yükselen yaşam standartları, artan koruyuculuk, güvenlik ve büyük ölçüde artan insan kapasitesidir.

Ekonomik büyümenin temel kaynağı, teknoloji odaklı yenilik olgusudur. Nitekim ortaya çıkan endüstriyel yeniliğin kapitalist bir ekonomide teknolojik değişimi nasıl yönlendirdiğini anlamak için faktörlerin çeşitliliği, tutarlılığı, istikrarı önemlidir.

Dijitalleşme ve Küreselleşme

Endüstri 3.0 ile ivme kazanan bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişim, Doğu Bloğunun yıkılışı, soğuk savaşın bitişi gibi sebepler, hep birlikte dünyayı tek bir pazar haline getirmiştir. Tek bir pazar haline gelen dünyada üretim, tüketim, tasarruf ve yatırım anlayışı tamamen değişmiştir. Bu değişim, seri üretim yerine kişiye özel üretim, müşteri memnuniyeti, tüketici hakları anlayışlarını getirmiştir. Dijitalleşme ve internetin yaygınlaşmasının ilk aşamalarında “ölçek ekonomisi” yerini “kapsam ekonomisine” bırakmış, her alanda rekabet dolayısıyla etkinlik artmıştır. Hem tüketicilerin hem de üreticilerin hinterlandı genişlediği için her iki kesiminde hedefi, kalite ve düşük maliyet olmuştur. Rekabetin artması, bütün firmaların pazar sınırlarını genişletmelerini gerektirmiş; ulusal firmalar, global firma olmak istemiş, global firmalar ise marka değerini daha da artırmak istemiştir.

Marka olma hedefinde kaliteyi artırıp, maliyeti azaltmak için sanayiler uzmanlaşarak verimliliği artırmak durumunda kalmıştır. Sanayiler, kalite noktasında maliyetlerini hesaplarken ana ürünlerine odaklanıp ara mamulleri dışarıdan tedarik (fason, *outsourcing*) yolu ile temin etmişlerdir. Bu süreçte başarılı olan firma, sanayi ve devletler, başarılarını bilişim ve iletişim alanındaki gelişmelere hızlı adapte olmalarına borçludur. Bilgisayar, internet, mikroçip, cep telefonu, otomasyon, yapay zekâ, büyük veri gibi dijitalleşmenin unsurları dünyayı büyük bir köy haline getirmiş (Chase-Dunn, 2002: 14), zaman ve mekân kavramları yeni anlamlar kazanmış, üretim kalıpları değişmiş, tedarik zincirleri genişlemiş, kitlesel üretim değerini yitirmiş, tüketiciye özel ürün/hizmet ön plana çıkmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu gelişmeler, üreticileri zorlamıştır. Sadece verimliliği artırmak, küresel rekabette şirketleri ön plana çıkarmaya yetmemiştir. Blockchain, yapay zekâ ve makine öğrenimi, dijital platformlar üzerinden ticaret, üç boyutlu baskı, mobil ödemeler gibi teknolojiler, 3. Sanayi Devrimi'ndeki uzmanlaşma, ucuz kaliteli üretim (Siemens, 2016) gibi amaçların ötesinde bu farklı teknolojilerin uygun terkip organizasyonu yapmaları gerekmiştir. Büyük bir köy haline gelen dünyadaki evrensel pazarın yapı taşları ulusal pazarlar değil (Thompson, 2013: 149) haberleşme ve bilgi teknolojisindeki dijitalleşmedir. Özetle; bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu gelişmelerin endüstride doğrudan kullanılabilir hale gelmesi şeklinde ifade edilebilecek Endüstri 3.0 (Özsoylu, 2017: 43), artık dijitalleşmedeki baş döndürücü gelişmelere önce lojistik olmak üzere diğer sektörlerin de uyumu ile yerini Endüstri 4.0'a bırakmıştır.

Dijitalleşme, küreselleşme ve dördüncü sanayi devrimi (Endüstri 4.0) kavramlarını ayrı ayrı ele almak mümkün değildir. Dijitalleşme ve küreselleşmeyi birbirinden ayırmaz yapan, dördüncü sanayi devrimidir. Dijitalleşme ve Endüstri

4.0 ile birlikte; organizasyonların, kurumların, üreticilerin, tedarikçilerin, tüketicilerin hatta nesnelerin ve sistemlerin birbirleriyle iletişimi/etkileşimi gerçekleşmektedir.

Endüstri 4.0'ın bütün araçlarının, dijitalleşmenin ve küreselleşmenin ortak paydası internettir, ortak yapı taşı ise bilgidir. İnternet paydasında; bireyler, kurumlar, şirketler ve hatta devletlerin dahi birbirine bağımlılığı hızla artmaktadır. Bu teknolojilerle sağlanan yüksek derecedeki etkileşim, katma değer oluşturma sürecindeki aktör ve unsurlara olumlu katkı yapmaktadır. Özellikle üreticilerin kendilerine müşteri memnuniyeti bağlamında daha aktif olmalarına imkân tanımaktadır. (Kaufmann, 2017: 97). Teknolojide olduğu gibi “bilgi” unsuru, hegemonyasını ekonomik alanda da göstermiştir. Dijitalleşme ile birlikte artık; (kodlanmış ve analiz edilen) bilgi ve buna dayalı analiz ve teknolojiler tüm dünyaya yön vermektedir.

Endüstri 4.0 ve dijitalleşme pazarı, tedarik zincirlerini, bilgiyi, kültürü küreselleştirdiği gibi kapitalizmi de küreselleştirmiştir. Küresel kapitalizmin giderek daha çok hâkim olması, ulus devletlerdeki aidiyet duygusunu azaltmış (Özüdoğru, 2018: 87), dünya vatandaşlığı kavramını güçlendirmiş, ortak kimlik haline evirilen “tüketici kimliğini” doğurmuştur.

Egemenlik

Egemenlik kavramı; bir toprak parçası ya da mekân üzerindeki kural koyma gücü ve hukuk yaratma kudretidir. Bir devletin sınırlarının içinde ve vatandaşlarının üzerinde hakkı olan yetkilerinin tümünü kapsar. Dar kapsamda devletlerin bireysel özgürlüğü (Koskeniemi, 2009: 16) manasına gelse de devletin düzeni sağlamak için koyduğu kurallar, bu kuralların/hukukun etkinliği, devletin çizdiği hukuki sınırların faydası ve maliyeti “Devlet Egemenliği” kavramının kapsamındadır.

Egemenlik kavramı, ulus devletlerinin ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır. Fakat küreselleşme ile sanayilerin, ülke ekonomilerinin yani devletlerin çıkarları çatışmaya başlamıştır. Küreselleşme ile birlikte bir devletin iç işlerine müdahalenin yasaklanması (Öğüt, 2013: 157) manasındaki “Egemen Eşitlik İlkesi” doğmuştur. Egemenlik doğrudan küreselleşme değişiminden etkilenmektedir ve bu, devletin vergilendirme yetkisine yansımaktadır. Teknoloji gelişiminin azalmayacağı, küreselleşmenin hızını kesmeyeceği varsayıldığında devletler; özellikle vergi politikalarında küreselleşmeye uyum sağlayamazlarsa çok ciddi gelir kayıpları ile karşı karşıya kalacaklardır.

Küreselleşme Egemenlik İlişkisi

Endüstri 3.0 ile sık kullanılmaya başlanan “küreselleşme” kavramı; dijitalleşmeyle birlikte devletlerin ekonomik, siyasi ve kültürel olarak yakınlaşması ve bütünleşmesi anlamına gelmiştir. Çok farklı tanımlamaları olan küreselleşme (uluslararasılaşma, liberalleşme, evrenselleşme, batılılaşma, yurtsuzlaşma gibi) farklı şekillerde yorumlanabilir (Altan, 2013: 150). Küreselleşmenin etkenlerinden genelde dijitalleşme, özelde ise internet; zaman ve mekân kavramlarını de-

ğiştirmiş, dünyanın “herkesin her şeyden anında haberdar olduğu, küresel bir köye” dönüştürdüğü yorumlarına sebep olmuştur.

Endüstri 3.0 ile filizlenen ve 2000’li yıllarda etkileri her alana yayılan küreselleşmenin etkileri, kamu yönetimi anlayışına da yansımıştır. Uluslararası sistemde devletlerin hiçbirisi ekonomik, sosyolojik, jeopolitik, popülasyon, askeri alanlarda eşit olmasa da bütün devletlerin kendi üzerinde bulundukları toprak üzerinde evrensel kabul edilen bir mutlak egemenliğe sahip olduğu bilinmektedir. Bu noktada tüm devletler, Birleşmiş Milletlerin (BM) ortaya koyduğu ülke, nüfus, yasal unsurlarını sağladıkları koşullarda egemen ve eşit olarak kabul edilmektedir. BM sözleşmesinin 2. maddesi birçok devlet için, ulusal özgürlük, kendi kimliğinin korunması, kendi kaderini tayin etme ve düzenleme güvencesi gibi haklarını korunmasını güvence altına almaktadır. Ancak uluslararası hukukun en temel sorunu olan bir yaptırım mekanizmasının olmaması ve devletlerin ikili ilişkilerde daha siyasi amaçlar peşinde koşması sebebiyle adaletin tesisi ve emredici normlar konusunda bir boşluk meydana gelmektedir.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu (BMGK) ve tüm teşkilâtının etkili bir şekilde çalışması, veto hakkına sahip beş büyük devletin objektif olarak tam bir iş birliğinde bulunmalarına bağlıdır. İkinci Dünya Savaşı sonrası güç dengesini yansıtan bu sistem, egemen eşitlik ilkesinin uygulaması aşamasında dönemin güçlü devletlerinin askeri ve diğer güç etkenlerinin de etkisiyle sistemi kendi lehlerine kullanmaları sonucunu doğurmuştur. ABD, SSCB, İngiltere, Fransa gibi devletler, İkinci Dünya Savaşı sonrası küresel sistemi tasarlarken egemen eşitlik ilkesinin varlığına istisna bir sistem oluşturmuşlardır (Anand, 2008: 94). Bu sistem de uluslararası hukuka ve adalete dayalı değil egemen güçlerin çıkarlarına dayalı olmuştur. Uluslararası sistemde baskın devletlerin güç kapasitelerinin diğer devletlere göre fazla olması, uluslararası hukukun uygulaması ve yaptırım gücüne olan etkisini sınırlandırmaktadır (Krisch, 2005: 373). Küresel dünyada; bir kişinin, organizasyonun, olayın, yönetimin, politikanın veya devletin legal veya illegal olduğuna hukuk, delil değil; BMGK’de veto hakkına sahip beş büyük devlet karar vermektedir. Bu daimî üyelerin güç ve çıkar mücadeleleri nedeniyle birçok örnekte görüldüğü gibi veto müessesesi nedeniyle küresel bir adaletten ve hukuktan söz etmek pek mümkün değildir. Dolayısıyla (BM’ye üye) devletlerin egemenlikleri de Güvenlik Konseyi üyelerinin kendi aralarındaki güç dengesi ve pazarlıklar sonucu zarar görmektedir (Dunoff, 2013: 119).

Küreselleşme; egemenlik kavramının da (örneğin ulusal egemenlik ile ekonomik egemenlik arasında bir ayrım gibi (MCGowan, 2003W) yeniden tanımlanmasını / tasarımını gerekli kılmaktadır (Goodhart, 2001: 242). Egemenlik kavramının küreselleşme öncesine nazaran içinin boşaldığı ve egemenlik sonrası (*postsovereignty*) dünyasına geçiş yaşandığı (Sindjoun, 2001: 226), (postmodern dönem ile birlikte) egemenliğin sona erdiği iddia edilmektedir (Jackson, 1999: 428). Küreselleşmenin egemenlik üzerinde etkileri olduğu çok açıktır. Uygulamada etkinliği azalmış, geleneksel anlamını kaybetmiş olsa da egemenlik hala retorik bir araç, politik bir silahtır (Fowler & Bunck, 2010: 34).

Her devletin kendine özgü bir sistemi vardır. Küreselleşme sebebi ile özellikle vergi hukukunda uluslararası hukuktan kaynaklanan bazı usullerin sistem içerisine dâhil edilmesi mecburiyeti olmaktadır. Bu sebeple devletlerin vergi sistemleri, uluslararası ekonomik ve siyasal entegrasyonların giderek artması ile birbirine benzemektedir (Ay & Talaşlı, 2008: 137). Uluslararası ekonomik ve siyasal entegrasyonlar, uluslararası / ulus üstü kurumlar ile sağlanmaya çalışılmaktadır. Hegemonyacı istikrar teorisine göre egemen güç, diğer ülkelere ve uluslararası sistem üzerinde hâkimiyet kurar ve uluslararası ekonomi politik konularında bir kural- lar seti oluşturur. Oluşturulan sistemi sürdürmenin maliyetini üstlenen bu ülke, sistemdeki hâkim durumu dolayısıyla da bundan büyük fayda elde eder (Altan, 2013: 47). Küreselleşme; dolaylı olarak ulus egemenliklerini zayıflatan egemen güçlerin daha hızlı güçlenmesine sebep olmaktadır. Küreselleşmenin sonuçlarından biri olan (bireylerin, kurumların, organizasyonların ve devletlerin) “karşılıklı bağımlılığının” artması; hegemonik güç olmanın ön şartlarından biridir.

Retorik olarak ve hukuken egemenlik olsa da küresel güçlerin vesayetinde sınırlı ve güvencesiz egemenlikler sistemi dayatılmaktadır. Olağanüstü hale kim karar verirse egemen; o devlet, şirket, kişi veya organizasyondur (Kalyvas, 2000: 374). Egemen, fiili durumda gücünü kabul ettirebilendir. Fiili açıdan güçlü olmak ise artık Endüstri 4.0 araçlarına sahip olmak ve bu araçları verimli kullanmak ile doğru orantılıdır. Hatta Endüstri 4.0 araçlarına sahip olmak, kullanmak yeterli olmayıp bu araçların/teknolojilerin üreticisi olmak gerekmektedir. Örneğin 5G teknolojisini üretenler; teknoloji, savunma, istihbarat gibi alanlarda bu teknolojiyi kullananlardan üstün olacaktır.

Küreselleşme süreci ile birlikte iç egemenlikteki dönüşümü iki ayrı boyutta incelemek gerekmektedir. Birincisi ideolojik boyut diğeri ise nesnel boyuttur. Küreselleşme olarak ifade edilen süreçte; finans, savunma, sağlık, bilim, teknoloji alanlarında ve bu alanlardaki bütün faktörlerde önemli dönüşümler yaşanmaktadır. İşgücünün dolaşımında, mallarda sınırların geçilebilmesi, üretilen ve satılan hizmet çeşitlerindeki artış gibi unsurlar bilişim ve iletişim teknolojisindeki büyük gelişmeyle de desteklenmesi nesnel boyutudur (Sancar, 2003). Küreselleşmenin ideolojik boyutu ise küreselleşmenin nesnelere hakimiyet kurarak başkalarının egemenliklerinin kısıtlanması olarak özetlenebilir. Küreselleşme sürecinde başkalaşan egemenlik hegemonyaya dönüşmektedir. Bu hegemon güçler ise artık devletlerden ziyade internet ve Endüstri 4.0 teknolojisini üreten devletin kontrolündeki az sayıda şirketlerdedir.

Görünürde hegemonik üstünlüğü olan güçler denilince ilk olarak akla ABD, Çin ve Avrupa Birliği devletleri gelmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrası oluşan ve ABD tarafından kurulan hegemonya, yine ABD tarafından zayıflatılmıştır. IMF'nin azalan etkinliği ve Dünya Ticaret Örgütü'nün ticaret savaşları döneminde gösterdiği silik performans, uluslararası liberal sistemin güç kaybettiğine dair en bariz işaretlerdir. ABD, içerideki siyasi kargaşaların ve kötü uluslararası deneyimlerin bir yansıması olarak küresel meselelerin çözümüne destek olma konusunda artık 20. yüzyılın ikinci yarısında olduğu kadar gerçekçi değildir.

Çin tarafına bakıldığında ise diplomatik kapasitenin henüz küresel liderlik için tam anlamıyla yeterli görülmemesi ve şeffaflıkla ilgili şaibelerin olması, Pekin'in uluslararası ağırlığını azaltmaktadır. Büyük oranda Almanya'nın nüfuzu altında hareket eden AB kurumlarının son yıllarda yaşanan küresel finansal ve pandemi krizinden sonra üye ülkelerine beklenen faydayı sağlayamamış olması, AB projesine olan inancın sarsılmasına neden olmuştur. Birçok Avrupa ülkesinde AB kurumlarına olan güven azalırken AB karşıtı olan popülist ve milliyetçi partilerin oy oranları kayda değer oranlarda artış göstermiştir (Algan, Guriev, Papaioannou, & Passari, 2017). BREXIT dalgasının büyümesi sorununa henüz kapsamlı çözümler üretilmemesi ve AB ülkeleri arasında yaşanan anlaşmazlıklar dikkate alındığında AB projesi temellerinin sarsıldığı söylenebilir (Varoufakis, 2020: 7).

Gerek nesnel gerekse ideolojik boyutuyla küreselleşme, ulus üstü güçlerin doğmasına ve ulus devlet anlayışının bozulmasına neden olmaktadır. Küreselleşme; egemenlik manasında ulus devlet anlayışını da değiştirdiği için aslında hegemonik üstünlük savaşı devletler arasında değil, ulus üstü güçler arasında olmaktadır. Küreselleşmenin sonuçlarından biri olan bu ulus üstü güçler; sağlıktan, savunmaya, üretimden tüketime, teknolojiye bilim, Endüstri 4.0'ın araçlarını üreten, bu araçlara hâkim olan şirketler veya bu şirketlerin hâkim olduğu organizasyonlardır. Ulus üstü şirketlerin/lobilerin egemen olduğu yeni dünya düzeninde Endüstri 4.0'ın araçları, yeni mal ve hizmet çeşitleri oligopolleşmiş bir piyasa tarafından arz edilmektedir. 2, 3 veya 4 aktörün (üretici, aracı veya satıcı) hakimiyetinde şekillenen (oligopol) piyasada ticareti yapılan emtianın genel itibarı ile bilgi temelli hizmet olduğu için mekân ve sınır kavramı önemini yitirmiştir. Böylece vergi sorunları, uluslar üstü bir sorun haline gelerek farklı bir boyut kazanmıştır (Ay & Uçar, 2015: 203). Alışverişe konu ürünün hizmet olması, hizmetin internet ortamında ülkeler arasında transferinin kolay olması, internet ortamında yapılan ticaret hacminin artması, ulus üstü şirketlerin / lobilerin rasyonel olarak vergi ödememe arzularına rağmen yasal düzenleme ihtiyacını daha da önemli hale getirmektedir. Yasal düzenlemelerin sadece vergi boyutu ile yapılması veya ulusal düzeyde düzenlemeler içermesi ihtiyacı karşılamamaktadır.

Retorik olarak egemen eşitlik ilkesi olsa da küreselleşen/ tek pazar haline gelen dünyada ulus devletlerin çıkarları, özellikle ekonomik ve siyasi alanlarda sürekli çatışmakta ve bu alanlarda güçlü olan devletler güçlerini korumak veya artırmak için diğer devletlerin ulusal yetki alanlarına giren konulara müdahil olmaktadır. Küreselleşen dünyada küresel hukuk kurallarına ihtiyaç vardır. Küresel hukuk yaratma kudreti olan güç ise küresel egemenliğini sağlamış olacaktır. Küresel hukuk kuralları; ulus devletlerin egemenliklerini sınırlandıracak ve ulus devletlerin bireysel özgürlüğü manasına gelen ulus egemenlik kavramı ile küresel egemenlik kavramının çatışmasına neden olacaktır.

Egemenlik ve Vergilendirme Yetkisi

Vergi; gelir, harcama, servet veya belirlenmiş işlemlerden belirli tutar veya oranlarda, siyasi cebir altında karşılıksız olarak devlete kaynak aktarılmasıdır. Vergi;

devletin, kamu ihtiyaçlarını karşılamak için ihtiyaç duyduğu en önemli finansal kaynaktır. Devletlerin en önemli egemenlik göstergelerinden biri olan vergilendirme yetkisi, aynı zamanda devletlerin en önemli gelir kaynağıdır (Palamut, 2017: 221). Vergi toplamayan veya toplayamayan bir devletin yaşamını sürdürmesi mümkün değildir. Vergi kaçırma, vergiden kaçınma konuları verginin kendisi kadar eskidir.

Küreselleşmeyle artan uluslararası entegrasyonların devletlerin vergilendirme yetkisi ve kapasiteleri üzerinde olumsuz etkileri olmuştur. Devletlerin vergi politikalarını uluslar arasında rekabet aracı olarak kullanılmaya başlanması, klasik yöntemler dışında yeni politika ve çözüm arayışlarına itmiştir. Üretim ve tüketim biçimini değiştiren küreselleşme ve dijitalleşme; vergi gelirlerindeki kaynakları, tipleri, miktarı ve cinsi de değiştirmiştir.

Vergi adaleti, hukuk, eğitim seviyesi, gelişmişlik düzeyi, devletin resmî ideolojisi ile milletin ideolojisinin örtüşmesi, mükellefin aidiyet duygusu gibi birçok etken, vergi toplama gücünü etkilemektedir. Ancak en büyük etken idarenin ve hukukun gücüdür. Egemenlik; kural koyma gücü ve hukuk yaratma kudreti olduğundan egemenlik, vergi toplama gücü ve vergi gelirleri arasında paralel, doğrudan ve doğrusal bir ilişki vardır. Küreselleşmeyi hızlandıran dijitalleşme; gelişmişlik düzeyini de artırmaktadır. Teknoloji gelişimi, gelişmişlik düzeyini artırdığı gibi ekonomik gelişimi de artırmaktadır. Ekonomik seviyenin gelişmesi, kısıtlı matrahları artıracak ve vergi konularını genişletecektir. Netice itibarıyla ekonomik büyüme arttıkça vergi geliri ve düzeyi artacaktır (Yanpar, 2007: 52). Ancak para hareketlerinin sınır tanımayışı, vergilendirme yetkisi kullanımını zora sokmaktadır. Küreselleşme süreci, devletlerin egemenliğini küreselleştirdiği gibi endüstrileri de küreselleştirmiş ve pazarları oligopolleştirmiştir. Özellikle internet tabanlı hizmet ticaretinde internetin yapısı gereği ülkenin fiziki sınırları söz konusu olamamaktadır. Örneğin Katma Değer Vergisinin doğuran olay, mal teslimi veya hizmet ifasıdır. İnternet ortamında milyarlarca dolar tutarında hizmet ifası yapıldığında bu hizmetlerin bedelleri Türkiye’de mukim mükelleflerce ödenmekte milyarlarca dolar hasılat elde eden yurtdışı merkezli şirketler, tek bir beyanname dahi vermemektedirler. Stopaj yolu ile vergilendirme çabası, sadece Türkiye’de mukim hizmet alan mükelleflerin maliyetini artırmaktadır.

Anayasal ilkeler, vergi adaletinin sağlanmasını, malî güce göre vergilendirilmeyi esas alırken uygulamada tam tersi söz konusu olmaktadır. Küreselleşme ile ulus üstü şirketler vergilendirilemezken ulusal şirketlerin vergi maliyetiyle küresel şirketler ile rekabet edebilmesi mümkün değildir. Ekonomik ve malî politikaların dağıtıcı ve denkleştirici adalet ilkesi, yatay ve dikey eşitlik ilkesi, kanunların mülkiliği ilkesi gibi anayasal ilkeler çerçevesinde adil ve dengeli olması gereklidir. Ulus üstü şirketlerin vergilendirilmesiyle hem mükellef tabanı genişleyecek hem de yurtiçindeki mükelleflerin gönüllü vergi uyumlarını artarak vergi gelirlerinde ciddi artış meydana gelecektir.

Vergi Sorunu

Verginin meşruiyeti, vergi adaleti, gönüllü vergi uyumu, vergi kaçırma, vergiden kaçınma konuları, vergi kavramı kadar eskiye dayanmaktadır. Bu konulardaki bütün tartışmaların ortak noktası, verginin meşru olup olmadığıdır. Bütün devletlerin, devlet olmanın gereğini yerine getirmek için vergi toplayarak gelir elde etme ihtiyacı vardır. Devletler, egemenliklerinden kaynaklanan kaynak ilkesi ve vergi kanunlarının mülkiliği ilkesine göre kendi sınırları içindeki gelir, harcama, servet veya işlemlerden vergi alma hakkına, yetkisine sahiptir. Vergiyi doğuran olayın ülke sınırları içerisinde olması yeterlidir. Vergiye konu işlemi yapan kişi veya şirketin o devletin vatandaşı olup olmaması önemli değildir.

Küreselleşmenin ekonomik boyutundaki işgücü ve sermaye hareketliliği, vergilendirme konusunda devletler arasında çıkar ve yetki çakışmasına neden olmaktadır (Deak, 2000: 112). Her ne kadar vergilendirme yetkisi devletlerin mutlak hakkı olsa da küreselleşme ile birlikte daha da önemli hale gelen uluslararası vergi hukuku, uluslararası anlaşmalar devletlerin vergilendirme yetkilerini kısıtlamaktadır (Çağan, 1982: 9; Gencer, 2009: 61). Her devlet, egemenlik sınırları içinde ayrımcılık yapmama ve karşılıklı anlaşmaların bir sonucu olan yabancı diplomatları vergiden muaf tutmak gibi temel bazı sınırlamalar hariç engel olmaksızın istediği şekilde bir vergi düzeni kurma yetkisine sahip olması, egemenlik hakkının bir gereğidir (Balci, 2003: 5). Ancak sorun devletlerin ulus üstü şirketleri vergilendirmemesinde olduğu için çözüm sadece vergi hukuku, vergilendirme yetkisi ile çözülememektedir. Çünkü ulus üstü şirketlerin merkezleri yurtdışında olduğundan merkezlerinin olduğu ülke haricindeki devletlerin kanunlarını veya idarelerini muhatap almamaktadırlar. Bunun bir nedeninin de en hafif tabir ile vergiden kaçınmak olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Uluslararası Vergi Hukuku

Küreselleşme süreci, devletler arasındaki vergi rekabetini de küresel boyuta taşımıştır. Devletler arasındaki bu vergi rekabetinin sebebi; mal, hizmet ve sermaye hareketlerinden daha fazla pay alma iştiağıdır. Devletlerin vergilendirme yolu ile mal, hizmet ve sermaye hareketlerinden daha fazla pay alma arzusu gerek devletler arasında gerekse devlet ile ulus üstü şirketler arasında çıkar çatışmalarına neden olmaktadır. Bu çıkar çatışmaları uluslararası adil işbirlikleri ve uluslararası vergi hukuku ihtiyacını doğurmaktadır.

Küreselleşme, devletlerin egemenliklerini tek başına kullanamamasına sebep olmaktadır. Bu da gönüllü uluslararası iş birliğini zorunlu kılarak “uzlaşmacı egemenlik” anlayışı doğurmuştur (Koçak, 2006: 265). “Uzlaşmacı Egemenlik” bağlamındaki mücadele; iki devlet arasında gibi görünse de aslında devlet ile ulus üstü organizasyonlar ve ulus üstü şirketler arasındadır. Devletler, küreselleşme sürecinde dış ilişkilerden kaynaklanan ihtilafları sadece kendi kanunları ile çözememektedirler. İhtilafların çözümünde, egemenlik haklarından taviz vermemeye güçleri nispetinde önem gösterebilirler de (Gündüz, 2000: 7) ulus üstü şirketler ile vergi konusunda başa çıkamamaktadırlar. Küreselleşmenin aktif bir unsuru haline gelebilmek için uluslararası alanda, ulus üstü kurumlarda daha (pro) aktif ve denetleyen konumunda olmak gerekmektedir.

net ortamındaki aktörlerinin tanımlarının net olamamasıdır. Vergi ödemeyen bu ulus üstü dijital platformlar, vergi ödememek için bazen yer sağlayıcı bazen içerik sağlayıcı bazen sadece platform bazen hepsi bazen hiç birisi olabilmektedirler. Bu da Facebook'un içerik üretmiyorum, Uber'in taksim yok, Airbnb'nin gayrimenkulüm, Aliexpress'in stoğum yok demesi gibi bir durumdur.

Ulus üstü internet ortamındaki dijital platformlar, vergi ödememe gayreti içinde olsalar da güçlü ülkeler güçleri nispetinde bu şirketlere yaptırım uygulayarak, ceza veya vergi tarhiyatı, tahakkuku ve tahsilatı yapmaktadırlar. Bu tarhiyatların konusu bazen haksız rekabet bazen yurtiçindeki hizmet teslimi gibi farklılık arz etmektedir. Devletlerin yaptırım talepleri ise sunucuların (server) kendi ülkelere gelmesi olabilmekte bu talep, hem kendi ülkelerinde istihdam, yatırım hem de vergiyi doğuran olay olacağı için dolaylı olarak vergi tahsilatı yapma imkânı doğurmaktadır. Türkiye de özellikle merkezi yurtdışında olan ve vergilendiremediği ulus üstü dijital platformları vergilendirmek için “Dijital Hizmet Vergisi” uygulamasını yürürlüğe sokmuştur. 5 Aralık 2019 tarihli Resmî Gazetede yayınlanan 7194 sayılı Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile yürürlüğe giren dijital hizmet vergisi ayrı bir başlık altında aşağıda incelenmektedir.

Dijital Hizmet Vergisi

Dijital hizmet vergisi ile ilgili yasal düzenleme 5 Aralık 2019 tarihli Resmî Gazetede yayınlanan 7194 sayılı Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile yapılmıştır. Bu düzenleme ile (madde 1);

Dijital ortamlarda sunulan her türlü reklam hizmetinden elde edilen hasılat; Bilgisayar programları, video, oyunlar, oyun içi uygulamalar vb. sesli, görsel veya dijital herhangi bir içeriğin dijital ortamda satışı ile bu içeriklerin dijital ortamda dinlenmesine, izlenmesine, oynanmasına veya elektronik cihazlara kaydedilmesine veya bu cihazlarda kullanılmasına yönelik dijital ortamda sunulan hizmetler,

Kullanıcıların birbirleriyle etkileşime geçebilecekleri dijital ortamların sağlanması ve işletilmesi hizmetleri (kullanıcılar arasında bir mal veya hizmetin satılmasına veya satılmasının kolaylaştırılmasına yönelik sunulan hizmetler dâhil)

Elde edilen hasılat dijital hizmet vergisine tabidir. Verginin mükellefi dijital hizmet sağlayanlardır. Bu hizmet sağlayıcılarının 31/12/1960 tarihli ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu ile 13/6/2006 tarihli ve 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu bakımından tam mükellef olup olmaması, dar mükellefiyette söz konusu faaliyetleri Türkiye’de bulunan iş yeri veya daimî temsilcileri vasıtasıyla gerçekleştiren gerçekleştirmemesi dijital hizmet vergisi mükellefiyetine tesir etmeyeceği kanunda ifade edilmiştir (madde 3). Kanunda ayrıca Türkiye’de elde edilen hasılatı 20 milyon Türk lirasından veya dünya genelinde elde edilen hasılatı 750 milyon avrodan veya muadili yabancı para karşılığı Türk lirasından az olanlar dijital hizmet vergisinden muaf tutulmuştur (madde 4).

Dijital hizmet vergisinin matrahı, ilgili vergilendirme döneminde verginin konusuna giren hizmetler nedeniyle elde edilen hasılattır. Dijital hizmet vergisi oranı %7,5'tir. Mükellefler ve vergi kesintisi yapmakla sorumlu tutulanlar, dijital hizmet vergisi beyannamelerini vergilendirme dönemini takip eden ayın sonuna kadar ilgili vergi dairesine vermekle yükümlüdürler.

Dijital hizmet vergisi, tüm dünya genelinde yeni bir vergisel düzenlemedir. Türkiye'de dijital hizmet vergisinin oranı İngiltere, Fransa, İtalya gibi ülkelerden fazladır. Ayrıca mükellefiyet konusu gerek ÇVÖA'ları açısından gerekse diğer ülkelerin vergi kanunları açısından ihtilafa sebep olacak niteliktedir. Örneğin Fransa'da elde edilecek gelirin Fransa'da elde edildiğine yönelik düzenlemeler var iken ve Fransa merkezli şirketin gelirleri kendi ülkesinde vergilendiriliyor-ken Türkiye'de ödediği vergi mükerrerlik arz edecektir. Beyan usulüne dayalı bu vergide merkezi yurtdışında olan şirketlerin beyanname vermemesi durumundaki yaptırımlar ve bu yaptırımların etkinliği tahmin edilebilir.

Dijital ekonomi, uzun süredir dünya genelinde vergilemeye tabi tutulmamış bir alandır. Vergi adaleti çerçevesinde dijital alandaki faaliyetlerin vergilendirilmesi bir gerekliliktir. Söz konusu alanda ciddi bir gelir kaynağı mevcuttur ve bu alandan elde edilen gelirin vergilendirilmesi kaçınılmaz olacaktır. Vergilemenin uluslararası vergileme ve çifte vergileme anlaşmaları çerçevesinde değerlendirilerek vergilemeye konu olması gerekmektedir. Türkiye'de dijital hizmet vergisi düzenlemesi dünya genelindeki muadillerinin üzerinde tespit edilmiştir. Bu durum, söz konusu faaliyetleri yürüten ve Türkiye'de yerleşik olan kişiler için ciddi maliyetler ortaya çıkaracak ve haksız rekabete neden olacaktır. Oranın yüksek olması, vergi tahsilatının artması açısından iyi gözükse de ileriki zamanlarda vergiden kaçınma için farklı yolların bulunmasına sebebiyet verebilir. Bunun dışında böylesi büyük bir orandan dolayı da Türkiye'ye yatırım yapacak olan uluslararası şirketlerin önünü de tıkayabilecektir. Bu çerçevede oranın diğer ülke uygulamalarında olduğu üzere makul seviyelere çekilmesi (Demirhan, 2020: 84), yaptırımların artırılması, yaptırımların tahsil edilemeyecek para cezaları ile sınırlı olmaması, ülke içinde faaliyet gösteren her şirketin vergi vermesi sağlanarak uygun rekabet ortamının sağlanması gerekmektedir.

Dijital Hizmet Vergi ve Uluslararası (Vergi) Anlaşmalarının Anayasal İlkeler Açısından İncelenmesi

Anayasa'da genel vergilendirme ilkeleri belirtilmektedir. Normlar hiyerarşisi gereği; vergilemeyle ilgili olarak çıkarılacak kanun, kararname ve diğer düzenlemeler yapılırken Anayasa'da yer alan hüküm ve ilkeler göz önünde bulundurulmak zorundadır. Bu ilkeler; Anayasanın 73. maddesinde yer alan kamu giderlerinin karşılanması, kanunilik, mali güç, genellik, eşitlik, vergi yükünün adaletli ve dengeli dağılımı ilkeleri ile birlikte anayasanın genelinden ve bazı özel hükümlerinden çıkarılan hukuk devleti ilkesi, sosyal devlet ilkesi ve hukuki güvenlik ilkeleridir (Gerek & Aydın, 2005: 149). Vergi yükünün adaletli ve dengeli dağılımı için vergi mevzuatında da bu evrensel ve anayasal ilkelere uyulmalıdır.

Adalet ilkesi: Herkese mutlak olarak eşit davranılmasını ifade eden denkleştirici adalet ve aynı konumdakilere aynı ancak farklı konumdakilere farklı şekilde davranmayı ifade eden dağıtıcı adalet olarak ikiye ayrılabilir. Dağıtıcı ve denkleştirici adalet aynı zamanda zayıfları güçlüler karşısında korumayı gerektiren sosyal devlet ilkesinin koşuludur.

Vergi hukukunda; “dağıtıcı adalet” esas alınmaktadır. Anayasa’nın 73/1. maddesindeki “herkes... mali gücüne göre vergi ödemekle yükümlüdür” ifadesi, dağıtıcı adaleti işaret etmektedir. Dağıtıcı adalet ilkesi; mali gücü fazla olanın az olana kıyasla daha fazla vergi ödemesi gereğini vurgulamaktadır. “Denkleştirici adalet” ise vergi kanunları karşısında eşitliği ifade etmektedir.

Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları (ÇVÖA); denkleştirici adalet bakımından adaletsizliğe zemin oluşturmaktadır. Vergileme bakımından herkese mutlak olarak eşit davranılması gerekirken merkezi yurtiçinde olan ile merkezi (anlaşma yapılan) yabancı ülkelerde bulunan şirketler, farklı vergi maliyetlerine katlanmak zorunda kalmaktadırlar. Örneğin; merkezi yurtiçinde bulunan bir ajans/reklam şirketi yapmış olduğu her türlü mal ve hizmet tesliminden %20 Kurumlar Vergisi, %18 Katma Değer Vergisi ve dolaylı olarak bu şirket ortaklarına kar dağıtımında %15’ten başlayan artan oranlı Gelir Vergisi Stopajı öderken merkezi yurtdışında olan ve Türkiye’de (reklam) hizmeti satan şirket bu vergi maliyetleri ile muhatap olmamaktadır. Yazılı, görsel medyadan ziyade reklamın büyük ölçüde internete kaydığı, mobil reklam pazarının (Şit, 2013) %70’inin sadece iki firmada (Google, Facebook) olduğu düşünüldüğünde; yerli firmaların bir de bu vergi maliyetine katlanmaları ulus üste şirketler ile rekabet etmelerini imkânsız hale getirmektedir. Bu örnekte de net bir şekilde görüldüğü üzere ÇVÖA’ları Anayasa’nın Adalet ilkesi ile bağdaşmamaktadır.

Dijital Vergi uygulaması ile merkezi, şubesi, daimî temsilcileri Türkiye’de olsun olmasın internet dijital ortamındaki vergiyi doğuran olaylar vergilendirilecektir. Türkiye’de elde edilen hasılatı 20 milyon Türk lirasından veya dünya genelinde elde edilen hasılatı 750 milyon Avrodan veya muadili yabancı para karşılığı Türk Lirasından az olanların dijital hizmet vergisinden muaf olacağı zikredilmiştir. Belirtilen hasılatın altındakiler vergilendirilemese de Türkiye’de mükellef olanlar daha yüksek vergi oranları maliyetine katlanmak zorunda olsa da Türkiye’de elde edilen hasılatı 20 milyon Türk lirasından veya dünya genelinde elde edilen hasılatı 750 milyon Avrodan fazla olanlar aleyhine, yerli firmalar lehine bir adaletin tesisi için önemli bir adımdır. Önce denkleştirici sonra dağıtıcı adaletin tesisinin uzun zaman alacağı görülmektedir. Dijital vergi tahsilatı ile önemli bir tutarda vergi toplanacağı düşünülse de bu durum, Türkiye’de vergi ödeyen mükellefler aleyhine haksız rekabet ortamının devam ettiğini göstermektedir.

Eşitlik ilkesi: Mali gücü aynı olanlardan aynı verginin alınmasını ifade eden yatay eşitlik ve mali gücü farklı olanlardan farklı vergi alınması manasındaki dikey eşitlik olarak iki ayrı biçimde incelenebilir. Bu şekilde; hukuk karşısında eşitlik kavramına da erişilmiş olunacaktır. Vergilendirmede eşitlik ilkesi, aynı durumda

olmayan kişilerin farklı yöntem ve oranda vergilendirilmesine engel olmadığı gibi farklı nitelikteki gelirlerin farklı vergi sistemine tâbi tutulması, vergi adaletinin sağlanması yönünden gereklidir.

Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları (ÇVÖA), eşitlik ilkesi bakımından da adaletsizliğe zemin oluşturmaktadır. Ulus üstü şirketler yurtiçinde faaliyet yaparak milyarlarca dolarlık ciro/mal veya hizmet teslimi yaparak servetlerine servet katmaktadırlar. Türkiye'nin milli geliri ile kıyaslanacak kadar hasılatı olan bu şirketlerin yurt içindeki şirketler ile mali gücü kıyas bile edilemez. Anayasa, mali gücü farklı olanlardan farklı vergi alınması demek olan dikey eşitliği ilke olarak ortaya koymuşken ÇVÖA'ları ile merkezi yurtdışında olan bu ulus üstü şirketlerden vergi almayarak tersine dikey eşitlik örneği sergilenmektedir. Ulus üstü bu şirketler ile yerli şirketler arasında dikey eşitliğin söz konusu olamadığı gibi mali gücü aynı olanlardan aynı verginin alınması olan yatay eşitlik dahi söz konusu değildir.

Dijital Vergi uygulaması ile merkezi, şubesi, daimi temsilcileri Türkiye'de olsun olmasın belirlenmiş hasılatın üstünde olan, internet dijital ortamındaki vergiyi doğuran olaylar %7,5 oranında vergilendirilecektir. Türkiye'de mükellef olanlar %35'ten daha fazla vergi oranları maliyetine katlanmak zorunda olduğundan yatay veya dikey eşitlikten söz etmek mümkün değildir.

Kanunların mülkiliği ilkesi: Herhangi bir devlet, siyasi sınırları içinde bulunan veya sınırları içerisinde vergiyi doğuran olayı meydana getiren bütün birey ve şirketlere uyruk olup olmadığına bakmaksızın kendi kanunlarını uygulayabilmesidir (Özpençe & Özpençe, 2007: 7). Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları (ÇVÖA); ile oluşturulan zeminde ulus üstü şirketler tarafından yapılan milyarlarca dolar tutarındaki mal teslimi veya (reklam gibi) hizmet ifasında vergiyi doğuran olay Türkiye'de olduğu halde bu şirketler, Türkiye'de merkezi, şubesi veya kanuni temsilcisi olmadığı için vergilendirilememektedir. Bu da açık bir şekilde Kanunların mülkiliği ilkesi ile çelişmektedir.

Dijital Vergi uygulaması ile merkezi, şubesi, daimî temsilcileri Türkiye'de olsun olmasın internet dijital ortamındaki vergiyi doğuran olaylar vergilendirilecektir. Türkiye'de elde edilen hasılatı 20 milyon Türk lirasından veya dünya genelinde elde edilen hasılatı 750 milyon avrodan veya muadili yabancı para karşılığı Türk lirasından az olanlar bağlamında Kanunların mülkiliği bağlamındaki Anayasa ilkesi ihlal edilmektedir.

Sonuç

Türkiye, bilgi ekonomisini hazırlayan süreçte gelişmelere uyum sağlamak amacıyla politikalar geliştirmek suretiyle hızlı rekabetin yaşandığı küreselleşen dünyada kendi ekonomik seviyesini gelişmiş ulusların seviyesine ulaştırma çabası içerisinde. Küreselleşme ile sosyal, kültürel, teknolojik, ekonomik, beşerî ve dijital dünyada yaşanan gelişmeler, devletleri bir birine daha bağımlı hale ge-

tirmektedir. Endüstri 4.0, bilişim teknolojisinin geleneksel endüstriyel süreçlere uygulanmasıyla süreçleri tamamen değiştirmektedir (Kılıç & Alkan, 2018). Makinelerin birbirleriyle internet üzerinden iletişim kurduğu ve insanlardan bağımsız kararlar aldığı üretim sistemi, dördüncü sanayi devrimi ile Asya'ya kaydırılan üretimi Batı'ya aktarmayı hedeflemektedir (Demirci, 2019: 77). Türkiye'nin, Asya ve Avrupa arasında köprü olması küresel rekabette öne geçmek için Türkiye'ye avantajlar sağlamaktadır.

Dijital dönüşümün olduğu gibi ekonominin de yapı taşı bilgidir. Bilgi ekonomisinde ilerleme için bilgi teknolojilerinin her alanda kullanılması gerekmektedir. Hatta kullanıcının tüketici konumundan üretici konumuna geçirilmesi gerekir. Bu yeni teknolojilerin üretilmesinde ve bu teknolojilere hâkimiyette devlet ve toplumun ortak hareket etmesi, çalışmaların oluşturulan plan çerçevesinde uygulanması, büyük önem arz etmektedir. Türkiye'nin bilgi ekonomisi hedefine ulaşabilmesinde sahip olduğu gelişime açık genç nüfusu değerlendirilmelidir. Doğru politika ve yerinde teşviklerin yanında eğitim düzeyinin artırılması ve doğru yönlendirme sonucunda beklentileri karşılayan dinamik bir insan gücü oluşturulabilir ve Türkiye, bilgi ekonomisinde üst sıralara yükselme potansiyelini kullanabilir.

Küreselleşme, ulus-devletin üstünde bir hukuk düzenine güç vererek egemenlik kavramının kapsamını da daraltmaktadır. Küreselleşme, hızını devam ettirirken bölgeselleşme de ciddi bir eğilim olarak ortaya çıkmaktadır. Aslında küreselleşmenin ortaya çıkardığı yoğun uluslararası rekabet ortamında bölgesel iş birliği ve güç birliği olmadan egemenliği korumak kolay görünmemektedir. Küreselleşme, bir taraftan yerel kültürleri ön plana çıkarırken bir taraftan da ulus devletlerin dünyadan tecrit olmuş bir hâlde kendi sınırları içinde istedikleri gibi hareket etme imkânını ortadan kaldırmaktadır.

Bütün devletlerin uyacağı kurallar koyacak küresel bir otorite mevcut değildir. Devletler arasında anlaşmalar zor sağlanmakta küreselleşmenin negatif dışsal maliyetini güçlü devletler, ulus üstü şirketlere veya güçsüz devletlere ödetmektedirler. Küreselleşmeyle birlikte ulus devletler, hükümlerlik haklarının bir kısmından vazgeçmek zorunda kalmaktadırlar. Giderek hacmi büyüyen az sayıda firmanın hâkim hale geldiği oligopol piyasaları, bu anlamda serbest piyasanın hâkimiyetini temsil etmemektedirler. Buna karşılık devletler de masa başında aldıkları kararlarla piyasaları yönlendirememektedirler. Fakat serbest piyasaların oluşması ve düzgün işlemesi için gerekli olan rekabetçi düzenin sağlanması için devletin düzenleyici gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Artık devletlerin piyasaları kontrol etme amacıyla değil piyasaların düzgün işleyebileceği bir rekabet ortamı oluşturmak amacıyla hareket etmeleri gerekmektedir. Rekabet ortamı sağlanmadığında piyasanın hâkimiyeti bir takım oligopol / tekellerin ortaya çıkmasına ve toplumsal kaynakların etkinlikten uzak bir şekilde tahsis edilmesine yol açmaktadır.

Türkiye, küreselleşen dünyada nesne değil özne olmak için Endüstri 4.0'ın her türlü aracının ve dijital ortamdaki her türlü hizmetinin tüketicisi değil üreticisi olmak zorundadır. Dijital vergi uygulaması; yerli ve milli şirketler ile uluslar üstü şirketler arasındaki haksız rekabeti engelleme yolunda atılan doğru ve yerinde bir adımdır. Ancak vergi oranı, vergi konusu, vergi matrahı, mükellefiyet konularında tabanın genişletilerek kurumlar vergisi ve KDV maliyetlerine eşdeğer yeni vergi uygulamaları ile ulus üstü şirketlerle yerli, milli şirketler arasındaki haksız rekabetin önlenmesi için uygun bir adım gibi görülmemektedir. Ulus üstü şirketlerinde en az yerli şirketlerin katlandığı kadar vergi maliyetlerine katlanması gerekmektedir. Aksi halde adalet ilkesi, dağıtıcı adalet, denkleştirici adalet, eşitlik ilkesi, yatay eşitlik, dikey eşitlik, kanunların mülkiliği ilkesi gibi vergi ile ilgili bütün anayasal ilkeler göz ardı edilmiş olmaktadır.

Zaman geçtikçe ulus üstü firmalar ile yerli, milli firmalar arasındaki teknolojik ve finansal uçurum büyümektedir. Bu haksız rekabeti engellemek için alınacak tedbirlerin gecikmesi tedbirlerin pozitif etkisini azaltmaktadır. Haksız rekabeti engellemek ve yerli milli şirketlere pozitif ayrımcılık yapmak için “ulus üstü firmalar ile yerli, milli firmalar arasındaki teknolojik ve finansal uçurum” yeterli bir gerektir. Bu pozitif ayrımcılığa önce kamu kendi (örneğin: yazılım, donanım) tedariklerini yerli ve milli firmalardan yaparak başlamalıdır. Vergi adaletinin sağlanması, malî güce göre vergilendirilme, dağıtıcı adalet ilkesi, denkleştirici adalet ilkesi, yatay eşitlik ilkesi, dikey eşitlik ilkesi, kanunların mülkiliği ilkesi gibi anayasal ilkelerden uzak vergi politikaları, yerli firmaları güçsüzleştirirken ulus üstü şirketleri her geçen gün daha da güçlü hale getirmektedir. Vergi politikalarındaki mevcut adaletsizliği ve eşitsizliği yerli ve milli firmalar lehine pozitif ayrımcılık yapmadan değiştirmek mümkün görülmemektedir. Ayrıca; küreselleşmenin aktif bir unsuru haline gelebilmek için uluslararası alanda ulus üstü kurumlarda daha (pro) aktif, belirleyici ve denetleyen konumunda olmak gerekmektedir. Karşılıklı müzakere ve mutabakat ile gelişerek imzalanan uluslararası anlaşmalar, sadece vergi geliri açısından değil yerli sanayinin gelişmesi gibi kriterler de dikkate alınarak imzalanmalıdır. Yapılacak anlaşmalar ve atılacak adımların ise kamuoyunun yanlış yönlendirilmesi önlenerek yapılması sağlıklı olacaktır. Bunun için sürecin tüm paydaşların katılımıyla ve mevcut sorunların yol açtığı tahribatın şeffaf olarak paylaşılarak gerçekleştirilmesi, kamuoyu desteğinin alınması anlamında önemlidir.

Kaynakça

- Algan, Y., Guriev, S., Papaioannou, E., & Passari, E. (2017). The European trust crisis and the rise of populism. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2, 309-400.
- Altan, M. (2013). *Uluslararası Ekonomi Politik*. Anadolu Üniversitesi.
- Anand, R. P. (2008). *Sovereign equality of states in international law*. Hope India Publications.
- Ay, H., & Talaşlı, E. (2008). Ülkelerin Ekonomik Gelişmişlik Seviyeleri ve Vergi Yapıları Arasındaki İlişki. *Maliye Dergisi*, (154), 135-155.

- Ay, H., & Uçar, Ö. (2015). Devletin Gelişim Süreci. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 16(2), 195-206.
- Ayvaz, Z. R., Kırbaşlar, F. G., & Güneş, Z. Ö. (2010). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Kimya Öğretiminde BDE Materyali Kullanımına İlişkin Düşünceleri. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(1), 1-18.
- Balcı, A. B. (2003). Uluslararası Çifte Vergilendirme Sorunları-I. *Vergi Dünyası Dergisi* (263), 4-15
- Barış, M. F. (2013). *Bilgi Toplumu ve Yenilikçilik.* Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Trakya Kalkınma Ajansı.
- Chase-Dunn, C. (2002). *Globalization: A World-Systems Perspective*, (Eds.), Gerhard Preyer & Mathias Bös. *Borderlines in a Globalized World: New Perspectives in a Sociology of the World-System*. Dordrecht: Kluwer Academic.
- Çağan, N. (1982). *Vergilendirme Yetkisi*. İstanbul: Kazancı Hukuk Yayınları.
- Deak, D. (2000). Right To Right Tax Laws. *Intertax*, 28(3), 110.
- Demirci, E. (2019). Endüstri 4.0 sürecinde dijital dönüşüm ve sosyoekonomik yansımalar bağlamında insan kaynaklarının dönüşümü: disiplinlerarası bir yaklaşım. *Yayınlanmamış Y.L. Tezi*.
- Demirhan, H. (2020). Dijital Hizmet Vergisinin Dünyadaki Uygulamaları Ve Türkiye İle Karşılaştırmalı Analizi. *The Journal Of Social Science*, 4(7), 73-86. DOI:10.30520/tjsosci.66539
- Dijital Dönüşüm*. (2017). <https://www.dijitaldonusum.gov.tr/dijital-donusum-nedir/> [15.12.2019]
- Dunoff, J. L. (2013, 6 24). Is sovereign equality obsolete? Understanding twenty-first century international organizations. *Netherlands Yearbook of International Law*, 43, 99-127. DOI:10.1007/978-90-6704-915-3_5
- Dursun, G. D., Ektik, D., & Tutcu, B. (2019). Mesleğin Dijitalleşmesi: Muhasebe 4.0. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 263-271.
- EBSO. (2015). *Sanayi 4.0*. Ege Bölgesi Sanayi Odası Araştırma Müdürlüğü: http://www.ebo.org.tr/ebsomedia/documents/sanayi-40_88510761.pdf [03.03.2020].
- Fowler, M. R., & Bunck, J. M. (2010). *Law, power, and the sovereign state: the evolution and application of the concept of sovereignty*. Penn State Press.
- Gencer, Ç. A. (2009). Uluslararası Çifte Vergilendirmede Yaşanan Sorunlar. *Maliye ve Sigorta Yorumları*, 61.
- Gerek, Ş., & Aydın, A. R. (2005). *Anayasa ve Vergi Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Giray, F. (2005). Küreselleşme sürecinde vergi rekabeti ve boyutlar. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 9, 93-122.
- Goodhart, M. (2001). Review Essay: Sovereignty: Reckoning What is Real Polity. 34(2), 241-242.
- Görçün, Ö. F. (2016). *Dördüncü Endüstri Devrimi Endüstri 4.0*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gündüz, A. (2000). *Milletlerarası Hukuk (Temel Belgeler- Örnek Kararlar)*. İstanbul : Beta Yayınevi.
- İnce, M. (2009). Küreselleşme ve Yerelleşme: Bir Çelişki mi? *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(1), 259-275.
- Jackson, R. (1999). Introduction: Sovereignty at the Millennium. *Political Studies*, 47(3), 423-430. DOI: 10.1111/1467-9248.00210
- Kalyvas, A. (2000). Hegemonic sovereignty: Carl Schmitt, Antonio Gramsci and the constituent prince. *Journal of Political Ideologies*, 5(3), 343-376.
- Kaplanhan, F. (2016). Türkiye’de Sosyal Medyanın Vergilendiril(eme)mesi ve Çözüm Önerileri: Google, Facebook, Twitter Örneği. *Turkish Journal Of Police Studies/Polis Bilimleri Dergisi*, 18(3), 31-67.

- Kaplanhan, F. & Korkut, C. (2016). Untaxed Social-Media Problem And Potential Solutions. *Inquiry - Sarajevo Journal of Social Sciences*, 2(2), 135-152.
- Kaufmann, H. R. (2017). *Socio-economic Perspectives on Consumer Engagement and Buying Behavior*. IGI Global.
- Kılıç, S., & Alkan, R. M. (2018). Dördüncü sanayi devrimi Endüstri 4.0: Dünya ve Türkiye değerlendirmeleri. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 29-49.
- Koçak, M. (2006). *Batı'da ve Türkiye'de Egemenlik Anlayışının Değişimi Devlet ve Egemenlik*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Koskeniemi, M. (2009). The Politics of International Law-20 years later. *European Journal of International Law*, 20(1), 7-19.
- Krisch, N. (2005, 5). International Law in Times of Hegemony: Unequal Power and the Shaping of the International Legal Order. *European Journal of International Law*, 16(3), 369-408. DOI: 10.1093/ejil/chi123
- McGowan, F. (2003). Globalisation, regional integration and the state. *Politics and Globalisation* (ss. 65-80). Routledge.
- Öğüt, S. (2013). Egemen Eşitlik Prensibine Modern Uluslararası Hukuk Açısından Bir İstisna Hali Olarak Yaklaşma. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 19(3), 147-162.
- Özpençe, A. İ., & Özpençe, Ö. (2007). Küreselleşme ve Uluslararası Kuruluşların Ulus-Devletin Vergilendirme Yetkisine Etkileri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(1), 1-21.
- Özsoylu, A. F. (2017). Endüstri 4.0. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 41-64.
- Özüdoğru, A. G. (2018). How industry 4.0 changes business: A commercial perspective. *International Journal of Commerce and Finance*, 4(1), 84-95.
- Palamut, M. E. (2017). Ulusal Egemenlik Bağlamında Vergileme Yetkisi Ve Türkiye'nin AB Karşısındaki Konumu. *Maliye Sempozyumu*.
- Sancar, M. (2003). Değişen Egemenlik Sürecinde Meşruiyet Sorunu ve Anayasal Düzen. *Anayasa Yargısı*, 19(1).
- Siemens. (2016). *Endüstri 4.0 Yolunda*. http://cdn.endustri40.com: http://cdn.endustri40.com/file/ab05aaa7695b45c5a6477b6fc06f3645/End%C3%BCstri_4.0_Yolunda.pdf [15.12.2019].
- Sindjoun, L. (2001). Transformation of International Relations—Between Change and Continuity: Introduction. *International political science review*, 22(3), 219-228.
- Sıpañoğlu, M. (2016). *Bilgi Ekonomisine Dönüşüm Süreci: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme*. İstanbul Aydın Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.
- Şit, A. C. (2013). *webrazzi.com Mobil Reklam Pazarı*: <https://webrazzi.com/2013/06/14/google-ve-facebook-mobil-reklam-pazarinin-yuzde-70sine-sahip/> [15.05.2020].
- Taymaz, E. (2018). *Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu*. İstanbul: TUSİAD. <https://www.tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/10130-dijital-teknolojiler-ve-ekonomik-buyume-raporu> [15.12.2019].
- Thompson, J. B. (2013). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: John Wiley & Sons.
- Varoufakis, Y. (2020, Mart 18). Europe is Unprepared for the COVID-19 Recession. *Project Syndicate*. <https://www.project-syndicate.org/commentary/eurogroup-finance-ministers-misunderstand-covid19-crisis-by-yanis-varoufakis-2020-03> [20.05.2020].
- Yaltı Soydan, B. (1995). *Uluslararası Vergi Anlaşmaları*. İstanbul: Beta Yayın Dağıtım.
- Yaltı, B. (2003). Elektronik ticarete vergilendirme. *Der Yayınları*.
- Yanpar, A. (2007). Gelişmekte olan ülkelerde büyüme yönelimli vergi politikası. Ankara Üniversitesi, SBE - Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Sosyal Medya Bağımlılığı Belirtileri Üzerine Etki Eden Faktörler

Aylin Tutgun-Ünal, Veysel Bozkurt

Dr. Öğr. Üyesi Aylin Tutgun-Ünal / aylin.tutgununal@uskudar.edu.tr

Dr. Aylin Tutgun-Ünal, 2006 yılında Lisans eğitimini tamamlamıştır. 2009 yılında yine Marmara Üniversitesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans mezunu olmuştur. 2015 yılında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı bünyesinde bulunan Bilişim Bilim Dalında Doktora Eğitimini tamamlamıştır. İstanbul'da pek çok üniversitede öğretim görevlisi olarak görev yapmıştır. Halen Üsküdar Üniversitesi Gazetecilik Bölümünde Doktor Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır. Yeni medya, sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya gazeteciliği, kuşaklar, Z kuşağı, yalnızlık, gençlik ve aile konuları üzerinde çalışmaktadır.

Prof. Dr. Veysel Bozkurt / vbozkurt@istanbul.edu.tr

Prof. Dr. Veysel Bozkurt, 1986 yılında Uludağ Üniversitesi'nde Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Çalışma Ekonomisi Endüstri İlişkileri-Yönetim ve Çalışma Sosyoloji Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans eğitimini, 1991 yılında aynı alanda doktora eğitimini tamamlamıştır. 1994 yılında Doçent olan Bozkurt, 2000 yılında Profesör unvanını almıştır. Halen, İstanbul Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Belirtileri Üzerine Etki Eden Faktörler¹

Aylin Tutgun-Ünal
Üsküdar Üniversitesi

Veysel Bozkurt
İstanbul Üniversitesi

Giriş

İletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte mobil teknolojilerin yaygınlaşması ve buna bağlı olarak internete erişimin kolaylaşması, pek çok alışkanlığı ve iş yapma şekillerini dönüştürmüştür. Mobil cihazların en yaygın olanı akıllı telefonlara sahipliğin artmasıyla yeni medya uygulamalarına erişim kolaylaşmış, çevrimiçi etkileşimli uygulamaların kişilerin sosyolojik, psikolojik, kişilik özelliklerini etkileyip etkilemediği tartışılır olmuştur.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) düzenli olarak yürüttüğü hanelerde teknoloji kullanımına yönelik araştırmaya göre 2017 yılında akıllı telefon bulunan ev oranı yüzde 97,8'e ulaşmıştır. Neredeyse her evde bulunan akıllı telefonlar ile sosyalleşme, eğlence, kültür, sanat, alışveriş, sohbet gibi pek çok aktiviteyi sunan çevrimiçi platformlara bağlanarak vakit geçirme alışkanlıkları da giderek artmaktadır.

Günümüzde Web 2.0 teknolojileriyle ortaya çıkan sosyal medya uygulamaları, sunduğu pek çok cazip özellik ile ön plana çıkarak dünya genelinde geniş kullanıcı kitlesine ulaşmıştır. Bireysel ve grupsal olarak küresel çapta iletişime imkân sağlaması ve sunduğu pek çok olanaklar ile hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Böylece sosyal medyanın etkileri, birey ve toplum merkezli ele alınarak iletişim, psikoloji, sosyoloji, eğitim gibi birçok alanda disiplinlerarası çalışma alanı olmuştur.

Sosyal medya araştırmaları incelendiğinde, özellikle gençler ile yürütülmüş araştırmalara rastlanmaktadır (Balcı & Tiryaki, 2014; Bozkurt, 2018; Deniz & Tutgun-Ünal, 2019a; Erdem, 2019; Özdemir, 2017; Pittman & Reich, 2016; Tutgun-Ünal, 2019a,2020a,b; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a; Yılmazsoy & Kahraman, 2017). Bu araştırmalarda gençlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, tercihleri, kuşaklara etkileri ve aşırı kullanımlarından kaynaklanan problemlerin

¹ Yazarlar, analizler konusunda görüş ve önerilerini paylaştan Prof. Dr. Nuran Bayram, Prof. Dr. M. Mehmet Ferhat Özbek ve Doç. Dr. Burcu Öngen Bilir'e teşekkür eder.

pek çok diğer sorunla ilişkisi gibi konuların çok boyutlu incelendiği görülmektedir. Bunun yanında sosyal medyanın pek çok alana sağladığı olumlu katkılar da araştırmalara konu olmuştur. Örneğin eğitimde sosyal medya kullanımına yönelik araştırmalarda sosyal medyanın öğrenci motivasyon ve başarısını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Odabaşı vd., 2012; Tutgun-Ünal, 2019b; Tutgun-Ünal & Katmer-Bayraklı, 2014; Yılmazsoy & Kahraman, 2017). Twitter'ın ders saati dışında dersle ilgili öğretmen-öğrenci ve öğrenciler arasındaki iletişim için kullanıldığı bir araştırmada dönem sonunda öğrencilerin olumlu görüş bildirdiği ve öğretmene ulaşım kolaylığının motivasyonu arttırdığı sonucuna varılmıştır (Tutgun-Ünal & Katmer-Bayraklı, 2014). Ayrıca sosyal medyanın sosyal medya gazeteciliği, sosyal medya işletmeciliği, sosyal medya uzmanlığı gibi farklı alanlara hizmet eden yapısı pek çok alandan araştırmacıların ilgisini çekmektedir.

Alanyazın incelendiğinde sosyal medyanın aşırı kullanımından kaynaklanan pek çok sorun rapor edilmektedir. Sosyal medya kullanım süresi uzadıkça kullananlar arasında yaşam tatmininin gerilediği görülmektedir (Bozkurt & Keser, 2020). Yine sosyal medya kullanımına sınır getirilemediğinde bireyin günlük yaşamının aksadığını belirten araştırmalarda az ve kalitesiz uyku, yapılacak işlerin ertelenmesi, sosyal ve özel yaşamdaki kişilerle yaşanan problemler, aşırı zihinsel meşguliyet, kullanıma sınır getirmek isteyip getirememe, erişimde değilken arzulamak, internet kullanımına sınır getirme hakkındaki tekrarlayan düşünceler gibi birtakım problemler bildirilmektedir (Andreassen, 2012, 2015; Dewald vd., 2010; Griffiths, 2005; Hazar, 2011; Karaikos vd., 2010; Kuss & Griffiths, 2011; Tutgun-Ünal, 2015, 2019a, 2020a; Wilson, Fornasier & White, 2010). Sosyal medyanın bireylerin yaşamında bu denli olumsuzluklara yol açması, aşırı kullanım ve bağımlılığı gündeme getirmiş olduğundan bu problemleri psikometrik olarak ortaya koyacak belirleyicilere ve ölçme araçlarına ihtiyaç doğmuştur. Bu doğrultuda çalışmaların yönü sosyal medya bağımlılığına kaymıştır.

Sosyal medya uygulamalarına internet üzerinden erişildiğinden aşırı internet kullanım davranışını tarif etmek için kullanılan internet bağımlılığı (Goldberg, 1999; Griffiths, 2000; Young, 1996b, 2009), problemli internet kullanımı (Caplan, 2005; Ceyhan, Ceyhan & Gürcan, 2007; Shapira, Goldsmith vd., 2000; Tutgun, 2009; Tutgun, Deniz & Moon, 2011), patolojik internet kullanımı (Davis, 2001; Gönül, 2002), genelleştirilmiş problemli internet kullanımı (Caplan, 2010; Deniz & Tutgun-Ünal, 2016) gibi nitelermelerle yapılan bağımlılık çalışmaları birlikte ele alınmaktadır. Bağımlılık kavramı, fiziksel bir maddeye olan bağımlılığı tanımlamak için kullanılırken internet bağımlılığı kavramıyla birlikte günümüzde sanal türdeki bağımlılıkları ifade etmede yaygın olarak kullanılmaktadır (Tarhan & Nurmedov, 2019).

İnternet bağımlılığı kavramı ilk defa 1996 yılında Goldberg tarafından ortaya atılmıştır. Amerika Psikiyatri Derneği'nin madde bağımlılığı veya "patolojik kumar oynama" gibi başka yerde sınıflandırılmamış dürtü kontrol bozukluklarını sınıflandırdığı DSM-IV tanı listesinde sanal türdeki bağımlılıklar yer almadığından araştırmacılar öncelikle tanı koymada uyarılama yoluna gitmiştir. Goldberg,

DSM-IV'te yer alan madde bağımlılığı ölçütlerinden yola çıkarak internet bağımlılığını “on iki aylık bir dönem içinde herhangi bir zaman ortaya çıkan, belirtilerden en az üçüyle kendini gösteren, klinik olarak belirgin bir bozulmaya ya da sıkıntıya yol açan uygunsuz internet kullanımı” olarak tanımlamıştır. Daha sonra Young (1996b), internet bağımlılığı tanı ölçütlerini DSM-IV'te yer alan madde kullanımına bağlı olmayan patolojik kumar oynama kriterlerine adapte ederek 8 maddelik tanı listesi oluşturmuştur ve kişi ölçütlerden 5'ini karşılıyorsa internet bağımlısı olarak nitelendirilmektedir. Daha sonraki araştırmacılar da tanı listelerini genişleterek sanal bağımlılığa yönelik araştırmaların çekirdeğini oluşturmuştur (Davis, 2001; Caplan, 2005; Griffiths, 2000a, 2000b; Shapira, Goldsmith vd., 2000; Young 1996a, 1996b, 1999; 2000). Çalışma sürecinde tanı koyma çabalarının yanında, araştırmacılar bağımlılığın internete mi yoksa sunduğu içeriğe mi olduğunu tartışmaktadırlar. Shapira, Goldsmith vd. (2000), patolojik kumar bozukluğu olan bir kişinin aynı belirtileri internet ortamında da gösterebileceğini belirtmiş ve tanımlamaların yetersiz olabileceğine dikkat çekmiştir. Davis (2001), patolojik internet kullanımı terimini tercih ederek araştırmasında iki kategoriye ayırmıştır: (1) Özgül patolojik internet kullanımı, (2) Genel patolojik internet kullanımı. Biri, bir amaca yönelik (cevrimiçi oyun, alışveriş, pornografi gibi) internete patolojik olarak bağımlı olmayı ifade ederken diğeri, herhangi bir amaç gütmeyen gelişigüzel zaman geçirmeye yönelik kullanımı ifade etmektedir. Sonraki yıllarda problemli internet kullanımı terimini tercih eden araştırmacıların ölçek geliştirme çalışmalarına rastlanmaktadır (Caplan, 2005, 2010; Ceyhan, Ceyhan & Gürçan, 2007; Deniz & Tutgun-Ünal, 2016). Diğer yandan, Davis'in belirttiği genel patolojik internet bağımlılığından yola çıkarak “Genelleştirilmiş Problemli İnternet Kullanımı Ölçeğinin” geliştirildiği görülmektedir (Caplan, 2010). Bu ölçeğin dilsel eşdeğerlik çalışmaları yapılarak Deniz ve Tutgun-Ünal (2016) tarafından Türkçeye çevrildiği ve ülkemizde birtakım araştırmalarda kullanıldığı görülmektedir (Canogulları Ayazseven & Cenkseven Önder, 2019; Tutgun, Deniz & Moon, 2011; Tutgun-Ünal, 2013). Caplan'ın (2005), problemli internet kullanımını kişinin yaşamına zarar veren çok boyutlu bir sendrom olarak tanımlamasıyla, iş, okul, ev ya da psikolojik yaşamda zarar veren aşırı internet kullanımı gündeme gelmiş, araştırmalar çok boyutlu incelemeler yapılarak devam etmiştir.

Günümüzde internet bağımlılığı ya da problemli internet kullanımına yönelik söz konusu bağımlılık belirtilerinin oldukça yaygın kullanılan sosyal medya platformları için görülmeye başlamasıyla çalışmaların yönü önce Facebook bağımlılığına (Andreassen, 2012; Çam & İşbulan, 2012) daha sonra da genel sosyal medya bağımlılığına doğru kaymıştır (Ağyar Bakır & Uzun, 2018; Andreassen, 2015; Karaiskos vd., 2010; Kuss & Griffiths, 2011; Hazar, 2011; Şahin & Yağcı, 2017; Taş, 2017; Tutgun-Ünal, 2015, 2019a, 2020a; Uzun, Yıldırım & Uzun, 2016; Van Den Einjden vd., 2016; Wilson, Fornasier & White, 2010). Şimdilerde uzmanlar sosyal medya bağımlılığının alkol ve sigara bağımlılığından daha zararlı olduğunu bildirmektedirler (Tarhan & Nurmedov, 2019; Tarhan, 2020c). Bir araştırma, sosyal ağlarda bulunma isteğinin uyuma ve dinlenme isteğinden yüksek bulunduğunu ve bu durumun sosyal felaket olduğunu bildirmektedir

(The Telegraph, 2012). Sosyal medya uygulamalarını, mobil cihazlar ile devamlı erişilebilecek bir konumda olduklarından, uzaklaştırmak veya hayatımızdan çıkarmak diğer bağımlılık geliştirilen maddelerde olduğu gibi mümkün olmadığından tedavi sürecinin daha zor olduğu belirtilmektedir (Baripoğlu, 2012).

Sosyal medya bağımlılığını “bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamının pek çok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorun” olarak tanımlayan Tutgun-Ünal (2015), bu tanımdan hareketle, Türkiye’de ilk sosyal medya bağımlılığı ölçeğini geliştirmiş olup bu ölçek ile sosyal medyanın bireylerin tüm yaşam alanlarında yarattığı meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi sorunları incelemeyi amaçlamıştır. 41 madde ve 4 faktörden oluşan 5’li Likert türündeki ölçme aracı, sosyal medya bağımlılığı seviyelerinin belirlenmesi için kullanılmaktadır. Söz konusu çalışma akabinde Türkiye’de pek çok araştırmacı, tüm sosyal medya uygulamalarını içine alan genel sosyal medya bağımlılığına yönelik farklı gruplar üzerinde çeşitli isimlerdeki bağımlılık ölçeklerini geliştirmeye devam etmiştir (Ağyar Bakır & Uzun, 2018; Savcı & Aysan, 2017; Şahin & Yağcı, 2017; Taş, 2017). Geliştirilen ölçme araçlarının farklı gruplara uygulanmasıyla pek çok araştırma gerçekleştirildiği görülmektedir (Aktan, 2018; Balcı & Baloğlu, 2018; Deniz & Gürültü, 2018; Deniz & Tutgun-Ünal, 2016; Döş & Özşahin, 2019; Göksu, 2019; Kaya, 2018; Özşahin, 2019; Tatar, 2018; Tutgun-Ünal, 2019a, 2020a; Yıldız, 2019). Bir araştırmada hiperaktivite, dikkat eksikliği gibi diğer rahatsızlıkları olan bireylerde sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenler açısından incelediği görülmektedir (Uzun, Yıldırım & Uzun, 2016). Diğer bir araştırmada ise, 473 lise öğrencisi ile araştırma yapılmış; sosyal medya bağımlılığı ile akademik erteleme davranışı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada kadın ve erkeklerde orta seviyede sosyal medya bağımlılığı tespit edilmiş ve erkeklerin sosyal medya kullanımından dolayı akademik erteleme davranışının daha yüksek seviyede olduğu bulunmuştur (Deniz & Gürültü, 2018).

Araştırmalara göre, sosyal medya bağımlılığını belirlemede birtakım ek tanılar etkili olmaktadır. Günlük kullanım süresi tek başına yeterli olmadığından bağımlılığa etki eden farklı nedenler kişiden kişiye göre değişebilmektedir. Örneğin, narsist kişilik özelliğindeki genç kişilerin sosyal medya bağımlılığı geliştirmeye daha yatkın oldukları belirtilmektedir (Tarhan, 2020c). Diğer yandan yalnızlık ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif bir ilişkinin olduğu da pek çok araştırmada bulgulanmış olup yalnızlık arttıkça sosyal medya bağımlılığı artış göstermektedir ki bunun tersi de mümkündür. Yani, sosyal medya bağımlılığındaki artış da yalnızlığı arttırmaktadır (Bozkurt, 2018; Tutgun, Deniz & Moon, 2011). Bozkurt’un (2018) araştırmasında, sosyal medya kullanan gençler, bencillik ve yalnızlık açısından incelenmiştir. 528 kullanıcının katıldığı araştırmada bencillik ile yalnızlık arasında pozitif yönde ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer yandan sosyal medyanın benmerkezci yapıda olduğunu bildiren bir araştırmada bu yapının sosyal medya bağımlılığı oluşumunu kolaylaştırdığı ve aşırı kullanımını cazip kıldığı vurgulanmaktadır (Kuss & Griffiths, 2011). Ayrıca bazı araştırmacı-

lar, biyolojik, psikolojik ve sosyal faktörlerden oluşturulmuş biyopsikososyal yaklaşım olarak da ifade edilen bir kombinasyonun bağımlılık etiolojisine ve aynı zamanda sosyal medya bağımlılığına katkı sağlayacağını ileri sürmektedir (Griffiths, 2005; Shaffer vd., 2004). Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığının diğer madde bağımlılıkları ve davranışsal bağımlılıkların etiolojik çerçevesiyle ortak noktada bulunduğu sonucuna varılabilir. Böylece sosyal medya bağımlılığının belirleyicileri ve ek tanılarının araştırılmasının önemli olduğu ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı çalışmaları, bireylerde sosyal medya bağımlılığıyla birlikte görülen diğer davranışsal bağımlılıkların ayrı ayrı araştırılmasıyla oldukça çok boyutlu hale gelmiştir. Örneğin hem kumar bağımlılığı hem sosyal medya bağımlılığı birlikte aynı varlık içinde görülebilmektedir. Bunun gibi pek çok varyasyon sıralanabilmektedir: İskoliklik, madde bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, egzersiz bağımlılığı gibi. Ayrıca kişilerin ilgilendikleri aktiviteler de onu sosyal medya bağımlılığına sürükleyebilmektedir. Diğer yandan, kişinin bencillik, içe dönüklük/dışa dönüklük, nevrotiklik, narsistik, aşırı vicdanlılık gibi kişilik özellikleri, yaşamındaki yalnızlık, beğenilme arzusu gibi içinde bulunduğu durumu, psikososyal gelişim ihtiyaçlarının her yaş döneminde değişim gösterdiği için demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, iş/okul durumu, özel yaşam, sosyal yaşam) sosyal medya bağımlılığı belirtilerinde etkili olma potansiyeli taşıdığından tüm faktörlerin bir arada çalışıldığı araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı araştırmaları, özellikle gençler ile yürütülmektedir. Erikson'a (1998) göre, üniversite gençliğinin en temel gelişim görevi, aynı veya karşıt cinsteki yaşlıları ile yakın ilişkiler kurmayı başarmaktır. Günümüzde gençlerin bu ihtiyacını yüz-yüze iletişim becerilerini kullanarak karşılamak yerine sosyal medya üzerinden sağlaması, araştırmacıların gençlere odaklanmasında etkili olmuştur (Caplan, 2005; Ceyhan, Ceyhan & Gürcan, 2007; Deniz & Gürültü, 2018; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016, 2020a).

Yapılan güncel araştırmalarda gençlerin kuşak teorisine göre sınıflandırılarak sosyal medya kullanımları açısından daha yaşlı kuşaklarla karşılaştırıldığına rastlanmaktadır (Özdemir, 2017; Soykan & Tutgun-Ünal, 2015; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a, 2020b). Sosyal medya kuşakları araştırmasında gençler Y (1980-1999) ve Z (2000 yılı ve sonrası) olarak gruplandırılmış olup daha yaşlı kuşaklara göre sosyal medyada daha fazla zaman geçirdikleri ve sosyal medya bağımlılığı açısından risk taşıdıkları ortaya çıkmıştır (Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a). Diğer yandan gençlerin kendi içinde bile yaş değişkenine göre sosyal medya bağımlılıklarının farklılaştığı görülmüştür. Bir araştırmada üniversitede ilk senesi olan öğrencilerin son sınıftakilere göre sosyal medya bağımlılıkları yüksek bulunmuştur (Tutgun-Ünal, 2015). Bu bağlamda yaş azaldıkça sosyal medya bağımlılığının artma eğiliminde olduğu söylenebilir. Görüldüğü gibi alanyazında sosyal medya bağımlılığına yönelik oldukça fazla araştırma bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının biyopsikososyal yaklaşıma göre pek çok kombinasyondan etkiye açık olması ve pek çok kişilik özelliğine göre farklılaşması kapsamlı araştırmalara hâlen ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır. Mevcut araştırmalarda söz konusu fak-

törler ayrı ayrı veya bir kısmının birlikte ele alındığı görülmektedir. Böylece bu araştırmada çok boyutlu olarak ele alınan faktörlerin sosyal medya bağımlılığı belirtileri üzerine etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Geniş bir alanyazın araştırması sonucu elde edilen etki faktörlerinin sosyal medya bağımlılığını belirlemede birlikte fonksiyonellik göstereceği düşünüldüğünden kapsamlı bir model sağlaması açısından alanyazındaki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Literatür

Alanyazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı araştırmalarının tanı koyma ve bağımlılığı psikometrik olarak ölçebilecek çok boyutlu ölçek geliştirme (Andreassen, 2012, 2015; Karaiskos vd., 2010; Tutgun-Ünal, 2015, 2020a; Van Den Einjden vd., 2016), sosyal medya bağımlılığı ile diğer bağımlılık türleri arasındaki ilişkileri inceleme (Müller vd., 2010), sosyal medya bağımlılığı ile kişilikleri inceleme (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Bozkurt, 2018; Lee, Lee & Kwon, 2011; Mehdizadeh, 2010; Wilson, Fornasier & White, 2010), sosyal medya kullanıcılarını, kullanım alışkanlıklarını ve tercihlerini inceleme (Akyazı & Tutgun-Ünal, 2013; Asbury & Hall, 2013; Karal & Kokoç, 2010; Tutgun-Ünal, 2019b; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a, 2020b; Tutgun-Ünal & Köroğlu, 2013), sosyal medya kullanımının olumsuz sonuçlarını inceleme (Andreassen, 2012; Deniz & Gürültü, 2018; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016, 2020a, 2020b; Tutgun-Ünal, 2015, 2019a, 2020a; Usluel & Mazman, 2009) ile sosyal medya bağımlılığının belirleyicileri ve ek tanıları (Bozkurt, 2018; Griffiths, 2005; Kuss & Griffiths, 2011; Ross vd., 2011; Tarhan & Nurmedov, 2019; Tutgun, Deniz & Moon, 2011; Yılmazsoy & Kahraman, 2017) konularında yürütüldüğü görülmektedir.

Sosyal medya belirtilerinin incelendiği birtakım araştırmalarda yalnızlık ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin sorgulandığı ve pozitif yönde ilişkinin olduğu ifade edilmektedir (Burger, 2006; Tutgun, Deniz & Moon, 2011; Young, 1996a). 528 sosyal medya kullanıcısı genç ile yürütülen güncel bir araştırmada kendilerine sorulduğunda gençler, sosyal medya kullanımının yalnızlığı ve bencilliği arttırdığı düşüncelerini bildirmişlerdir (Bozkurt, 2018). Tutgun, Deniz ve Moon tarafından (2011) yapılan karşılaştırmalı araştırmada ise Türkiye ve Güney Kore'deki 595 üniversite öğrencisinin sosyal medya bağımlılığı arttıkça yalnızlık seviyelerinin arttığı bulunmuştur. Araştırmada Güney Kore'deki öğrencilerin Türkiye'dekilere göre daha yalnız olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer yandan, Köroğlu ve Tutgun-Ünal'ın (2013) üniversite öğrencisi öğretmen adayları ile yürüttüğü araştırmada, yalnızlık ile sosyal ağların benimsenmesi arasındaki ilişki incelenmiş, negatif yönde bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Bu sonuca göre yalnızlık düzeyi arttıkça sosyal ağların daha az benimsendiği ortaya çıkmıştır. Diğer yandan Akyazı ve Tutgun-Ünal'ın (2013) iletişim fakültesindeki öğrenciler ile yürüttüğü çalışmada da yalnızlık ile sosyal medya ağlarının benimsenme düzeyi arasında negatif yönde ilişki tespit edilmiş, bulunan sonuç diğer araştırma sonucuna paralellik göstermiştir. Yani sosyal medya ağlarının benimsenmesinin yalnızlığı arttırmadığı görülmüş, sosyal medya bağımlılığında sosyal ağların benimsenmesi gerekmediği ortaya konulmuştur. Çünkü kişi, sosyal ağların kendi

sine değil sunduğu içeriğe bağımlı olabilmektedir. Bu yönüyle sosyal ağlarda kişiden kişiye değişen ihtiyaçlar ve doyumlar söz konusu olmaktadır. Bu bağlamda kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bireylerin psikolojik gereksinimlerinden yola çıkarak yeni iletişim ortamlarıyla ilişkisini açıklamaktadır. Buna göre bireylerin, bilişsel, duyuşsal ve kişisel ihtiyaçlar doğrultusunda medya etkinliklerini tükettiği bildirilen yaklaşımı 1973-1974 yıllarında Katz, Blumler ve Gurevitch ortaya atmıştır. Şimdilerde sosyal medyaya adapte edilen yaklaşım, bağımlılık araştırmalarını destekleyici olarak sosyal medya uygulamalarında yer alan özelliklerin hangilerinden kişilerin haz aldığı açıklamada kullanılmaktadır. Örneğin Demir Türkdoğan'ın (2019) 1467 üniversite öğrencisi ile yürüttüğü araştırmada, kişilerin kullanım amaç sıklığı arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyinin de arttığı bulunmuştur. Böylece, sosyal medya etkinliklerini gerçek yaşam etkinliklerine değişen kişilerin bu etkinliklerden doyum almak amacıyla sosyal medyada geçirdikleri süreyi devamlı arttırmak istemesi gerçek yaşamdaki kişilerle çatışma yaşamasına ve bu doğrultuda yalnızlığa maruz kalmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple araştırmanın birinci hipotezi;

“H1: Yalnızlık arttıkça sosyal medya bağımlılığı artar” şeklinde kurulmuştur.

Kişilik özellikleri ile sosyal medya bağımlılığının araştırıldığı birtakım araştırmalarda narsisizm ile pozitif yönde ilişkinin olduğu vurgulanmakta olup bu kişilerin sosyal medyada daha fazla içerik paylaşarak kendini gösterme eğiliminde oldukları belirtilmektedir (Buffardi & Campbell, 2008; Mehdizadeh, 2010; Tarhan, 2020c). Bu araştırmalarda özellikle ileri derecedeki narsist kişilerin sosyal ağlarda daha aktif olma durumu sosyal ağların kişiyi kendi özbenliği ile özdeşleştirdiği şekilde sunabilme fırsatı vermesiyle açıklanmaktadır. Ayrıca bir araştırmada narsistik kişilerin sayfalarında daha çok fotoğraf paylaştığı bildirilmekte olup yüksek düzeyde kendini ifşa etme ile kendini iyi hissetme arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010).

Tarhan'a (2020c) göre narsistik kişilik özelliği daha çok gençlerde görülmektedir. Erikson'un (1998) kişilik gelişim evrelerinde bahsettiği gibi gençlerin hem cinsleri ve karşı cinsleri ile yakın ilişkiler kurmayı başarması ihtiyacına uygun ortam sağlayan sosyal medya platformları, kişiye kendini istediği gibi sunma imkânı tanıdığından narsisizme de uygun şartları sağlayarak kontrolü tamamen kişiye bırakmaktadır. Çakır'ın (2018) yaşları 18 ile 65 arasında değişen 1127 kişi ile yaptığı araştırmada yetişkinlerde de narsisizm ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde ilişki bulunmuş, bireylerin narsisizm düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyleri de artış göstermiştir. Bununla birlikte sosyal medya bağımlılığı yüksek kişilerde empati seviyesi de düşük bulunmuştur. Diğer taraftan narsistik kişilerin dengesiz hissettiği ve bu durum, davranışlarına da yansıdığı için düşük özsaygı ile kırılganlık birlikte seyredebilmektedir. Bu bağlamda narsistik bireylerde sosyal medya bağımlılığı belirtileri görülebilmektedir. Böylece araştırmada ikinci hipotez olarak;

“H2: Narsisizm arttıkça sosyal medya bağımlılığı artar” belirlenmiştir.

Sosyal medya ağlarında yapılan paylaşımların birçoğu, kişilerin hayatlarındaki güzel anları yansıtmaktadır ve bu durum, her şeyin mükemmel olduğunun algısını yaratmaktadır. Sürekli olarak güzel görünümlü insanları ve kusursuz deneyimleri içeren paylaşımların dolaştığı çevrimiçi ağlarda bu içerikleri üreterek veya tüketerek kişiler, devamlı olarak kendini mükemmel gösterme arayışına girebilmekte ve artan dozda devam eden bu davranış, birtakım psikososyal problemlere yol açabilmektedir. Diğer yandan kişilerin kendini mükemmel gösterme eğiliminin yaratabileceği sosyal kaygı, kişilerle iletişim kurma, başkaları tarafından olumsuz değerlendirilme gibi birtakım durumlara duydukları korku ve kaygı, psikolojik bir rahatsız olarak görülmektedir (Alkis vd., 2017). Günümüzde sosyal medya platformlarını yoğun kullanan kişilerde olumsuz değerlendirilme kaygısı, gizlilik ihlali endişesi, beğenilme arzusu gibi etkiler kişilerdeki mükemmeliyetçiliği tetiklediği için sosyal medya bağımlılığı belirtilerinde fonksiyonel olabilmektedir. Köklü'ye göre (2019) insanlar, doğası gereği sevilme, bir yere ait olmak, diğer insanlar tarafından beğenilmek ve kabul görmek isterler. Ayrıca beğenilme arzusu, Maslow'un insanlarda var olduğunu ileri sürdüğü beş temel ihtiyaçtan biri olan ait olma ve sevilme ihtiyacının bir parçası olarak görülmektedir (Kaşıkara & Doğan, 2017). Diğer taraftan içinde bulunduğumuz toplumda yaygın olarak benimsenen kültür, katılımcı kültürdür. Şimdilerde sosyal medya ağlarında çevrimiçi kurulan birlikteliklerde kendini gösteren katılımcı kültürde insanlar, diğerlerinin ne düşündüğünü önemsemekte ve toplumun bir parçası olarak kendini göstermek için fotoğraf, video, metin gibi türlerde enformasyon yayarak kabul görmek istemektedirler (Akyazı & Tutgun-Ünal, 2013). Bu yönüyle çevrimiçi katılımcı kültürün bir parçası olabilmek için kişiler, sosyal ağlarda olmak istediği kişi olarak kendini göstermektedir. Hatta günümüz toplumunda bir bireyin sosyal statüsünün sosyal ağlardaki konumuyla belirlenecek duruma geldiği belirtilmektedir (Tutgun-Ünal, 2015, 2020a).

İnsanların beğenilme arzusunu sosyal medya platformları ile gerçek yaşamdan çevrimiçi yaşama taşınması, filtre ve makyaj programları gibi ek uygulamalar ile kişilere olduğundan farklı görünme, gerçekçi olmayan profil bilgileri ile olmak istediği kişiyi üretme ve ona göre davranma gibi birtakım olanakları sağladığından beraberinde birtakım psikolojik sorunları da getirmektedir. Kişilerdeki ruhsal ve sosyal durumların birlikte değerlendirilebilmesi için sosyal medya bağımlılığının tek başına belirleyicisi olmamakla birlikte beğenilme arzusu kontrol edilemediğinde bağımlılığı etkileyici bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Bir araştırma filtre/makyaj uygulayıp fotoğraf paylaşan üniversite öğrencisi gençlerin uygulamayanlara göre sosyal medya bağımlılığı yüksek bulunmuştur (Tutgun-Ünal, 2019a). Aynı çalışmada bu gençlerin zihinsel meşguliyet bağımlılığı da yüksek bulunmuş olup sosyal medyadan daha fazla duygusal tatmin elde ettikleri ortaya çıkmıştır. Sosyal medyadaki beğeni tarzları sorulduğunda “kişiye göre beğenirim” yani “beni beğeneni ben de beğenirim” şeklinde cevap vermeleri, beğeni kazanma isteklerinin içerikten daha önemli olduğunu göstermiştir. Bütün paylaşımları beğeni kazanmak için yapan bu grupta beğenme davranışının aşırı zihinsel meşguliyet yaratması ile bulgularan orta seviyede sosyal medya bağımlı-

lığı, kayda değer bulunmuştur. Bu bağlamda araştırmanın üçüncü hipotezi;

“H3: Beğeni arzusu arttıkça sosyal medya bağımlılığı artar” olarak belirlenmiştir.

İnternette geçirilen süre, dijital bağımlılıklarda tek başına belirleyici olmamakla birlikte aşırı kullanımı olan kişilerde yüksek oranda bağımlılığın da seyredildiği raporlanmaktadır (Hazar, 2011; Tutgun-Ünal, 2015, 2016, 2019a; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a; Young, 1999). Young (1999) internet bağımlısı kişilerin haftada 40-50 saat internete girdiğini, hatta bir oturumda 20 saat başından ayrılmayacak kadar aşırı kullandıklarını bildirmiştir. 2013 yılında yürütülen bazı araştırmalarda, günde 5 saatten fazla sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin oranlarının yaklaşık %5’lerde seyrettiği görülürken (Akyazı & Tutgun-Ünal, 2013; Tutgun-Ünal & Köroğlu, 2013), 2019 yılı ve sonrası yine üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen bazı araştırmalarda neredeyse %10 civarındaki öğrenci gruplarının günde 7 saatten fazla sosyal medya kullandığının bulunması dikkat çekmektedir (Tutgun-Ünal, 2019a; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a). Yapılan güncel araştırmalarda üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları sorgulanmış olup 4 saat ve üzeri sosyal medya kullananlarda sosyal medya bağımlılığına ve buna bağlı olarak olumsuz sonuçlarına rastlanmıştır (Deniz & Tutgun-Ünal, 2019b; Tutgun-Ünal, 2019a; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a). Bu araştırmalardaki olumsuz sonuçlardan birisi sosyal medya “meşguliyet” bağımlılığı olup orada bulunduğu hatta bulunmadığında dahi sosyal medyada bulunma düşüncesinin yoğun olmasıdır. Bu kişilerin yapılacak işlerini ertelediği, çevrelerine yeteri kadar zaman ayıramadıklarından ilişki problemleri yaşadıkları, okul/iş yaşamındaki başarılarının düştüğü ve uyku bozuklukları gibi pek çok olumsuz duruma maruz kaldıkları raporlanmaktadır.

Kişilerin sosyal medyayı doyum elde etme amacına yönelik kullanımlarının yanında günümüzde iş amaçlı kullanım da oldukça yaygınlaştığından işin bir parçası olarak sosyal medyada geçirilen zaman ister istemez fazla olmaktadır. Günde 4 saatten fazla sosyal medya kullanma durumunun kişilerde zihinsel meşguliyet bağımlılığı oluşturmada etkili olduğu dikkate alındığında iş amaçlı sosyal medya kullanımının sosyal medya bağımlılığı belirtilerinde etkisinin olup olmadığına da sorgulanma ihtiyacı doğmuştur. Ayrıca günlük yaşamının bir parçası olması nedeniyle internet ve internet üzerinden bağlanılan uygulamalara olan bağımlılıktan kurtulmanın diğer maddeye bağlı olan bağımlılıklara göre daha zor olduğunun uzmanlar tarafından bildirilmesi sosyal medya üzerinden iş yapan kişilerdeki tehlikeyi gözler önüne sermektedir (Baripoğlu, 2012; Tarhan, 2020c; Tarhan & Nurmedov, 2019). Bu gerekçelerden yola çıkılarak araştırmanın dördüncü hipotezi;

“H4: Sosyal medya yapılan işin parçası haline geldiğinde, bağımlılık eğilimi de artar” olarak belirlenmiştir.

Önceki bazı araştırmalarda erkeklerin sosyal medya kullanımlarının kadınlara göre farklılaştığı bildirilmektedir (Fogel & Nehmad, 2009; Pfeil, Arjan & Zaphiris, 2009; Raacke & Bonds-Raacke, 2008; Wei & Wang, 2011). Wei ve Wang

(2011), yaptıkları araştırmada erkek öğrencilerin sosyal medyayı daha çok sosyalleşmek için kullandıklarını ve bunun oyun oynama alışkanlıklarının önüne geçtiğini ileri sürmektedirler. Araştırmalarda erkeklerin kadınlara göre daha fazla arkadaş edinme (Raacke & Bonds-Raacke, 2008), kişisel bilgilerini daha çok ifşa etme eğilimine (Fogel & Nehmad, 2009) sahip oldukları belirtilirken, diğer bir araştırmada tam tersi iddia edilmektedir (Pfeil, Arjan & Zaphiris, 2009). Güncel araştırmalarda ise sosyal medya bağımlılığı, boyutları açısından (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma) kadın, erkek farklılıklarının incelenmesiyle araştırmaların başka bir boyuta taşındığı görülmektedir (Tutgun-Ünal, 2015, 2019a, 2020a; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016).

Yaşları 17-45 arasında değişen 1014 üniversite öğrencisi ile yürütülen bir araştırmada kadınların erkeklere göre sosyal medyadan daha çok duygusal destek aldıkları ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğindeki “duygu durum düzenleme” boyutunda da anlamlı fark yarattıkları bulunmuştur (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). Buna göre kadınların yaşamlarındaki olumsuzluklardan kaçmak için sosyal medyaya sığındıkları, sosyal medyada vakit geçirirken gerçek yaşamdaki sorunlarını unuttukları ve sosyal medyanın onlara iyi geldiği vurgulanmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015, 2020a). Aynı araştırmada kadınların çoğunlukta olduğu Hemşirelik Fakültesindeki öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı da diğer fakültelerde öğrenim görenlere göre daha yüksek bulunmuştur. 314 iletişim fakültesi öğrencisi ile yürütülmüş başka bir araştırmada fotoğraflarına filtre/makyaj uygulaması yapıp paylaşma alışkanlığı olan kadın kullanıcıların sosyal medyaya zihinsel meşguliyetlerinin erkeklere göre daha fazla bulunduğu, duygu durum düzenleme boyutundaki sosyal medya bağımlılıklarının erkeklere göre anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmüştür (Tutgun-Ünal, 2019a). Diğer yandan kadınların sosyal medya kullanımları, onları duygusal olarak etkilemesinin yanında farklı boyutlarda da etkilediği ortaya çıkmıştır. Sosyal medya kuşakları olarak adlandırılan 516 kişilik sosyal medya kullanıcısı grubunda günde 4 saat ve üzeri sosyal medya kullanan kadınların farklı düşüncelere toleransları erkeklere göre yüksek bulunmuştur (Deniz & Tutgun-Ünal, 2019b). Aynı örneklem grubu ile yürütülen ve iş yaşamına bakış açılarının sorgulandığı diğer bir araştırmada kadınların iş yaşamında erkeklere göre daha fazla geleneksel yapıyı benimsedikleri; yani kuralları ve belirli çalışma düzeni olan iş yerlerini benimsediklerini bildirdikleri ortaya çıkmıştır (Tutgun-Ünal & Deniz, 2020b). Kadınlara yönelik görülen farklılıklar doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı araştırmalarında cinsiyet faktörünün bağımlılığa etkisinin araştırılması önemli görüldüğünden araştırmanın beşinci hipotezi;

“H5: Kadınların bağımlılık eğilimleri erkeklere göre daha yüksektir” olarak belirlenmiştir.

Yapılan araştırmalarda özellikle gençlerin sosyal medyayı yaşça büyüklere göre daha fazla kullandığı belirtilmektedir (Bozkurt, 2018; Pfeil, Arjan & Zaphiris, 2009; Tutgun-Ünal, 2015, 2019a; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016, 2020a; Uzun, Yıldırım & Uzun, 2016; Wei & Wang, 2011; Wilson, Fornasier ve White, 2010).

Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı araştırmaları çoğunlukla gençlerle yürütülmektedir. Henüz mesleki yaşamlarına başlamadan olası bir bağımlılık sorununun erken tespit edilip tedavi edilmesinin mümkün olduğu düşünüldüğünden üniversite öğrencileri ile yürütülen araştırmalarda yaş faktörüne yönelik incelemeler yapılmaktadır. Öncelerden beri yaşlılarla gençlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve bu bağlamdaki farklılıkları araştırmacıların ilgi alanı olmuştur. Örneğin bir araştırmada önceleri popülerliği ile bilinen MySpace kullanıcısı 50 genç (13-19 yaş arasında) ile aynı sayıdaki yaşlı kullanıcı (60 yaş ve üstü) karşılaştırılmış, gençlerin daha geniş bir ağa sahip olduğu ve daha geniş yaş aralığında olan arkadaşlarıyla daha fazla zaman geçirdikleri bulunmuştur (Pfeil, Arjan & Zaphiris, 2009). Şimdilerde ise kuşak teorisine göre sınıflandırılmış sosyal medya kullanıcıları karşılaştırılmakta olup 2000 yılı ve sonrası doğanları kapsayan Z kuşağının diğer kuşaklara göre sosyal medyayı daha fazla kullandığı ve sosyal medya bağımlılığı açısından daha fazla risk taşıdığı belirtilmektedir (Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a). Üniversite öğrencileri ile yürütülen birtakım araştırmalarda da üniversite 1. sınıflar ile son sınıflar arasında sosyal medya bağımlılığı açısından anlamlı farklılaşmanın olduğu tespit edilmiş, yaş azaldıkça bağımlılık düzeylerinin arttığı bulunmuştur (Tutgun-Ünal, 2015; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). Gerek kuşak teorisine göre gruplandırılmış gerekse farklı genç örneklemeler ile yürütülmüş araştırmalarda yaş faktörünün sosyal medya bağımlılığı düzeyini farklılaştırması, sosyal medya bağımlılığı belirtilerinde yaşın etkili olduğunu göstermiştir. Buna göre, araştırmada altıncı hipotez;

“H6: Yaş arttıkça sosyal medya bağımlılık eğilimi geriler” olarak belirlenmiştir.

Yöntem

Araştırmada yalnızlığı ölçmek için UCLA *Yalnızlık Ölçeği*'nin Allen ve Oshagan (1995) tarafından yeniden düzenlenen 7 soruluk versiyonu kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach alfa değeri =0,90'dır. Narsisizm boyutunu ölçmek için Jonason ve Webster tarafından geliştirilen ve Özsoy ve Ardıç (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan “*Karanlık Üçlü Ölçeği*”nin 4 sorudan oluşan *narsisizm* boyutu soruları kullanılmıştır. Narsisizm ölçeğinin Cronbach's alfa değeri =0,86'dır. Bunun yanında sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı konusunda makalenin yazarları tarafından hazırlanan 5'li Likert sorularından oluşan soru seti, önce keşfedici faktör analizine tabi tutulmuş, sonrasında ise boyutlar belirlenmiştir (Tablo 1). Üç sorudan oluşan *sosyal medya bağımlılığı* boyutunun Cronbach's alfa değeri =0,88'dir. İşin gereği sosyal medya kullanım boyutunun Cronbach's alfa değeri =0,84 iken *beğeni arzusu* olarak adlandırılan boyutun Cronbach's alfa değeri =0,79'dur. SPSS'de elde edilen sonuçlar, sonrasında AMOS'da yeniden test edilmiştir.

Tablo 1. Bağımlılık Belirtileri ve Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

	Sosyal Medya İşin parçası	Sosyal Medya Bağımlılığı	Beğeni arzusu
15. Sosyal medya sayesinde birçok işimi daha kolay yapıyorum	,856		
17. Sosyal medya işimle ilgili enformasyona ulaşmamı kolaylaştırıyor	,808		
16. Sosyal medya ortadan kalksa, işlerimi yapmakta epeyce zorlanırım	,806		
14. Sosyal medya benim işimin bir parçasıdır	,798		
12. Sosyal medya ortadan kalksa, büyük bir boşluk içine düşerim		,874	
3. Sosyal medyanın olmadığı bir hayat benim için çok sıkıcı olurdu		,847	
13. Sosyal medya kullanmadığımda kendimi huzursuz hissediyorum		,845	
23. Paylaşımlarım yeterince beğeni almadığımda üzülüyorum			,902
24. İzleyici sayım azaldığımda kendimi mutsuz hissediyorum			,890
15. Selfi çekimlerimin fazla beğeni alması beni çok mutlu ediyor			,659

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations. KMO=,816, Açıklanan Varyans: 73,897

Veri toplama yöntemi olarak sosyal medya kullanıcılarından *uygun örnekleme* yöntemiyle yine sosyal medya üzerinden veri toplanmıştır. Hazırlanan soru formu Google Forma yüklenmiştir. Anketin linki araştırmacıların sosyal ağları üzerinden sosyal medya mecralarında paylaşılarak hiçbir soruda cevaplama zorunluluğu getirilmemiştir. Ancak soruların yüzde 10'undan fazlasına cevap vermeyenler elenmiş olup toplam 1547 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

Elde edilen veriler, Türkiye genelinde bütün sosyal medya kullanıcılarını temsil etme iddiasında değildir. Soru formunun uzunluğu dolayısıyla okuma ve anlama probleminden kaynaklanabilecek sorunlar dolayısıyla eğitim seviyesi yüksek gruplar özellikle tercih edilmiştir. Nitekim araştırmaya katılanların yüzde 95'i (öğrenciler dâhil) üniversite ve üzeri bir eğitime sahiptir. Araştırma örnekleminin bir başka özelliği ise kadınların çoğunlukta olmasıdır. Katılanların yaş ortalaması yaklaşık 33'tür (Bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Betimleyici İstatistikler

Değişkenler	Boyutlar	Ortalama/ Yüzde	Standart Sapma
Yaş		32,97	11,24
Cinsiyet	1.Kadın 2.Erkek	63,2 % 36,8 %	
Bağımlılık	5'li Likert, 1 Kesinlikle katılmıyorum	2,24	1,02
Beğeni arayışı	5'li Likert	1,99	0,89
İşin parçası	5'li Likert	2,51	1,03
Narsisizm	5'li Likert	2,58	1,02
Yalnızlık	5'li Likert	2,15	,88

Bulgular

Tablo 3'te görüldüğü şekilde Pearson Korelasyon Analizi, yaş ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur ($r=-,153$, $n=1515$, $p=,000$). Yaş ilerledikçe hem sosyal medya bağımlılığı belirtileri düzenli biçimde gerilemektedir hem de araştırmanın yaşa ilişkin hipotezini (H6) doğrulamaktadır. Diğer taraftan kadınların sosyal medya bağımlılık eğilimleri erkeklerle göre biraz daha yüksektir ($r= -,085$, $n=1540$, $p=,001$). Cinsiyet ile bağımlılık arasındaki korelasyon çok güçlü olmasa da istatistiksel olarak anlamlıdır ve konuya ilişkin hipotez doğrulanmaktadır (H5). Yine korelasyon analizi, beklenildiği şekilde yalnızlık arttıkça bağımlılık eğilimin arttığını ortaya koymaktadır ($r= ,209$, $n=1541$, $p=,000$). Kendilerini yalnız hisseden kullanıcılar, sosyal bağ kurma ihtiyaçlarını sosyal medya üzerinden karşılama yoluna gitmektedirler. Bu da zaman içinde kullanıcıları sosyal medyaya daha fazla bağımlı hale getirmektedir (H1).

Sosyal medya kullanımı ile narsisizm arasındaki ilişki sıkça vurgulanmaktadır. Data, narsislerin sosyal medya bağımlılık eğilimlerinin narsis olmayanlara göre daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır ($r= ,31$, $n=1538$, $p=,000$). Bu sonuç, “Narsisizm arttıkça sosyal medya bağımlılığı artar” hipotezini doğrulamaktadır (H2).

Tablo 3. Korelasyonlar

		Bağımlılık	Yaş	Cinsiyet	Yalnızlık	Narsisizm	Beğeni arayışı	İşin Gereği
Bağımlılık	Pearson	1	-,153**	-,085**	,209**	,310**	,484**	,314**
Yaş	Pearson	-,153**	1	,214**	-,160**	-,305**	-,147**	-,004
Cinsiyet, 1.K,2.E.	Pearson	-,085**	,214**	1	-,001	-,003	-,011	,008
Yalnızlık	Pearson	,209**	-,160**	-,001	1	,366**	,229**	,073**
Narsisizm	Pearson	,310**	-,305**	-,003	,366**	1	,387**	,144**
Beğeni arayışı	Pearson	,484**	-,147**	-,011	,229**	,387**	1	,217**

İşin Gereği	Pearson	,314**	-,004	,008	,073**	,144**	,217**	1
-------------	---------	--------	-------	------	--------	--------	--------	---

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

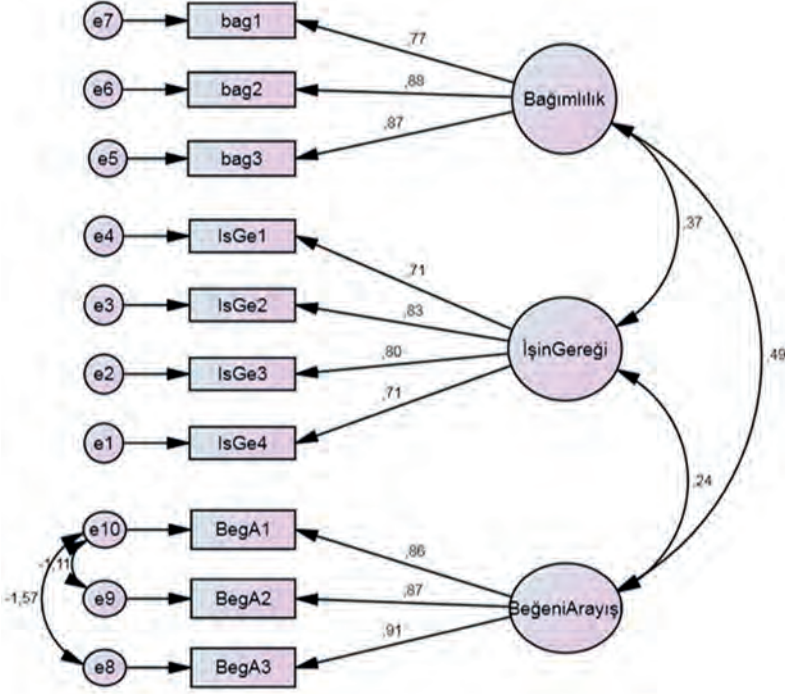
İşi gereği sosyal medyayı yoğun kullananlar arasında sosyal medyaya bağımlılık eğilimi çok daha güç kazanmaktadır ($r = ,314$, $n = 1542$, $p = ,000$). Nitekim “Sosyal medya sayesinde birçok işimi daha kolay yapıyorum”, “Sosyal medya ortadan kalksa, işlerimi yapmakta epeyce zorlanırım” ve “Sosyal medya benim işimin bir parçasıdır” diyenler arasında bağımlılık artmaktadır. Bir diğer ifadeyle “Sosyal medya, yapılan işin parçası haline geldiğinde bağımlılık eğilimi de artar” hipotezi doğrulanmaktadır (H4).

İlişkileri incelenen değişkenler arasında en güçlü korelasyon, bağımlılık ve beğeni arayışı arasında bulunmuştur ($r = ,484$, $n = 1543$, $p = ,000$). Bağımlılık eğilimi yüksek olanlar, paylaşımları yeterince beğeni almadığında ve izleyici sayıları azaldığında kendilerini daha çok mutsuz hissetmekte ve ya da selfie çekimlerinin fazla beğeni aldığıda çok mutlu olduklarını ifade etmektedirler (H3).

Bu araştırma için oluşturulan “Bağımlılık Belirtileri ve Sosyal Medya Kullanım Ölçeği”nin keşfedici faktör analizi ile tespit edilen sonuçları ikinci aşamada doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile test edilmiştir (Bkz. Grafik.1). Doğrulayıcı faktör analizi, gizil değişkenler ile ilgili kuramların test edilmesine yarayan bir ileri analiz tekniğidir. Bir diğer ifadeyle DFA, daha önceden ortaya konulan bir yapının, bir model olarak doğrulanıp doğrulanmadığını test eden bir analizdir. Yapı geçerliliği değerlendirmek amacıyla kullanılır. Analiz, araştırmanın hipotezleri doğrultusunda değişkenlerin faktörlere ve faktörlerinde kendi aralarında kurulan ilişkilerin incelenmesine odaklanır. Bu sayede model, güçlü bir kuramsal ya da ampirik temele dayandırılmış olmaktadır. Bu çalışmada model, kuramsal bilgilere dayalı olarak belirlendiği gözlenen değişkenlerin gizil değişkenlerle ve

gizil değişkenlerin de kendi aralarında birbiriyle ilişkili olduğunu kanıtlamaya çalışır. Araştırmacı beklenen modelle gözlenen modelin nasıl bir uyum gösterdiğini ortaya koymaya çalışır (Çokluk, Şekercioğlu, & Büyüköztürk, 2012).

Grafik 1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları



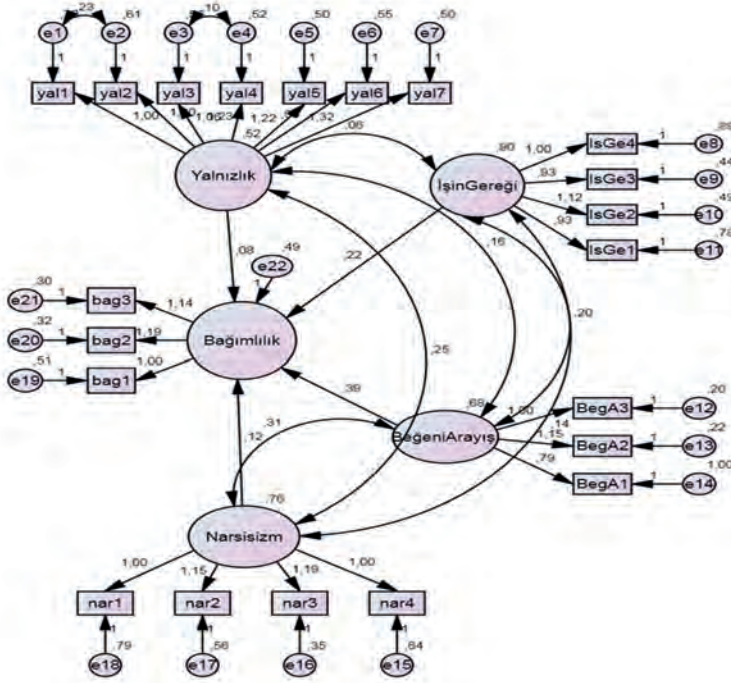
Ki-Kare (χ^2)=124,76, df=30, Ki kare/df=4,15, GFI=,984, CFI=,988, RMSEA=,045

Keşfedici faktör analizde elde edilen faktörlerin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları grafikte verilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizine daha önce testleri yapılmış yalnızlık ve narsisizm ölçekleri alınmamıştır. Analize sadece araştırmacıların hazırladığı ve daha önce keşfedici faktör analizi sonuçlarını sunduğu, ölçek soruları alınmıştır. Örneklem hacminin büyüklüğüne rağmen, (n=1547) doğrulayıcı faktör analizinin uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir sınırlar içindedir. Uyum iyiliği değerleri şu şekildedir: Ki-Kare (χ^2)=124,76, df=30, Ki kare/df=4,15, GFI=,984, NFI=,984, AGFI=,971, CFI=,988, RMR=,041 ve RMSEA=,045'tir.

Daha önce korelasyon analizi vasıtasıyla test edilen ilk dört hipotezin bir de çok daha güvenilir sonuçlar veren yapısal eşitlik modeli ile test edilmesi yoluna gidilmiştir. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM), modeldeki gözlenen değişkenlere ilişkin ölçüm hatalarını hesaba katan bir yöntemdir. Ayrıca yapısal eşitlik modelleri, araştırmacıların çok değişkenli modeller geliştirmesine, tahmin etmesine ve test etmesine de olanak sağlar. Modeldeki değişkenlerin direkt ve dolaylı etkilerini de dikkate almaktadır. Bunun yanında yapısal eşitlik modellemesi, gözlenen ve

gizil değişkenler arasındaki ilişkileri ele alır ve gizil değişkenler arasındaki ilişkilerin yapısal modelini sunar (Bayram, 2010). Böylece oluşturulan yapısal eşitlik modeli Grafik 2’de yer almaktadır.

Grafik 2. Yapısal Eşitlik Modeli



Yapısal eşitlik modelinde demografik değişkenler (yaş ve cinsiyet) dışarıda bırakılarak, sadece ölçekler değerlendirmeye alınmıştır. Boyutlara ait ölçüm modelleri değerlendirilmiştir. Ölçüm modellerinden elde edilen uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir sınırlar içindedir.

Ki Kare	DF	P	Ki Kare/DF	GFI	CFI	RMSA	AGFI	NFI
637,642	177	,000	3,602	,963	,973	,041	,952	,963

Modelden elde edilen yol, katsayıları hem standartlaştırılmış hem de standartlaştırılmamış sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Bkz. Tablo 4). Bu modelde dört farklı hipotez test edilmiştir. H1 hipotezi “Yalnızlık arttıkça sosyal medya bağımlılığı artacağı şeklindedir. Etki çok güçlü olmasa da istatistiksel olarak anlamdır ($\beta = 0,085$, $p = ,01$). Daha önce korelasyon analizi ile de test edilen dört hipotez YEM ile test edilmiştir. Yaş ve cinsiyet değişkenleri model dışında bırakılmıştır. “Narsisizm arttıkça sosyal medya bağımlılığı artar” şeklinde oluşturulan H2 hipotezi onaylanmıştır ($\beta = 0,125$, $p = ,001$). İşin gereği, sosyal medya kullananların sosyal medya bağımlılıklarının daha fazla olacağına ilişkin hipotez (H4, $\beta = 0,391$, $p = ,001 = 0,391$) ile beğeni elde etmek arzusunun sosyal med-

ya bağımlılığını artıracığına dair oluşturulan hipotez (H3) de doğrulanmıştır ($\beta = 0,391$, $p = ,001$).

Tablo 4. Ölçüm Modeli Sonuçları

Ölçüm modeli		B1	B2	S.E.	C.R.	P
yal1	Yalnızlık	0,653	1			
yal2	Yalnızlık	0,744	1,204	0,039	30,652	***
yal3	Yalnızlık	0,712	1,056	0,045	23,717	***
yal4	Yalnızlık	0,777	1,227	0,048	25,474	0,001
yal5	Yalnızlık	0,781	1,224	0,048	25,708	0,001
yal6	Yalnızlık	0,69	0,977	0,042	23,305	0,001
yal7	Yalnızlık	0,804	1,321	0,05	26,251	0,001
IsGe4	İşinGereği	0,709	1			
IsGe3	İşinGereği	0,798	0,929	0,033	27,79	0,001
IsGe2	İşinGereği	0,835	1,121	0,039	28,596	0,001
IsGe1	İşinGereği	0,705	0,928	0,037	24,987	0,001
BegA3	BeğeniArayışı	0,879	1			
BegA2	BeğeniArayışı	0,897	1,155	0,032	36,516	0,001
BegA1	BeğeniArayışı	0,543	0,786	0,036	22,056	0,001
nar4	Narsisizm	0,737	1			
nar3	Narsisizm	0,867	1,186	0,037	31,845	0,001
nar2	Narsisizm	0,801	1,148	0,038	30	0,001
nar1	Narsisizm	0,7	1	0,038	26,239	0,001
bag1	Bağımlılık	0,77	1			
bag2	Bağımlılık	0,875	1,189	0,034	35,149	0,001
bag3	Bağımlılık	0,874	1,144	0,033	35,124	0,001
YEM						
			Estimate	S.E.	C.R.	P
Bağımlılık	İşinGereği	0,246	0,222	0,025	9,058	0,001
Bağımlılık	Beğeni Arayışı	0,375	0,391	0,031	12,481	0,001
Bağımlılık	Narsisizm	0,127	0,125	0,03	4,184	0,001
Bağımlılık	Yalnızlık	0,071	0,085	0,033	2,59	0,01

Kısaca konuya ilişkin akademik literatüre dayanarak oluşturulan bütün hipotezler, yapılan analizler sonucu onaylanmıştır. Yapısal eşitlik modeli, bağımlılığı en fazla etkileyen faktörün beğeni arayışı olduğunu ortaya koymuştur. Beğeni arayışını işin gereği bilgisayar kullanımı izlemektedir. Modelde narsisizm ve yal-

nızlığın, sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi üçüncü ve dördüncü sırada gelmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı, çok boyutlu olarak etki faktörleri açısından ele alınmış olup sosyal medya bağımlılığı belirtileri üzerine etkileri incelenmiştir. Kapsamlı bir alanyazın incelemesi sonucunda kurulan hipotezler ile yürütülen araştırmada ayrı çalışmalarda belirtilen etki faktörleri bir araya getirilerek model oluşturulmuş olup pozitif yönde ilişkiler tespit edilmiştir. Bu bağlamda sonuçların alanyazına paralel olduğu ve sosyal medya belirtilerini açıklayıcı faktörlerin bir model oluşturduğu sonucuna varılmıştır.

İlk hipotez, “Yalnızlık arttıkça sosyal medya bağımlılığı artar” olarak kurulmuştur. Yapısal eşitlik modeli, yalnızlığın sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. “Sosyal medya ortadan kalksa büyük bir boşluk içine düşerim”, “Sosyal medya kullanmadığımda kendimi huzursuz hissediyorum”, “Sosyal medyanın olmadığı bir hayat, benim için sıkıcı olurdu” ifadelerinin yer aldığı ölçme aracındaki ifadelerin sosyal medya bağımlılığı belirtileri açısından yüksek değer taşıdığı ortaya çıkmıştır.

Alanyazın incelendiğinde benzer ifadelerin sosyal medya bağımlılığı ölçeklerinde de yer aldığı ve bağımlılığı belirlemede “duygu durum düzenleme” boyutunu oluşturduğu görülmektedir (Andreassen, 2015; Tutgun-Ünal, 2015, 2020a; Wilson, Fonasier & White, 2010). Kişilerin gerçek yaşamdaki sorunlarından kaçmada ve yalnızlıklarına iyi gelmede sosyal medyanın fonksiyonunu ortaya koyan benzer ifadelerden yüksek puan alınması, duygusal olarak sosyal medyanın iyi geldiğini ve yalnızlıktan kaçmada sosyal medya kullanımına talebin artmasını ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda yalnızlık arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığının tespit edilmesi alanyazındaki araştırmaları doğrulamıştır (Akyazı & Tutgun-Ünal, 2013; Bozkurt, 2018; Köroğlu & Tutgun-Ünal, 2013; Pittman & Reich, 2016; Tutgun, Deniz & Moon, 2011; Tutgun-Ünal, 2013). Diğer yandan “Narsisizm arttıkça sosyal medya bağımlılığı artar” hipotezi (H2), kurulan model tarafından doğrulanmıştır. Narsisizmin artışı, bağımlılığı pozitif yönde etkilemektedir. Diğer araştırmalarda belirtildiği gibi narsistik kişilerin sayfalarında daha çok fotoğraf paylaşması ve kendini ifşa etme eğiliminin yüksek olması ile kendini iyi hissetme arasındaki pozitif ilişki, kişilerin sosyal medya kullanımı azaldığında mutsuzluğa sürükleneceklerini göstermektedir (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Bozkurt, 2018; Çakır, 2018; Mehdizadeh, 2010; Tarhan, 2020c, Tutgun-Ünal, 2020a). Bu bağlamda araştırmada yer alan “sosyal medya kullanımı benim mutsuzluğumu artırıyor” ifadesine de katılım orta seviyenin üzerinde bulunmuştur. Böylece, Narsist kişilerin mutlu olması kendilerini fotoğraf, video ile daha çok göstermeleri ile beğenilmelerine bağlı olduğu söylenebilir.

Araştırmada H3 hipotezi, “Beğeni arzusu arttıkça sosyal medya bağımlılığı ar-

tar” olarak kurulmuştur. “Selfie çekimlerimin fazla beğeni alması beni çok mutlu ediyor” ifadesinin orta seviyenin üzerinde doğrulandığının tespit edildiği araştırmada “izleyici sayım azaldığında kendimi mutsuz hissediyorum”, “Paylaşımlarım yeterince beğeni almadağında üzüliyorum” gibi ifadelerle yüksek katılım sağlanmıştır. Sosyal medyada beğenilme arzusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin yüksek seviyede anlamlı çıkarak modeli doğruladığı görülmüştür.

Araştırmalarda beğenilme arzusu olan kişilerin fotoğraf, video paylaşımları için sosyal medyaya fazla vakit ayırdığı, filte/makyaj uygulamaları ile fotoğraflarını düzenlemek, ne kadar beğeni aldığını gün içinde sıklıkla takip etmek ve beğeniye-beğeni yaklaşımına göre ağlarında bulunan kişilerin paylaşımlarına içeriğine bakmadan devamlı beğeni göndermek gibi amaçlar için sosyal medyaya zihinsel olarak devamlı bağlı oldukları bildirilmektedir (Kaşıkara & Doğan, 2017; Köklü, 2019; Tutgun-Ünal, 2019a, 2020a). Zihinsel meşguliyet ve duygu durum düzenleme (sosyal medyanın duygusal olarak iyi gelmesi) boyutlarında sosyal medya bağımlılığının tespit edilmesi ile araştırmada yüksek düzeyde bulunan ilişkilerin birbirini doğruladığı görülmektedir.

Sosyal medyada geçirilen sürenin sosyal medya bağımlılığı belirtilerine etkisi ölçebilmek için H4 hipotezi “Sosyal medya yapılan işin bir parçası haline geldiğinde, bağımlılık eğilimi de artar” olarak kurulmuştur. Yüksek düzeyde anlamlılığı bulunan hipotez sosyal medyada iş amaçlı bile olsa fazla vakit geçirmenin sosyal medya bağımlılığı belirtilerinde etki gücü olduğu ortaya çıkmıştır.

Sosyal medyada geçirilen sürenin alanyazındaki sosyal medya bağımlılığı araştırmalarında sıklıkla incelendiği görülmektedir (Aktan, 2018; Andreassen, 2015; Kuss & Griffiths, 2011; Özdemir, 2017; Savci & Aysan, 2017; Shapira, Goldsmith vd., 2000; Tutgun-Ünal, 2015, 2019a, 2020a, Wilson, Fonasier & White, 2010; Young, 1996a). Bu araştırmada diğer etki faktörleriyle birlikte yüksek düzeyde anlamlılık ortaya koyarak modeli doğrulaması ile birlikte kullanıcıların “Sosyal medya işimle ilgili enformasyona ulaşmamı kolaylaştırıyor”, “Sosyal medya ortadan kalksa, işlerimi yapmakta epeyce zorlanırım”, “Sosyal medya işimin bir parçasıdır”, “Sosyal medya sayesinde birçok işimi daha kolay yapıyorum” ifadelerine yüksek düzeyde katıldığı tespit edilmiştir.

Sosyal medya devasa enformasyonun dolaştığı küresel bir ağ sunmaktadır. Özellikle diğer geleneksel medyadan farklı olarak birinci ağızdan enformasyon yayılımına da ortam sağlamasından dolayı başvuru kaynağı olarak habercilikte olsun günlük bilgi edinme alışkanlıklarında olsun sıkça tercih edilmektedir. Araştırmada sosyal medya işin bir parçası olduğunda modeli doğrulamıştır. Yani sosyal medya bağımlılığı belirtilerinde fonksiyonellik sağlamıştır.

Araştırmada H5 hipotezi “Kadınların bağımlılık eğilimleri erkeklere göre daha yüksektir” olarak kurulmuş olup anlamlı bulunmuştur. Cinsiyete yönelik yapılan analizlerde sosyal medya bağımlılığının boyutlarında farklılıklar olduğunu

belirten birtakım araştırmalarda kadınların sosyal medyadan daha fazla duygusal destek aldıkları ve bağımlılık düzeylerinin orta seviyelerde seyrettiği belirtilmektedir (Tutgun-Ünal, 2015, 2019a, 2020a; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). Kadın ve erkek kullanıcıların sosyal medya kullanım amaçlarının farklılaştığını bildiren araştırmalarda sosyalleşmek, duygusal destek almak, oyun oynamak, sıkıntılarından uzaklaşmak, arkadaş edinmek gibi amaçlarla kadın ve erkeklerin sosyal medya bağımlılığı eğilimi gösterme potansiyellerinin farklılaştığı belirtilmektedir (Fogel & Nehmad, 2009; Pfeil, Arjan & Zaphiris, 2009; Raacke & Bonds-Raacke, 2008; Wei & Wang, 2011; Tutgun-Ünal & Deniz, 2016; Tutgun-Ünal, 2015, 2020a). Bu araştırmada kadınların erkeklere göre sosyal medya bağımlılık eğilimleri yüksek düzeyde bulunmuş olup modeli oluşturan faktörel yapıyı doğrulamıştır.

Araştırmanın son hipotezi H6, “Yaş arttıkça sosyal medya bağımlılık eğilimi geriler” olarak kurulmuştur. Buna göre araştırmada elde edilen anlamlılık düzeyi, gençlerin yaşça büyüklere göre daha fazla sosyal medya bağımlılığı eğilimi gösterdiğini doğrulamıştır. Alanyazın incelendiğinde genç gruplarla yürütülen araştırmalarda gençlerin kendi aralarında yaşları kategorize edildiğinde yaş azaldıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyinin arttığı ortaya koyulmuştur (Tutgun, Deniz & Moon, 2011; Tutgun-Ünal, 2015, 2020a). Buna göre üniversite 1. Sınıfların 4. Sınıflara göre sosyal medya bağımlılığı düzeyinin daha yüksek olduğu bulunan 1014 üniversite öğrencisi ile yürütülen bir araştırmada (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016) Z kuşağının yani 2000 yılı ve sonrasında doğanların sosyal medya bağımlılığının diğer kuşaklara göre daha yüksek olduğunun bildirilmesi (Balcı & Baloglu, 2018; Deniz & Tutgun-Ünal, 2019b; Özdemir, 2017; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020a) yaş azaldıkça sosyal medya bağımlılığı eğiliminin yükseldiğini göstermiştir. Araştırmada bu doğrultuda belirlenen “yaş arttıkça sosyal medya bağımlılığı eğilimi geriler” hipotezi doğrulanarak alanyazın ile tutarlılık sağlanmıştır.

Araştırma sonucunda biyopsikososyal yaklaşımda da belirtildiği gibi sosyal medya bağımlılığının pek çok farklı kombinasyondan etkiye açık olduğu ve kişilik özelliklerine göre de farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar tarafından oluşturulan “Bağımlılık ve Sosyal Medya Kullanımı” ölçeği, önce keşfedici faktör analizine tabi tutulmuş, sonrasında doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir sınırlar içinde bulunmuştur. Sonrasında ise, incelenen faktörlerin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla kurulan yapısal eşitlik modeli, öngörüldüğü şekilde, araştırmanın hipotezlerini doğrulamıştır. Yapısal eşitlik modelinde en fazla etkileyen faktör beğeni arayışıdır. Beğeni arayışı arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı belirtileri üzerine etki eden faktörlerin bir kombinasyonunu ortaya koyan bu modelin hem alanyazındaki ölçek çalışmalarına hem de kişilik özellikleri ile pek çok faktörün bir arada etkisinin test edilmesi-ne yönelik araştırmalara katkı sağlamada fonksiyonel olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ağyar Bakır, B., & Uzun, B. (2018). Developing the social media addiction scale: Validity and reliability studies. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5, 507–525.
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405–421.
- Akyazı, E., & Tutgun-Ünal, A. (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağları kullanımı [Purpose, adoption and level of loneliness relation and the use of social networks: A study on undergraduate communication students]. *Global Media Journal TR*, 3(6), 1–24.
- Alkis, Y., Kadirhan, Z., & Sat, M. (2017). Development and validation of social anxiety scale for social media users. *Computers in Human Behavior*, 72, 296–703.
- Allen, R. L., & Oshagan, H. (1995). The UCLA loneliness scale: Invariance of social structural characteristics. *Personality and Individual Differences*, 19(2), 185–195.
- American Psychiatric Association (1995). Diagnostic and statistical manual of mental disorders. (4th ed.) Washington, DC: Author.
- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289–1295.
- Andreassen C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Curr Addict Rep.*, 2, 175–184.
- Andreassen, C. S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517.
- Asbury, T., & Hall, S. (2013). Facebook as a mechanism for social support and mental health wellness. *PSI CHI Journal of Psychological Research*, 18(3), 124–129.
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: Üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması. *İleti-ş-im*, 29, 209–233. DOI: 10.16878/gsuilet.500860
- Balcı, Ş., & Tiryaki, S. (2014). Facebook addiction among high school students in Turkey. *IISES-The International Institute of Social and Economic Sciences: Vienna 10th Academic Conference*. Vienna, Austria, June 3-6, 2014, 120–134.
- Baripoğlu, S. (2012). Facebook ve Twitter davranış bozukluğu yapıyor mu? *e-psikiyatri*: . Erişim adresi: <http://www.e-psikiyatri.com/facebook-ve-twitter-davranis-bozuklugu-yapiyor-mu-33945> [05.05.2020].
- Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Amos Uygulamaları*, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bozkurt, V. (2000). *Püritanizmden hedonizme yeni çalışma etiği*. Bursa: Alesta Publishing.
- Bozkurt, V. (2018). Sosyal medya kullanan gençler arasında bencillik ve yalnızlık. *Türkiye'nin Yüzyılı ve Geleceği Uluslararası Gençlik Sempozyumu Tebliğler Kitabı*, Yayına haz. M. Aslan, İstanbul.
- Bozkurt, V., Keser, A., & Zulfikar, H. (2020). *Factors predicting life satisfaction among social media users*. Journal of Social Policy Conferences. Advanced online publication, 78, 48–62. DOI: 10.26650/jspc.2019.78.0035
- Buffardi, E. L. ve Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303–1314.
- Burger, M. J. (2006). *Kişilik* (Çev. E. Sarıoğlu). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Canoğulları Ayazseven, Ö., & Cenkseven Önder, F. (2019). Genelleştirilmiş problemli internet kullanım ölçeği 2'nin Türkiye'ye uyarlama çalışması, *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1540–1565.
- Caplan, S. E. (2005). A social skill account of problematic internet use. *Journal of Communication*,

55(4), 721–736.

- Caplan, S.E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic internet use: A two step approach. *Computers in Human Behavior*, 26(2010) 1089–1097.
- Ceyhan, E., Ceyhan A.,& Gürcan, A. (2007). Problemlı İnternet Kullanımı Ölçeği'nin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 7(1), 387–416.
- Çakır, B. (2018). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, narsisizm ve empati düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çam, E., & İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11(3), 14–19.
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G.,& Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Davis, R.A. (2001). A cognitive-behavioral model for pathological internet use (PIU). *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187–195.
- Demir Türkdogan, R. (2019). *Sosyal medya bağımlılığı ve gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Deniz, L.,& Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Educational Journal*, 26(2), 355–367. doi:10.24106/kefdergi.389780
- Deniz, L.,& Tutgun Ünal, A. (2019a). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1025–1057.
- Deniz, L.,& Tutgun-Ünal, A. (2019b). Sosyal medya kuşaklarının farklılıkları kabul seviyeleri. *IV. Uluslararası Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Sempozyumu*, Antalya.
- Deniz, L.,& Tutgun-Ünal, A (2016). Genelleştirilmiş Problemlı İnternet Kullanımı Ölçeği 2 (GPI-KÖ2)'nin Türkçeye uyarlanması: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları. *The Journal of Academic Social Science (ASOSJOURNAL)*, 4(23), 7–20.
- Dewald, J. F., Meijer, A. M., Oort, F. J., Kerkhof, G. A., & Bögels, S. M. (2010). The influence of sleep quality, sleep duration and sleepiness on school performance in children and adolescents: A meta-analytic review. *Sleep Medicine Reviews*, 14, 179–189.
- Döş, B.,& Özşahin, C. (2019). Öğretmenlerin sosyal medya bağımlılığı, öğretmenlik öz-yeterlilikleri ve motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1397–1408. DOI:10.17755/esosder.519230
- Erdem, G. (2019). *Lise düzeyindeki öğrencilerde, sosyal medya kullanımı, ekran ilişkileri ve duygu düzenleme arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lefkoşa.
- Erikson, E. H. (1998). *The life cycle completed*. W.W. Norton & Company, Newyork: London.
- Fogel, J.,& Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25, 153–160.
- Goldberg, I. (1996). Goldberg's message. Erişim adresi: <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/supportgp.html> [05.05.2020].
- Göksu, H. (2019). *Ergenlerin sosyal medya bağımlılığının akademik başarılarıyla ilişkisi ve çeşitli değişkenler açısından incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Gönül, A.S. (2002). Patolojik internet kullanımı. *Yeni Symposium*, 40(3), 105–110.
- Griffiths, M. (2000a). Internet addiction: Time to be taken seriously? *Addiction Research*, 8, 413–418.
- Griffiths, M. D. (2000b). Does internet and computer “addiction” exist? Some case study evidence.

- CyberPsychology & Behavior*, 3, 211–218.
- Griffiths, M. D. (2005). A components model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10, 191–197.
- Griffiths, M. D., & Parke, J. (2010). Adolescent gambling on the Internet: A review. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*, 22, 58–75.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151–175.
- Karaiskos, D., Tzavellas, E., Balta, G., & Paparrigopoulos, T. (2010). Social network addiction: A new clinical disorder? *European Psychiatry*, 25, 855.
- Karal, H., & Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1(3), 251–263.
- Kaşıkkara, G., & Doğan, U. (2017). Beğenilme arzusu: Ölçek geliştirme, güvenilirlik ve geçerlik çalışması. *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 51–60.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973-1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. DOI: 10.1086/268109
- Kaya, G. (2018). *Sosyal medya bağımlılığı ile internet kullanım amaçları arasındaki ilişki üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Köklü, B. (2019). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım özelliklerinin beğenilme arzusu, kendini mükemmeliyetçi gösterme ve sosyal kaygı ile ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Köroğlu, O., & Tutgun Ünal, A. (2013). Öğretmen adaylarının sosyal ağları benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki. *Yeni Medya Kongresi*, Kocaeli.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Addiction to social networks on the Internet: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528–3552.
- Lee, G., Lee, J., & Kwon, S. (2011). Use of social-networking sites and subjective well-being: A study in South Korea. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14, 151–155.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13, 357–364.
- Müller, K. W., Dickenhorst, U., Medenwaldt, J., Wölfling, K., & Koch, A. (2011). Internet addiction as comorbid disorder in patients with a substance-related disorder: Results from a survey in different inpatient clinics. *European Psychiatry*, 26, 1912.
- Odabaşı, H., Mısırlı, M., Günüş, S., Şahin-Timar, Z., Ersoy, M., Som, S., Dönmez, F.İ., Akçay, T., & Erol, O. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: Twitter. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2(1), 89–103.
- Özdemir, Ş. (2017). *Kuşaklar teorisine göre Türkiye’deki gençlerin medya kullanım alışkanlıkları ve İstanbul örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özsoy, E., & Ardiç, K. (2017). Karanlık üçlünün (narsisizm, makyavelizm ve psikopati) iş tatminine etkisinin incelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 24(2), 391–406.
- Özşahin, C. (2019). *Öğretmenlerin sosyal medya bağımlılığı, öğretmen öz-yeterlilikleri ve motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Pfeil, U., Arjan, R., & Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking—A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace. *Computers in Human Behavior*, 25, 643–654.

- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an instagram picture may be worth more than a thousand twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *CyberPsychology & Behavior*, 11, 169–174.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578–586.
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: Predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30(3), 202–216.
- Shaffer, H. J., LaPlante, D. A., LaBrie, R. A., Kidman, R. C., Donato, A. N., & Stanton, M. V. (2004). Toward a syndrome model of addiction: Multiple expressions, common etiology. *Harvard Review of Psychiatry*, 12, 367–374.
- Shapira, N. A., Goldsmith, T. D., Keck, P. E., Khosla, U. M., & McElroy, S. K. (2000). Psychiatric features of individuals with problematic internet use. *Journal of Affective Disorders*, 57, 267–272.
- Soykan, C., & Tutgun-Ünal, A. (2015). A comparative study of facebook addiction among generations. 9. *Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu*, Afyon.
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523–538.
- Tarhan, N. (2019). *Bilinçli aile olmak: Ailede fırsat eğitimi*. 7. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tarhan, N. (2020a). *Haz, mutluluk ve huzur ayrı kavramlar*. Erişim adresi: <https://www.nevzattarhan.com/prof-dr-nevzat-tarhan-haz-mutluluk-ve-huzur-ayri-kavramlar.html> [06.05.2020].
- Tarhan, N. (2020b). *Güçlü bir toplum için aile güçlendirilmeli*. Erişim adresi: <https://www.nevzattarhan.com/prof-dr-nevzat-tarhan-guclu-bir-toplum-icin-aile-guclendirilmeli.html> [06.05.2020].
- Tarhan, N. (2020c). *Narsistik kişilerde empati körlüğü vardır*. Erişim adresi: <https://www.nevzattarhan.com/prof-dr-nevzat-tarhan-narsistik-kisilerde-empati-korlugu-varidir.html> [06.05.2020].
- Tarhan, N., & Nurmedov, S. (2019). *Bağımlılık, sanal veya gerçek bağımlılıkla başa çıkma*. 7. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Taş, İ. (2017). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği kısa formunun geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 4(1), 27–40.
- Tatar, S. (2018). *Obez bireylerde sosyal medya bağımlılığı sıklığı*. Tıpta Uzmanlık Tezi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Ankara.
- The Telegraph (2012). *Facebook and Twitter more addictive than tobacco and alcohol*. Erişim adresi: <http://www.telegraph.co.uk/technology/news/9054243/Facebook-and-Twitter-more-addictive-than-tobacco-and-alcohol.html> [06.05.2020].
- Tutgun, A. (2009). *Öğretmen adaylarının problemli internet kullanımı*. Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi (M.A.), İstanbul.
- Tutgun, A., Deniz, L., & Moon, Man-Ki (2011). A comparative study of problematic internet use and loneliness among Turkish and Korean prospective teachers. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10(4), 14–30.
- Tutgun-Ünal, A. (2013). The model explaining and predicting loneliness level and the problematic internet use of Turkish Computer Education & Instructional Technologies (CEIT) students. *IJSS-International Journal of Social Sciences and Education*, 3(3), 734–743.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Tutgun-Ünal, A. (2019a). İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi: Üsküdar Üniversitesi örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2, 49–80.
- Tutgun-Ünal A. (2019b). A study on Z generation's social media usage, preference and educational usage in Turkey. *Azerbaijan Journal of Educational Studies*, 689(4), 65–82.
- Tutgun-Ünal, A. (2020a). Sosyal Medya: Etkileri-Bağımlılığı-Ölçülmesi. 1.Baskı, İstanbul: Der Yayınları.
- Tutgun-Ünal, A. (2020b). Social media addiction of new media and journalism students. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 19(2), 1–12.
- Tutgun-Ünal, A. & Deniz, L. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155–181.
- Tutgun-Ünal, A. & Deniz, L. (2020a). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 125–144.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2020b). The comparison of work values of social media generations in terms of giving importance to work and obeying the rules in Turkey. *Azerbaijan Journal of Educational Studies*, 690(1), 199–220.
- Tutgun-Ünal, A., & Katmer-Bayraklı, V. (2014). Öğretmen adaylarının sosyal medyanın eğitimde iletişim amaçlı kullanılmasına ilişkin görüşleri: Twitter örneği. *Uluslararası 1. Avrasya Eğitim Araştırmaları Kongresi (EJER)*, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A., & Köroğlu, O. (2013). A comparative study of social network usage and adoption among Turkish prospective teachers. *Mevlâna International Journal of Education (MIJE)*, 3(4), 24–42.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2017). *Ulaştırma ve haberleşme araştırması*. Erişim adresi: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 [06.05.2020].
- Usluel, Y. K., & Mazman, S. G. (2009). Sosyal ağların benimsenmesi ölçeği. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 8(15), 139–160.
- Uzun, Ö., Yıldırım, V., & Uzun, E. (2016). Habit of using social media and correlation of social media addiction, self-esteem, perceived social support in adolescent with attention deficit hyperactivity disorder. *TJFM&PC*, 10(3), 142–147.
- Van Den Eijnden, R.J.J.M., Lemmens, J.S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 478–487.
- Wei, T., & Wang, C. (2011). The characteristics of social networks of China's college students. *Modern Management*, 1, 219–223.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13, 173–177.
- Yıldız, A. (2019). *Sosyal medya bağımlılığının örgütsel atalet üzerindeki etkisi: Sakarya hizmet sektörü örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya
- Yılmazsoy, B., & Kahraman, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyayı eğitsel amaçlı kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Facebook örneği. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1), 9–20.
- Young, K. S. (1996a). Psychology of computer use: Addictive use of the internet, a case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, 79, 899–902.
- Young, K. S. (2009). Internet addiction: Diagnosis and treatment consideration. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39, 241–246.
- Young, K.S. (1996b). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology and Behavior*, 1(3), 237–244.

İnsanın İçindeki Firewall ve Açıkları

Cem Karakaya

Cem Karakaya / neue-medien@blackstone432.de

Almanya doğumlu Karakaya 1988-1992 yılları arasında İzmir Polis Koleji'nde okuduktan sonra 1996 yılında Polis Akademisi'nden mezun olmuştur. 2003 yılına kadar Emniyet Genel Müdürlüğü'nde, Dış İlişkiler Daire Başkanlığı'nda görev yapmıştır. 2003 yılında, Münih Emniyet Müdürlüğü'ne transfer olup, Müdürlük bünyesindeki, Suçların Önlenmesi Daire Başkanlığında göreve başlamıştır. Şu anda Münih Emniyet Müdürlüğü'nde, Siber Suçlar Dairesinde Şube Müdürü olarak görev yapmaktadır. 2008 yılında “Blackstone432” Siber Güvenlik Şirketini kuran Karakaya, bugün 148 çalışanıyla, Siber Güvenlik konusunda seminerler vermekte ve şirketlerin siber saldırılara karşı korunmasında etkin rol oynayabilmeleri için destek vermektedir. Çalışanlarıyla aynı zamanda okullara da gidip, daha güvenli bir gelecek için katkı sağlamaya çalışan Karakaya, 2018 yılında “Siber Güvenlik” konusunda bir kitap yayınlamıştır.

İnsanın İçindeki Firewall ve Açıkları

Cem Karakaya

Münih Emniyet Müdürlüğü Siber Suçlar Dairesi

Giriş

Yaklaşık on iki sene önce, “iPhone 3” diye adlandırılan mucize alet, hayatımıza girdi ve yaklaşık on sene önce de birçok insan bu teknolojiyi satın aldı. Bugün akıllı telefonlar, çocuklar da dâhil herkesin elinde. Günümüzde sahip olduğumuz teknolojik imkânların en az %80’i sadece on senelik bir geçmişe sahip. Önümüzdeki on senenin bize ne getireceği ise belli değil. Burada temel sorun şu; gerçekten de bu teknolojik imkânlar sayesinde özgürlüğün tadını mı çıkarabiliyoruz yoksa özgürlüğümüzü feda mı ettik ve daha çok mu stres altındayız? İşten çıktınız ve otobüste yer bulabilmişseniz oturmışsunuz; evinize gidiyorsunuz. Akıllı telefonunuza işinizle ilgili bir e-posta geldi ve siz bu maili cevaplıyorsunuz. Bu maili cevapladığınız süre fazla mesai süresi olarak hesaplanmamalı mıdır? Sadece iki dakika mı sürdü? O zaman iş yeri haricinde bir sene içerisinde cevapladığınız bu türden maillerin toplam süresi nedir? Maillerinizi ve yapmış olduğunuz işle ilgili telefon konuşmalarının sürelerini hesapladınız mı?

Akıllı telefonunuz aracılığıyla işiniz ile ilgili bir günde beş dakika, bir şey yaptığınızı düşününüz. Bu etkinlik, bir yılda yaklaşık 30 saat yapıyor. Neredeyse 4 iş günü. Hesaplama sadece beş dakika içindir; daha fazla olduğunu hepimiz biliyoruz. Bu basit hesaplama ile Tükenmişlik (*Burnout*) Sendromunun bu kadar sıklıkla yaşanması, hiç de sürpriz değil. Önceleri sadece belirli meslek gruplarında görülen bu sendrom, günümüzde çocuklar da dahil herkesin sorunu... Çocuk demişken çocukluk yıllarımda okuduğum güzel bir kitabı hatırladım: *Tom Sawyer ve Maceraları*. Tom’un babası ya da büyükbabası, yapmış olduğu bir haylazlık sonucu onu cezalandırıyor ve ceza olarak bahçenin çitlerini boyamasını istiyor. Tom, çitleri boyarken, arkadaşları geliyor ve onunla dalga geçiyor. Sonra Tom, bu çitlerin boyanmasının ne kadar zor olduğunu, her çocuğun bunu başaramayacağını ve ne kadar eğlenceli olduğunu anlatıyor. Sonuçta bu çocuklar, Tom’a meyve ve para vererek çitleri boyarlar. Bu hikâyeden yola çıkarak soruyorum: *Aynı şey bizim de başımıza gelmedi mi?*

İnternet üzerinden, bankacılık işlemlerinizi kendiniz mi yapıyorsunuz? Banka çalışanlarının işini bu şekilde siz üstlendiniz mi? Seyahatlerinizi internet üzerinden, kendiniz planlamıyor musunuz? Seyahat acentasının işini siz üstlenmediniz mi? Avrupa’da yaygın olan self servisleri düşünün şimdi; paket istasyonundan paketinizi kendiniz almıyor musunuz? Kargo şirketleri... onların da işini siz yapmıyor musunuz? Havalimanında check-in işleminizi bir ekran üzerinden kendimiz yapmaya başlamadık mı? Havayolu şirketinin, yer hizmetlerinden sorumlu personelin işini de üstlenmedik mi? Peki bu noktada soru şu; size bu yüzden para veren var mı? Ya da uçak biletinizi bu hizmet karşılığında daha mı ucuza alıyorsunuz? Normalde teknolojinin işleri kolaylaştırması ve birçok işi üstlenmesi beklenir. Geline nokta insanlara daha çok iş vermesi ve insanların bir köle gibi, parasız çalışmasına neden olması, trajik komiktir. Teknoloji hepimizi bağımlı hale getirmiştir ve kölesi yapmıştır. Akıllı telefonun her çalışmada, her ışığında, her titremesinde ve her işaretinde onu, cebinizden çıkartıp, bakıyorsanız ona bağımlı hale gelmişsinizdir. Şayet o telefonu her zaman elinizde tutuyorsanız başka bir alemdesiniz demektir.

Son yıllık izniniz veya tatilinizi düşünün; eğer çıkabilseydiniz izin ya da tatilde kaç kez işinizle ilgili bir şeyler yaptınız? Kaç tane e-posta cevapladınız ya da kaç telefon görüşmesi yaptınız? Senelik izninizden geldikten sonraki ilk iş gününüzü hatırlayın. E-posta programını açtıktan sonra kaç tane cevaplanmamış e-posta vardır? Bu e-postalar siz izinleyken gelmedi mi? Cevaplamak zorunda mısınız? Almanya’da bir televizyon sunucusu ve film yapımcısı olan Roger Willemsen’in, güzel bir sözü var: *Bir şey kaçıracağız diye hayatımızı hızlandırıyoruz. Ama hızlandırarak, hayatın ta kendisini geçiriyoruz.*

En kötü ihtimalde, yani tanıdığımız birinin ölmesi halinde, yapabileceğiniz hiçbir şey yok. İstedığınız kadar hayat öpücüğü verin, şahsın öldüğü gerçeğini değiştiremezsiniz. O zaman neden sürekli ulaşabiliyoruz? Bir iş adamı olarak, müşterilerim için her zaman ulaşılabilir olmam mı gerekiyor? Müşteriler günümüzde, bu hizmeti artık bir özel hizmet olarak değil normal bir şeymiş gibi görüyorlar. Nihayetinde insanlar günümüzde ne özel alanın ne de senelik izinlerin tadını çıkartabiliyorlar. Sinemada tiyatrodaki, seyahatlerde vb. yerlerde hep akıllı teknolojilerin güdümü altındalar.

Akıllı Telefon Mu Akıllı Bilgisayar Mı?

Hemen ifade etmek lazım ki cep telefonu ile akıllı telefon arasında dağlar kadar fark var. Cep telefonu ile konuşabilir, mesaj (SMS) gönderebilir ve en fazla yılan oyununu oynayabilirsiniz. Hatta gelişmiş modellerde fotoğraf çekebilir ve müzik dinleyebilirsiniz. Akıllı telefonlar ile hem bunları hem de fazlasını yapabilirsiniz. Daha pek çok işi de yapabildiğimizden adına akıllı diyoruz. Bu teknolojiler ile maillerinizi cevaplayabilir, sosyal ağlarda kaç *like* aldığınıza bakabilir, haberleri okuyabilir, şu an nerede olduğunuzu ve ne yaptığınızı diğerlerine bildirebilir, sadece konuşarak telefona emir verebilir, randevularınızı düzenleyebilirsiniz. Bir yere nasıl gidebileceğinize bakabilir, okeyinizi oynayabilir ya da şekerleri patla-

tabilir, hava durumunu öğrenebilirsiniz. Film ya da dizinizi izleyebilir, internette boş biçimde dolaşabilirsiniz. Bütün bunları masa veya dizüstü başka bir aletle de yapabilirsiniz. Bilgisayarımızda da bir işletim sistemi var, akıllı telefonunuzda da. Akıllı bir telefon günümüzde artık bir bilgisayar gibi kullanılmaya başlandı. Zira bir bilgisayar üzerinden bir siber saldırıya maruz kalma şansınız neyse telefonda da aynı. Bilgisayar için hangi önlemler alınmıyorsa, akıllı telefonlarda da aynı önlemlerin alınması gerekiyor. Özellikle, Android model akıllı telefonlarda mutlaka bir *Antivirus Yazılımı* gerekiyor. Her ne kadar iOS işletim sistemli telefonlar için hâlihazırda zararlı bir virüs olmasa da bu sistemler için, casusluk yazılımlarının olduğu akıldan çıkarılmamalıdır. Akıllı telefonlar için sadece oyun uygulamaları değil aynı zamanda birçok güvenlik uygulamaları da mevcut. Ancak, birçok insan halen evindeki bilgisayarına bile lisanslı bir virüs yazılımı yüklememiş durumda. Virüs yazılımını bırakın birçok bilgisayarda lisanslı bir işletim sisteminin bile olmadığını biliyoruz. Kullanılan diğer birçok yazılım da lisanslı değil. Hal böyle olunca ne işletim sistemi ne de yazılımlar güncellenemiyor ve açıklar, her zaman mevcut. İşte siber saldırı suçluları da tam olarak bu açıklıkları kullanarak, sisteminize giriş yapabiliyor. Bu yüzden de suçluların bilgisayarları hacklemesine gerek kalmıyor. Var olan açıktan sisteme sızıyorlar.

Akıllı Telefonlar ve Çocuklar

Konunun hemen başında akıllı telefonların çocuklar için kesinlikle uygun olmadığını söylemek lazım. İnsanlar, 8 yaşındaki çocuğuna arabanın anahtarını verip, “Çocuğum, bugün arabayı sen kullan. Bunu başarabilirsin.” demiyorlar. Çünkü sonuç, büyük bir olasılıkla çok vahim olacaktır. Aynı şekilde ebeveynler, çocuklarının eline bir bira şişesi de vermiyorlar. Çünkü biliyorlar ki çocuğun sağlığı bundan olumsuz yönde etkilenecektir. Günümüzde çocuklar ve gençler tarafından en çok kullanılan akıllı telefon yazılımları: *TikTok* (Önceki ismi musical.ly ve Çinliler tarafından satın alındıktan sonra, sadece ismi değiştirildi), *WhatsApp* ve *Instagram*. Bu noktada çarpıcı bir hususu belirtmem lazım; TikTok, WhatsApp ve Instagram uygulamasından daha fazla telefonlara indirilmiş durumda. TikTok uygulamasıyla çocuklar bir şarkı eşliğinde dans edip bu videoları tüm dünyaya servis ediyorlar. Amaç çok sayıda beğeni toplamak (*like*) olduğu için de bazı videoları seyrederken akla, “acaba bu videolar sadece 18 yaşın üzerindeki kişiler için mi uygun?” sorusu gelmektedir. TikTok uygulamasının kendisi, kullanım sözleşmesinde, kullanım yaşını en az 13 olarak belirlemiştir. Instagram 13 ve WhatsApp ise bu yaşı 16 olarak saptamış durumdadır. O zaman neden çocuklar bu uygulamaları halen kullanabiliyorlar sorusu akla geliyor. Bu durumda büyük görev yine ailelere düşüyor.

Bazı yetişkinlerin, kendilerini çocuk gibi tanıtarak çocuklarla irtibatla geçtikleri en büyük ortamın Instagram olduğunu da söylemek lazım. Çocukların psikolojik sağlığını bozabilecek videolara, özellikle cinsel içerikli videolara erişimi, günümüzde o kadar kolay hale geldi ki endişe etmemek mümkün değil. Youtube ise kullanım yaşını en az 16 olarak belirlemiş durumda ve bunun sebebi ise tıbbî. Zira bir çocuk ancak 16 yaşından itibaren %100 gerçeklikle sanallık arasındaki

farkı ayırt edebiliyor. Diğer yandan akıllı telefonların meydana getirdiği manyetik alanın zararı, yetişkinlere nazaran çocuklarda daha fazla; çünkü çocukların kafatası bir yetişkine nazaran daha incedir. Çocukların yeni teknolojiler konusundaki bilgi ve becerileri ebeveynlerinden daha fazladır. Ailelerin bu teknolojik çağda, çocuklarına eşlik etmesi, akıllı telefonların yararları yanında zararlarının da olduğunu öğretmesi, istenilen ve tavsiye edilen bir durumdur. Ancak bu durum, çoğu zaman mümkün değildir. Ailelerin çoğu, neyi nasıl kullanması gerektiğini çocuklarından öğrenmektedir. Çoğu teknolojik işlem için onlardan yardım talep etmektedirler. Diğer bir husus ise bazı ailelerin çocuğunun sadece evde internete eriştiğine yönelik yanlış inanışıdır. Günümüzde restoranlarda, kafelerde, arkadaşının evinde, sokakta bile internete erişim mümkündür ve bu inanış doğru değildir. Bazı ailelerin bu kaygı ile çocuklarının cep telefonlarını kontrol ettikleri ve resimlere baktıkları da beyan edilmektedir. Ancak aileler, kendilerinin görmemesi gereken resimlerin başka bir yerde saklı olduğunu farkında değillerdir. Örneğin, *CalculatorVault* denilen bir uygulama sembolü ekranda aynı hesap makinası gibi görünmektedir. İlk bakışta görünen, uygulamanın hesap makinası olduğudur. Bu uygulama gerçekten, bir hesap makinası gibi hesaplamalar da yapabilmektedir. Ancak, belli bir sayıyı girip (Kod) “%” işaretine basıldığında, saklı olan resimlerin ortaya çıktığını ebeveynler bilmemektedir.

Çocukların akıllı telefonlarında ebeveynlerinde de olmadığı gibi bir koruma programı bulunmadığından telefonlarının kameraları genellikle, siber suçlularının kontrolü altına geçmekte ve bu kameralar, “Darknet” denilen, internetin karanlık bölgesinde hizmete sunulmaktadır. Bu kameralar günlüğü, 200 Euroya kadar kiralanmakta, hatta bazı sayfalar, en çok ziyaret edilen 10 Kamera (Top Ten) listesi bile yapmaktadır.

Sıfır yaştan itibaren tavsiye edilen bazı *ücretsiz* oyunlara baktığımızda dünyayı anlamakta zorlanıyorsunuz. Şu anda çocuklar tarafından çok sevilmekte olan *Coin Master* oyununu örnek alalım. Birkaç ay öncesine kadar sıfır yaştan itibaren tavsiye edilen bu oyunun amacı diğer köylere saldırmak ve kendi köyünü ileriye götürmektir. Oyun grafiğine bakıldığında, tamamıyla çocuklar için yapılmış olduğu izlenimi yaratılmıştır. Diğer köylere saldırabilmek ve kendi köyünüzü ileriye taşıyabilmek için sikkelerinizin olması gerekiyor ve belli bir zaman sonrasında, oyun tarafından hediye edilen sikkeler bittikten sonra, normalinde kumarhanelerde görebileceğiniz tek kollu makina ile sikke kazanmanız gerekiyor. Ama bu makina her zaman çalışmıyor. Çalışabilmesi için ya belli bir süre beklemeniz gerekiyor, ya da gerçek para karşılığında, sikke satın alabiliyorsunuz (Bir makinaı 80 defa döndürebilmek için, 5,49 € ödemeniz gerekiyor; 2800 defa için 109,99 €. Sikkeye ihtiyacınız varsa, 3 milyon sikke için 10,99 € ödüyorsunuz ya da 55 milyon sikke için 109,99 €). Beklemeyi seçerseniz bir saat beklemeniz gerekiyor ki, beş defa daha, makinaı kullanabilesiniz. Bu bir saat içinde oyun size sürekli mesajlar gönderiyor. Diğer taraftan oyun sizde merak da oluşturuyor; beklenen süre içerisinde köye saldırı olmuş mu hayvan yavrularına yardım lazım mı vb. duygu sömürmeye yönelik iletiler gönderiliyor. Bu örnekte olduğu gibi oyun masum bir eğlence unsuru olmaktan çıkıyor. Coin Master’da olduğu gibi firma-

nın yöneticilerinin aynı zamanda bir spor iddia firmasının yönetim kurulunda olduğu başka amaçlara hizmet eden bir hal alıyor.

Bana Facebook/Google/Amazon/Oyun Konsolu Hesabını Ver, Sana Kim Olduğunu Söyleyeyim

İnsanlar, her şeyin gerçekten ücretsiz olduğuna inanarak, her yerde bilgilerini kısıt olmaksızın diğerlerinin erişimine açmaktadır. Şayet bir ürün için para ödemiyorsanız, ürün sizsiniz. Yani almış olduğumuz hizmetin karşılığını kendinize ait ve çok değerli olan şahsi bilgilerinizle ödemek durumunda kalıyorsunuz. Bu şekilde de dijital “Ben” oluşturmuş oluyorsunuz. Günümüzde neredeyse her insanın bir kendi benliği bir de dijital benliği var. Big Data (Büyük Veri) ve algoritmik hesaplamalar neticesinde bu şekilde insanların şahsi profilleri oluşturulmaktadır. Bu bilgiler, arama motorunuz (örneğin Google), sosyal ağlarınız (örneğin Facebook), resim veya video platformlarımız (örneğin Youtube ya da Instagram), arabanızdaki navigasyon aletiniz, kolunuzdaki akıllı saatiniz, alış-verişlerinizde indirim alabilmek için kullanmış olduğunuz müşteri kartlarımız, akıllı telefonunuzda kullandığımız uygulamalar (ücretsiz), akıllı eviniz, vb. aracılığıyla toplanmaktadır. Hatta arabanızda bile 300’ün üzerinde sensor bulunması, arabanızı nasıl kullandığımız hakkındaki bilgileri bir yerlere aktarma amacına yöneliktir. Bütün bu bilgilerin çeşitli kaynaklardan gelip bir kovanın içine döküldüğünü düşünün. Hedefteki bir şahıs hakkında bu şekilde her türlü bilgi sahibi olabilirsiniz. Bu yüzden, dijital benliğinizin, sizin hakkınızda, sizden daha fazla bilgi sahibi olduğu ifadesi yanlış olmayacaktır. Hitler zamanında Yahudi kökenli insanların toplandığı bir bilgi bankası olduğunu düşünün. Ne kadar tehlikeli olurdu, değil mi? Bugün hangi bilgi bankasının 10 yıl sonra, 20 yıl sonra ya da 30 yıl sonra tehlikeli olabileceğini kim bilebilir? Örnek olarak sadece Google şirketini (Şirketin asıl ismi *Alphabet*) alalım:

- **Picasa:** Google, bütün resimlerimize sahip.
- **Youtube:** Google, hangi videolara ve hangi konu hakkındaki videolara baktığınızı biliyor.
- **Google+:** Google, hangi insanların yakın arkadaşımız olduğunu biliyor.
- **Google Drive:** Google, dokümanlarımıza sahip.
- **Google Calendar:** Google, randevularımızı biliyor.
- **Google Maps:** Google, nerede olduğunuzu ve nerelerde bulunduğunuzu biliyor.
- **Google Mail:** Google, mailerimize sahip.
- **Google Play:** Google, akıllı telefonunuzda hangi uygulamaların olduğunu ve bu uygulamaları nasıl kullandığınızı biliyor.
- **Google Chrome:** Google, hangi internet sayfalarını ziyaret ettiğinizi biliyor.
- **Google Arama Motoru:** Google, en çok ne aradığınızı biliyor.
- **Google Fit:** Google, ne kadar sağlıklı olduğunuzu biliyor.

Günümüzde 100'ün üzerinde ücretsiz Google Hizmeti mevcut. Sadece bir kişi hakkında bu kadar çok bilgiye sahip olmak, bir kişiyi veya bir firmayı, âlemin kralı yapmaz mı? Bir de geleceği düşünün; bugünkü çocuklar ve gençler, geleceğin devlet başkanı veya başbakanı, politikacıları, savcılar, hakimleri veya şirket yöneticileri değil mi? Gelecekte birisi devlet başkanı mı oldu? Aç dolabını veya çekmecesini, bak bakalım, bu kişi hakkında neler biliyorsunuz? Şirketin asıl isminin Alphabet yani Alfabe olması bir tesadüf mü? 2006 yılında *23andMe* diye bir şirket ortaya çıkıyor. Bu firmanın yatırımcılarına bakıldığında en büyük yatırım yapan şirketin Google olduğu görülüyor (yaklaşık 4 milyon dolar). Şirket sadece 99 dolara insanların DNA testini yapıyor. Fiyatın bu kadar ucuz olması, kimse'nin merakına mucip olmuyor.

2010 yılında kurulan *Nest Labs* şirketi, 2014 yılında Google tarafından satın alınmıştır (3,2 milyar dolara). Nest Labs, evinizi ve evinizdeki aletleri internete bağlıyor. Bu şirketin piyasaya sunduğu yangın alarmına yakından bakmak lazım; yangın alarmı, internete bağlı olmakla birlikte mekânın veya odanın içindeki nem oranını da ölçüyor. Yani Google programa tabi olan mekanda kaç kişinin olduğunu da bilme hakkını eline almış. Stratejik açıdan bakıldığında bu bilgi, çok önemli bir bilgidir. Eğer yatak odanızda nem oranı birdenbire yükseliyorsa Google bunu nasıl kaydediyor düşündünüz mü? Hatta cinsel yaşamınız hakkındaki bilginin bu şirketin eline geçmiş olması ya da ütü yapıyorsanız bunun yorumlanması başka konuları akla getirmez mi? Bir akrabanız veya yakınınız için Google'un arama motorunda kanser ile ilgili bir ilacı aradığınızda Google, bunu akrabanız için aradığınızı nereden bilecek? İnsanlar, evlerini ellerinden geldigince, akıllı yapmaya, yani internete bağlamaya çalışıyor. Dünyada bu konuda tam anlamıyla güvenilir hiçbir şirketin olmadığından emin olabilirsiniz. O zaman insanlar, bu riske niye giriyorlar? Bir şeyi unutmamak lazım: *Şayet herhangi bir şeyi internete veya bir ağa bağlıyorsanız, her zaman risk mevcuttur.* O yüzden de elektrik, su veya atom santrali gibi kritik kurumların bir ağa bağlanması büyük bir risk oluşturmaktadır. Güney Amerika olsun, Rusya olsun, bunun örnekleri yaşanmış durumda. *Halen niye her şeyi dijitalleştirmeye çalışıyoruz?*

Dijitalleşmenin elbette yararları var, ancak riskleri de göz ardı etmemek gerekiyor. Birçok evde, *Amazon Echo* veya *Alexa* gibi aletler bulunuyor. İnsanlar bu aletlerin 24 saat boyunca dinleme amaçlı kullanıldıklarını bilerek satın alıyorlar. Oturdıkları yerden *Alexa, bana şu müziği çal* diye emir verebilmek için risk alıyorlar. Ancak, polis bir dinleme yapmak istese, mahkeme kararına ihtiyac duyuluyor. Bu biraz trajikomik bir durum. 2013 yılında, eski NSA (*National Security Agency*) çalışanı Edward Snowden, o kadar çok şey anlattı ki normalinde kanımızın donması gerekirdi. Ama yine de çok şey değişmedi. İnsanlar bilgilerinin mahremiyetini tercih eden her şeyi kullanmaya devam ettiler ve ediyorlar. 2016 yılında, Facebook'un, Amerika'daki üyelerinin bilgilerini başkanlık seçimleri için suiistimal ettiği (*Cambridge Analytica*) ortaya çıktı, değişen yine bir şey olmadı. Özellikle; Facebook, Instagram, Snapchat veya WhatsApp gibi sosyal ağlar hayatımıza girdikten sonra, *herkesin bir sırrı vardır* ifadesi tarihe gömülmüştür. Kimin, nerede, ne yaptığı, en çok neden ve ne düzeyde hoşlandığı, arkadaşlarının ve

akrabalarının kim olduğu, hangi politik düşünceye sahip olduğu, en çok hangi marka elbise veya ayakkabıyı giydiği, hangi kampanyaları desteklediği alenileşmiştir. En son hangi kitabı okuduğu ve en son hangi filmi izlediği, ne iş yaptığı ve hangi okullara gitmiş olduğu, hangi şarkıcıyı sevdiği, bir hayvan sahibi olup olmadığı sosyal medya hesaplarında açık olarak yazar hale gelmiştir. Bu sosyal ağlar üzerinden gönderilen bütün fotoğraf veya videoların kullanım hakkını, bu şirketlere verdiğinin kimse farkında değil. Bu durum, kabul etmiş ve okumuş olduğunuz, kullanım sözleşmesinde, gayet açık bir şekilde ifade edilmiştir. İnternette dolaşan en büyük yalan ise “Bu sözleşmeyi okudum ve kabul ediyorum” ifadesidir. 2011 yılında Avusturya’da bir hukuk öğrencisi olan ve bugün bir avukat olarak görev yapan, Max Schrems, Facebook’tan, kendisi hakkında kaydedilmiş bilgilerini talep etti. Kendisine 496 MB (*Megabyte*) büyüklükteki bir PDF-Dosyası ile 1222 sayfalık, şahsi bilgilerinin olduğu bir doküman gönderildi ve bu sadece dev bir buz dağının görünen kısmıydı. Çünkü Facebook hesabına yüklemiş olduğu videoların veya fotoğrafların bilgisi veya kime beğeni (*like*) vermiş olduğu gibi bilgiler bu dosyalarda yoktu. Bu bilgiler arasında ne zaman giriş yaptığı ne zaman mesajlar yazdığı, yazıştığı kişilerin kimler olduğu, nerelerde yaşadığı ve ne zaman iletişim kurulduğu, gibi bilgilerin yanı sıra, mesajlarında en çok hangi kelimeleri kullandığı bilgisi mevcut idi.

Facebook ve Google dışında çok sayıda site ve uygulama kullanıcıların bilgilerini toplamaya devam ediyor *Amazon*, *Playstation* veya *Xbox* oyun konsolları bunlardan bazıları. Amazon ve diğer online alışveriş sayfaları da, hakkımızda profil oluşturuyorlar. Satın alma profiline bakılarak, hedefteki kişinin yaşam tarzı, hobileri, satın alma gücü, marka veya teknoloji düşkünü olup olmadığı yanı sıra sözünde durup durmadığı da tespit edilebiliyor. Yani, tüketici, almış olduğu malı ödüyor mu yoksa 14 gün içerisinde (Tüketici yasasına göre) hep geri mi gönderiyor? Bazı firmalar hatta bir adım daha ileri giderek şayet komşunuz aldığı malları ödemiyorsa sizin de ödemeyebileceğinize ilişkin ön yargıya sahip olabiliyor.

Amazon *Dash Button* denilen ve bir kapı zili büyüklüğünde bir alet çıkartmıştı. Bu aletleri banyonuza ya da çamaşır makinası gibi makinalara yapııştırıp, örneğin deterjanınız bittiğinde, sadece bu küçük alet üzerindeki düğmeye basarak, internet üzerinden, bilgisayarınızı açmadan, ısmarlayabiliyordunuz. Diş macunu, şampuan, tıraş köpüğü ve hatta kondom bile bu aletler üzerinden ısmarlanabiliyordu. Her ne kadar bu aletlerin yaşam süresi kısa oluydu da bu şekilde, tüketim ihtiyacına göre, evde kaç kişinin yaşadığı, sağlıklı ürünler kullanıp kullanmadığı, evde çocukların olup olmadığı gibi bilgilerin toplanmasını mümkün kılıyordu.

Oyun konsolları da günümüze ayak uydurarak, çok gelişmişlerdir. Artık sadece iki çizgi ve kare şeklindeki bir topla birlikte tenis oynanmıyor, bazı oyunlar o kadar gerçekçi görünüyor ki bir film mi seyre diyorsunuz, yoksa bir oyun mu oynuyorsunuz belli değil. Ancak konsol üzerinde oynanan oyunların çoğu, bu oyunu piyasaya sunan şirket ile birlikte oyunu oynadığınız süre içerisinde, hep bir iletişim halindedir. Yani oyun esnasında almış olduğunuz bütün kararlar bu

şirkete iletilmektedir. Örnek olarak *Assassins Creed* serisinin son oyununu ele alalım. Oyun eski Yunanistan'da geçiyor. Oyunun birkaç yerinde bir erkek sizinle cinsel bir ilişkiye girmek istiyor. Oyunda siz de bir erkeksiniz ve oyun size bir soru soruyor: *Bu erkekle cinsel ilişkiye girmek ister misiniz?* Evet ya da hayır biçiminde iki seçenek sunuluyor. Hangi kararı almış olursanız olun şirket, hangi kararı verdiğinizi kaydediyor. Diğer taraftan teknolojinin var olmadığı bir hayat artık söz konusu değildir. Ama 24 saat boyunca, teknolojinin kullanılması zorunluluğu da yoktur. Teknolojinin ve sosyal ağların, insanların hayatını kolaylaştırdığı ifadesi ne kadar gerçekse suçluların ve özellikle siber suçluların hayatını da kolaylaştırdığı ifadesi de o kadar gerçektir.

Dark Net

İnsanların çoğunun kullandığı internet; sosyal ağlar, online alışveriş siteleri, arama motorları veya online haber siteleri internetin görünen tarafıdır ve bunları tüm ağına sadece %10'unu oluşturur. İnternetin yaklaşık %90'ı "Deep Web" ya da "Dark Net" denilen bir bölgeden oluşmaktadır. İnternetin bu karanlık bölgesinde her şeyin bulunabileceğini vurgulamak gerekir. Uyuşturucu, çalınmış olan kredi kartı veya banka hesapları bilgileri, proxy server hizmeti sunan sayfalar, hacker programları veya belli sayfalar için kullanıcı giriş bilgileri internetin bu alanında yer alır. Dark Net'te bulunan sayfaların %25'i bu bilgilerden teşekkül etmişken büyük bir kısmında çocuk pornosu yer alır. Dark Net'te bir de çeşitli topluluklar bulunmaktadır:

- **Crush-Community:** Cinsel ilişki sırasında; tavşan, köpek, kedi veya fare öldüren insanların camiası (En başta olmasının sebebi en büyük topluluk olduğu içindir)
- **Cam-Community:** Hackerların kontrolü altında olan ve gençlere veya çocuklara ait olan akıllı telefon, dizüstü, tablet veya bilgisayar kameralarının kiralandığı sayfalar
- **Hitman-Community:** Kiralık katillerin topluluğu (Bir kişiyi illaki öldürtmenize gerek yok. Sadece yaralamaları için de bu insanları kiralayabilirsiniz)
- **Pedo-Community:** Pedofillerin topluluğu
- **Drug-Community:** Uyuşturucu tacirlerinin ve kullanıcılarının topluluğu (Şu anda kapatılmış olan, ancak zamanında en büyüğü olan bu sayfanın ismi "Silk Road" idi)
- **Fake-Community:** Sahtecilerin (sahte para veya sahte belge) topluluğu
- **Money-Laundering-Community:** Kara para aklama sayfaları (online casinolar gibi)
- **Doxing-Community:** Ünlü kişilerin veya şirketlerin, gizli bilgilerinin bulunduğu ve açığa çıkarıldığı sayfalar (Panama Papers gibi)

Yukarıda sayılanlara ilave olarak e-posta adresinin ve şifrelerin bulunduğu sayfaları da unutmamak gerekir. Şimdi adını söylemeden bir sayfanın toplam 12,3 milyar adet adrese ve şifrelerine sahip olduğu örneği ile bir sorgulama yaptığımızda "sonu bmw.de" ile biten 6287 adres bilgisi rapor edilmektedir. Bunun an-

lamı; Almanya’da, BMW şirketinde çalışan 6287 kişinin olduğu bilgisine erişmiş olmam ve onların ön isimlerini, soy isimlerini ve şifrelerinin bilinmesi demektir. Nedenini bilmememize rağmen ilgin bir şekilde büyük şirketlerde birçok e-mail adresinin yapısı önism.soyisim@şirket.de şeklindedir. Bu bilgiler BMW şirketinin hacklendiği anlamına gelmese de BMW çalışanlarının iletişim bilgilerinin alenileşmesi anlamına gelmektedir. Diyelim ki, bir çalışanın şifresi “nico1964”. Sadece şifresine bakarak şahsın kaç yaşında olduğunu bile bulabiliyorsunuz. Bu noktada şifrelemenin önemine de değinmek lazım. İlginç bir şekilde bu dünyadaki insanların yarısından çoğu, doğum yıllarını şifrelerinde kullanmaktadır. Bu çalışanın ön ve soy ismini de bildiğimiz için, özel olarak kullandığı, ücretsiz E-Mail adresini de (Yahoo, Hotmail veya Gmail gibi) internette bulabiliyoruz. Diyelim ki önism.soyisim@yahoo.de. Bu ücretsiz e-mail adresi ve “nico1964” şifresi ile daha nerelere giriş yapılabileceğini bir düşünün.

Siber Suçlular ve Siber Saldırıları

Evinizdeki bütün pencere ve kapıları açık bırakarak tatile gittiğinizde dönüşte evinizin soyulmuş olduğunu görmek büyük bir sürpriz olmayacaktır. Bilgisayarınızda da gerekli önlemleri almazsanız aynı şey olacaktır. Siber suçlularının bu kadar büyük bir başarı elde etmesinin tek sebebi, ya insanların bu konudaki yetersiz bilgileri ya da insanların tembelliğidir. Her “Hacker”ı aynı tencereye koymak doğru değildir. Hackerlar kendi aralarında üç sınıfa ayrılmaktadır:

- **Beyaz Hackerlar (White-Hats):** Bu hackerlar, kanunların belirlemiş olduğu sınırlar ve Hacker-Etiği çerçevesinde hareket ederek, örneğin görevlendirilmek suretiyle, bir şirketin bilgisayar ağının güvenilirliğini test ederler (Penetrations-Test).
- **Gri Hackerlar (Grey-Hats):** Bu hackerlar, büyük ihtimalle, kanunlara karşı her ne kadar, bir suç işleseler de amaçları bir sistemdeki açıklıkları ortaya koyup sorumluların bir an önce tedbirlerini almalarını istemektedirler.
- **Siyah Hackerlar (Black-Hats):** Bu hackerlar, büyük bir suç işleme enerjisine sahip olup hükümetler veya suç şebekeleri tarafından görevlendirilmektedirler. Tek amaçları, hedef sisteme zarar verip bilgi çalmaktır. Aynı zamanda, hedef sistemi çalışmaz duruma getirip şirketlere şantaj da yapmaktadırlar.

1983 yılında Amerika’da, bir grup genç (*The 414s*), birçok bilgisayar sistemine illegal bir şekilde giriş yapmıştır. Sonra kongre üyesi Glickman tarafından bu konuda bir kanuni düzenleme yapılması için girişimlerde bulunulmuştur. O zamanlar 17 yaşında olan ve bu gruba ait olan Neal Patrick, kongre oturumu esnasında kongre üyelerini bilgilendirmiş ve aynı senede bu konuda 6 adet kanun çıkartılmıştır. Sadece bazı illegal programları kullanmak suretiyle bir sisteme giriş yapmaya çalışan kişileri Hacker olarak tanımlamak da yanlıştır. Hackerlar, çok derin programcılık, bilgisayar ve bilgisayar ağları konusunda bilgilere sahip iken sadece bu programları kullanan kişiler, programcılık konusunda en ufak bir bilgileri bile yoktur. Bu tip kişilere verilen isim: *Scriptkiddie*’dir.

Her saniye dünyanın herhangi bir yerinde bir siber saldırının gerçekleştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Tüm dünyada en çok saldırıya uğrayan ülkeler arasında Almanya 3. sıradayken, Türkiye 19. sıradadır (23.03.2020 itibarıyla). Neredeyse her gün, birinci sırada olan ülke ise Rusya'dır. Siyah Hackerlar, bu saldırılarını gerçekleştirirken sadece kendi bilgisayarlarını değil kontrolleri altında olan bilgisayarları da kullanarak saldırılarını gerçekleştirmektedirler. O yüzden de bazı insanlar, kendi bilgisayarlarının niçin birdenbire yavaşladığını düşünürken bilgisayarlarının bir saldırı için kullanıldığının farkında bile değildirler. Yani işlenilen suça ortak olduklarını bilmezler. Hackerlar, birçok bilgisayarı kontrol altına alabilmek için bu bilgisayarlarda öncelikle bir virüsün (Trojan) yerleştirilmesini sağlarlar. Böylece kontrolün hackerlara geçmesi sağlanır. Bu virüslerin en çok yayıldığı sayfalar, erotik sayfalar ya da sinema filmlerinin ve dizilerin, belli bir ücret ödmeden seyredildiği illegal sayfalardır. Günümüzde gerekli tedbirler alınmazsa hiçbir yere tıklamadan veya herhangi bir dosya indirmeden, sadece bir internet sayfasını ziyaret etmek suretiyle, bu virüs kapılabilir. Profesyonel hackerlar, artık Bitcoin denilen dijital para yöntemi ile değil daha çok şahsi bilgi içermeyen hediye kartları ile (örneğin Apple için iTunes-Card) ödeme yapmaktadırlar.

En çok kullanılan Siber Saldırı Yöntemleri

Spear-Phishing: Dünyadaki bütün siber saldırılarını ele aldığımızda, bu saldırıların en az %80'i, bir Phishing-Emaili ile başlamaktadır. Örneğin, her ne kadar bir e-posta, bankanızdan geliyormuş gibi gözükse de aslında bankanızdan gelmemektedir. Siber suçluların buradaki amacı, online bankacılık giriş bilgilerinize ulaşmaktır. O yüzden bu yöneme *sazanlamak* demek, yanlış olmayacaktır. Bu tip Phishing e-postaları eskiden “Sayın müşterimiz” diye başlarken, günümüzde Phishing mağdurları isimleri ile hitap edilmektedir. Bu yöntemin ismi de *Spear-Phishing*dir. Bu da siber suçluların hedefteki mağdurlar hakkında daha çok bilgiye sahip olduklarının bir göstergesidir. Bu konuda mağdur olmamak için gönderici e-posta adresinin iyice kontrol edilmesi gerekmektedir. Sadece bir “nokta” veya - işareti ile e-mail adresinin manipüle edilmesi mümkündür. Bazı durumlarda görülen “gönderici e-mail adresi” ile arka planda olan gerçek e-posta adresi farklılık gösterebilir. Bunun tespit edilebilmesi için bilgisayar faresini tıklamadan gönderici e-adresinin üzerine getirmek yeterlidir. Teknik olarak günümüzde, gönderilen e-postaların bir sertifika aracılığıyla, dijital olarak imzalanması da mümkündür. Bu şekilde gönderici e-mail adresi, teyit edilmiş olmaktadır. Bunu her kullanıcı yaptığında siber saldırılarının en az %80'i engellenmiş olacaktır.

Şifreleme ve şantaj (Ransomware): Bu tip zarar verici programlar, bilgisayarınıza bulaştıktan sonra, bilgisayarınızda bulunan bütün dosyalar şifrelenmektedir. Dosyalarınızı kurtarabilmek için de hackerlara belli bir miktarda para ödemeniz gerekmektedir. Hackerlara parayı ödedikten sonra ise dosyalarınızın kurtulacağına %100 garantisi yoktur. Hackerlar ya daha çok para istemektedirler ya da size dosyalarınızın kurtulabilmesi için şifreyi vermemektedirler. Bazıları ise

şifreyi iletmekte ve hatta, mağdur olmuş şirketin bilgisayardan sorumlu bölümü arayarak ileride bu tip saldırılardan korunabilmek için, nelerin yapılması gerektiği konusunda bilgi de vermektedirler. Bu konuda alınabilecek en iyi korunma yöntemi, tabii ki burada standart tedbirlerin (Bu yazının son bölümü olarak ele alınacaktır) alındığını varsayıyoruz, yedekleme deposu olarak kullanılan aygıtların (harici harddisk veya USB-Stick gibi) ana bilgisayar ile her zaman bağlantı halinde olmamasıdır. Bu tip zararlı programlar genellikle bir internet sayfasının ziyareti esnasında, ekrana gelen ve size sözde bilgisayarınızın virüs kapıldığını bildiren bilgi pencereleri (Pop-up) üzerinden gelmektedir. Bazıları ise size az önce 1 milyonuncu ziyaretçi olarak bir Iphone veya başka bir şey kazandığınızı bildirir.

Call-ID-Spoofing: Bu yöntem ile telefon ekranında gösterilen telefon numarası istenilen başka bir numara ile değiştirilmektedir. Bu şekilde, “155-Polis imdat” gibi bilinen numaraların bile ekranda gösterilmesi mümkündür. Telefonda polis ile görüştüğüne inanan mağdur, hal böyle olunca, istenilen bilgileri de vermekte veya suçluların istedikleri şeyleri (kapının önüne, bir torba içerisinde evde bulunan paraları koymak gibi) yapmaktadırlar. Şu an Almanya’da en çok yaşanan hikâye ise şudur: “Polis tarafından bir hırsız yakalanmıştır. Bu hırsızın cebinde sizin adresinizin de olduğu bir liste ele geçirilmiştir. Eviniz de kıymetli eşyalar ve para var ise lütfen bunları bir torbaya koyup, biraz sonra gelecek olan polis arkadaşla teslim ediniz ki eşyalarınızı ve paralarınızı koruyabilelim.”. Türkiye’de ise mağdurların banka hesaplarının bir terör organizasyonu tarafından kontrol edildiği yalanı kullanılmaktadır. Çok sık rastlanılan “CEO-Fraud” olayında da bu yöntem kullanılmaktadır. Bu olayda bir firmanın muhasebe bölümü aranarak telefon ekranında şirket sahibinin numarası gösterilerek büyük miktarda bir paranın yurtdışına gönderilmesi sağlanmaktadır. Oluşan zarar bazı firmalarda o kadar büyüktür ki mağdur firmaların bazıları artık işlevsel değildir.

Sözde Destek-Servisi: Burada yine “Call-ID-Spoofing” yöntemi ile her defasında değişik numaraların ekranda gösterilmek suretiyle mağdurlar, belli bir markanın ya da ünlü bir firmanın temsilcisi ile görüştüklerine inandırılarak suçluların hedef bilgisayara girişleri sağlanmaktadır. Hedef sistemde olan suçlular bu şekilde bilgisayara zararlı bir program yükleyerek kullanıcının (mağdurun) çeşitli platformlardaki giriş bilgilerine (özellikle online bankacılık giriş bilgileri) ulaşmaktadırlar. Almanya’da mağdur olan vatandaşlar şimdiye kadar en fazla sözde Microsoft firması ile görüşme yaptıklarını ifade etmişlerdir. Suçlular, kendilerini Microsoft çalışanı olarak tanıtarak sadece mağdurların bilgisayarına girerek zararlı bir program yüklememekte aynı zamanda, sözde Microsoft Lisans Yazılım süresinin de bittiğinin tespit edildiğini bildirerek, mağdurların kendilerinin para göndermesini de sağlamaktadırlar. Microsoft’un yanında suçlular, Apple veya Google gibi firmaların isimlerini de istismar etmektedirler. Burada bilinmesi gereken şey; bu firmaların hiçbir zaman kullanıcılarını veya abonelerini aramadıklarıdır. Bir telefon görüşmesinde, şayet kendiniz aramadıysanız, şahsi bilgilerin verilmesi zaten yanlıştır.

Online satış sayfalarının istismarı ve sahte alışveriş sayfaları: Normalde pahalı olan bir şeyi ucuza kapatmak herkesin hoşlandığı bir durumdur. Suçlular da bunu çok iyi bir şekilde kullanmaktadırlar. Birçok sahte alışveriş sayfası oluşturarak mağdurların bu sayfalar üzerinden alışveriş yapmalarını sağlamakta (reklam pencereleri veya SPAM-e-postaları ile) ve sözde bir mal için önce paranın gönderilmesini istemektedirler. Parayı gönderen mağdurlar ya satın almış oldukları malı görmemekte ya da satın alınan mal yerine başka bir şey ile yüzleşmektedirler. Örneğin bir akıllı telefon yerine birkaç tane salatalık almak gibi. Suçlular aynı zamanda mevcut olan, tanıdık ve gerçek alışveriş sayfalarını istismar etmek suretiyle de mağdurlarına zarar vermektedirler. Örneğin ucuz emlak ya da otomobil satın alma veya kiralama sayfaları üzerinden bunlar yapılmaktadır. Almanya’da en çok görülen olay, ev kiralama sayfaları üzerinden gerçekleştirilmektedir (Immobilien-Scout). Immobilien-Scout üzerinden sözde ucuz bir ev bulan mağdur, evi kiralayan, sözde ev sahibi ile irtibata geçtikten sonra bir e-posta almaktadır: “İlginiz için çok teşekkür ederim. Münih’te bir firmada çalışan bir mühendisim ve beni iki yıllığına çalıştığım firmanın Londra şubesine, geçici olarak tayin ettiler. Ev kendime ait olup, tamamen mobilyalıdır ve her şey bulunmaktadır. Evi iki sene kullanamayacağım için iki seneliğine kiralamak istedim. Şu anda Londra’dayım ve ne yazık ki gelmem mümkün değildir. Ancak, depozito ücreti olan 2000-€ parayı hesabıma gönderirseniz bu konuda ciddi olduğunuzu gösterirsiniz. Para hesabıma geçtiği an apartman görevlisine bilgi vereceğim. Siz de anahtarı ondan alarak eve bakabilir ve şayet hoşunuza giderse, taşınabilirsiniz.”. Örneğin, 102 m² bir evi 500-€’ye bulan mağdur (normalinde bu büyüklükteki evlerin kirası Münih şehrinde 1.500-€’dan başlamaktadır), bu şekilde evi kapabilmek için parayı hemen göndermektedir. Bu olayda zarar görmüş olan kişiyi “mağdur” olarak nitelemek de ayrı bir konudur. Bu noktada “paranın gönderildiği banka hesabının sahibine, polis ulaşamıyor mu?” sorusu akla gelebilir. Pek tabii ki de böyle bir olayda polis, banka hesabı sahibine ulaşabilmektedir. Ama suçluya değil. Hemen hemen bütün polisiye soruşturmalarda ulaşılan kişiler normal vatandaşlar olup sadece banka hesaplarını hizmete sunmuş olan kişilerin olduğu ortaya çıkmaktadır. Ama bu kişilerin çoğunluğunun bilmediği bir şey vardır: Yaptıkları işin ismi, kara para aklamaktır. Yani bu durumda kendilerini suçlu duruma düşürmektedirler. Bu kişiler, suçlu duruma düşmeden önce bir e-posta (SPAM) almaktadırlar: “Oturduğun yerde, haftada 3.000,-€ ‘ya kadar para kazanmak ister misin? Yapman gereken tek şey, bize banka hesap numaranı göndermektir. Biz de senin hesabına para göndereceğiz. Sen bu paranın, %80’ini hesabından çekip, bize, bir Western Union hesabı üzerinden göndereceksin. Paranın %20’si ise tamamen sana ait. Emin ol ki yapacağın bu işlemler, kanuna aykırı değildir.” Bu şekilde yürüten süreçte polis, parayı Western Union şubesinden teslim alan kişiye ulaşmakta sorun yaşamaktadır. Polisin öncelikle parayı teslim alan kişinin, hangi şubeden teslim aldığını bilmesi gerekmekte ve çok hızlı bir şekilde hareket etmesi zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Zira paranın yatırıldığı dakika içerisinde dünyanın herhangi bir yerindeki bir şubeden para çekilebilmektedir. Yani çoğunlukla, parayı teslim alan kişiye ulaşamamaktadır. Ulaşılabilsen bile parayı teslim alan kişi yine suçlunun kendisi değil bu suç şebekesi için çalışan başka bir kişidir. Bu kişi de yine e-posta

yoluyla işe alınmıştır. Yapması gereken tek şey, bir şubeye gidip parayı teslim almaktır. Paranın yine %20'si ona aittir ve paranın geri kalan kısmı ile ya hediye çeki (Paysafe ya da iTunes gibi) alıp numaralarını suçlulara, elektronik ortamda ulaştırmak (şifreli mesajlar ile) ya da suç şebekesinin kontrolünde olan bir online casino sayfasında parayı yatırmaktır. Bazı durumlarda, paranın geri kalan kısmıyla, elektronik eşyaların alınması ve posta yoluyla, paket istasyonları (DHL Packstation gibi) üzerinden yurtdışına gönderilmesi istenmektedir. Paketin ülke sınırını geçmesi halinde paketin çıkış ülkesinin polisinin yapabileceği bir şey bulunmamaktadır. Bu şekilde suç şebekesi için çalışan hiçbir kişi, asıl suçlunun kim olduğunu bilmemektedir.

Erotik sayfalar üzerinden şantaj: Bu yöntemle erotik sayfaların ziyaretçilerine, kamera aracılığıyla, canlı olarak görüşme yapma talebi gönderilmektedir. Görüşme talebini kabul eden bir kişi, kamera karşısında yapılmaması gereken şeyleri yaptıktan sonra belli miktardaki bir parayı ödememesi halinde videonun tüm arkadaşlarına ve iş yerine gönderileceği yönünde şantaja uğramaktadır. Böyle bir olayda en azından, şantaja uğrayan kişi, gerçekten bir şey yapmıştır. Ancak, yaklaşık altı aydan beri Almanya'da birçok kişi, sözde hackerlardan bir e-posta almışlardır. Bu e-postada alıcı kişinin sözde hacker tarafından hacklendiği iddia edilerek, erotik bir sayfayı ziyareti sırasında videoya kaydedildiği bildirilerek şantaj yapılmaktadır. Bu iddiayı kuvvetlendirmek için de e-postada mağdur kişinin kullanmış olduğu halen aktif veya eski bir şifresi bulunmaktadır. Şifre eski olsa bile birçok kişi bu e-postaya inanıp para göndermişlerdir. Hâlbuki bu maili suçlunun kendisi değil bir bilgisayar programı göndermektedir. Suçlunun yapması gereken tek şey, programa elinde olan e-posta adresleri ve şifrelerini girmektir. Bu tip şantaj olaylarında, paranın kesinlikle ödenmemesi gerekmektedir. Paranın ödenmesi halinde yapılan tek şey, suçluları devam etmeleri için motive etmektir.

Sahte aşk ilişkileri (Love Scamming): Her ne kadar birçok erkek bu yöntem ile mağdur edilmişse de mağdur olan kadınların sayısı, erkeklere nazaran çok daha fazladır. Mağdur olan kişiler, genellikle yalnız yaşayan, bir ilişki arayan ve belli bir yaşı geçmiş olan kişilerdir. İstismar platformları ise başta Tinder olmak üzere çeşitli flirt sayfalarıdır (Parship, ElitePartner vb. gibi). Normal sosyal ağlarda (Facebook gibi) bu yöntem için kullanılmaktadır. Suçluların amacı, öncelikle mağdurla tanışmak, flört etmek ve güveni kazandıktan sonra da mağdurların kendilerine para göndermesini sağlayabilmektir. Bunu sağlayabilmek için de çeşitli hikâyeler uydurmaktadırlar:

- *Şu an Irak'ta bir Amerikan üssünde görevliyim. Saddam'ın gizli evinde birçok para ve altın bulduk. On asker, bunu aramızda paylaştık. Benim payıma düşen miktarı Irak dışına çıkartabilmem için, buradaki bazı kişilere rüşvet vermem gerekiyor. Benim ancak bu kadar param yok. Bana para gönderebilir misin? Memleketime geri döndükten sonra, seninle evlenmek istiyorum ve bana vermiş olduğun paranın hepsini sana geri vereceğim.*

- *Tam seni ziyaret edebilmek için, senin ülkeneye gelecektim ki tek başıma baktığım kızım, bir trafik kazası geçirdi ve bir an önce ameliyat edilmesi gerekiyor. Ameliyat için gerekli olan paraya ne yazık ki sahip değilim. Bana para gönderebilir misin?*

Bazen para istemeyip, mağdurların hesabına para yatanlar da var:

- *Seni, ülkende ziyaret etmeyi, o kadar çok istiyorum ki. Emin ol, senin yanına gelirsem evden en az bir hafta çıkmak istemiyorum. Ama ne yazık ki seyahat masraflarımı karşılayabilecek kadar bir param yok. Merak etme, senden para istemiyorum. Üç sene önce benim köyümden bir bayan arkadaşım Fransa'ya gitti. Oraya gidebilmek için de benden borç aldı. Şimdi bu borcumu ödeyebilecek durumda ve bana olan borcunu da ödemek istiyor. Arkadaşım bana bu parayı gönderirse başım maliye ile derde girebilir. O yüzden arkadaşım bu parayı senin hesabına gönderebilir mi? Sen de bu parayı çektikten sonra, bana Western Union üzerinden gönderebilirsin. Ben de en sonunda seni ziyaret edebilirim. Öpücük.*

Pek tabii ki böyle bir durumda mağdurlar sadece kandırılmakla kalmıyor, aynı zamanda da kara para aklama yüzünden kendilerini suçlu duruma sokmuş bulunuyorlar.

Sosyal Mühendislik (Social Engineering): Bu yöntem ile bir bilgisayar veya bir ağ değil sadece insanın kendisi hacklenmektedir. Daha doğrusu kandırılmakta veya yönlendirilmektedir. Suçlular, çeşitli yöntemlerle mağdurlarını etkisi altına almakta ve mağdurların kendilerinin istediklerini yapmasını sağlamaktadırlar. Bunu yapabilmek için de öncelikle mağdurlarının güvenini kazanmak zorundadırlar. Suçlular, bu saldırıda başarılı olabilmek için hedefteki mağdur hakkında bilgi toplamak mecburiyetindedirler. Günümüzde neredeyse her insan kendisi hakkındaki bilgileri sosyal ağlar üzerinden paylaştığı için bu durum suçlular için hiç de zor değildir. Hatta mağdurlarının en son hangi kitabı okumuş olduklarını bile bulabilmektedirler. Sosyal mühendislik yöntemini kullanan suçluların hedef firma hakkında bilgi toplayabilmek için firma kantinine ya da öğle paydosu sırasında çalışanların en yoğun bulundukları ve firma yakınında olan restorana gidip çalışanların yapmış oldukları konuşmaları dinledikleri de bilinmektedir. Kapalı alanlarda sigaranın içilmesinin yasak olması ve çalışanların sigara içmek için dışarı çıkmaları, bu suçlular için ayrı bir bilgi kazanma kaynağıdır. Kendi firmanızda neler olup bittiğini öğrenmek mi istiyorsunuz? Dışarıda sigara içen meslektaşlarınızın yanına gidiniz. Sigara içmenize gerek bile yoktur. Bir mağdura istenilen bir şeyin yaptırılması için sadece hedef şahıs ile direkt irtibata geçmeye gerek yoktur. Mağdurlar, suçlular tarafından bir e-posta ya da bir telefon konuşması ile irtibata geçilmektedir. Örneğin telefondaki saldırgan, kendisini firmanın ağ yöneticisi olarak tanıtarak, çalışanın sisteme giriş bilgilerini elde edebilmektedir. Bunun için yapması gereken tek şey, gerçek ağ yöneticisinin ismini bilmektir. Gerçek ağ yöneticisinin çalışanlar ile senli benli olup olmadığına bilgisi ise kilit öneme sahiptir. Her ne kadar özellikle firmalara zarar verebilmek için hedef sisteme yüklenen zararlı programlar, yapılan saldırılarda kullanılan yöntemler arasında, birinci sırada ise de sosyal mühendislik yöntemi, tüm

dünyada ikinci sıradadır. Hatta hedefteki bir bilgisayara zararlı bir programın yüklenebilmesi için bile çoğunlukla sosyal mühendislik yönteminin kullanıldığı göz önünde bulundurulursa bu konunun ne kadar ciddi olduğu ve çalışanların sosyal mühendislik yöntemleri konusunda bilinçlendirilmeleri gerektiği hususu ayrı bir önem kazanmaktadır. Hiçbir yazılım veya koruma programı, bir firmayı bu yönteme karşı koruyamayacağı için çalışanların meslek içi eğitimlerinde bu konuya da yer ayrılması çok önemlidir. Bir insanın bir makina gibi psikolojik olarak optimize edilebileceği ve bu şekilde manipüle edilebileceği unutulmamalıdır.

Alınması Gereken Standart Tedbirler

Siber suçlar alanında en büyük risk, insanın kendisidir. İnsanlar, hackerların hayatını oldukça zorlayabilecek tedbirleri alsalar bu kadar çok siber mağdurun olmayacağını vurgulamak gerekir. Bu tedbirlerin alınması için belli bir miktarda paranın harcanması ve belli bir zamanın ayrılması gerekmektedir. Ama şu hususun da unutulmaması gerekmektedir: Siber suçlarda maddi olarak mağdur olan sadece şahıslar değil aynı zamanda bir ülkenin kendi ekonomisi de olmaktadır. Çünkü gönderilen paraların büyük bir çoğunluğu yurtdışına çıkmaktadır. Aşağıdaki tedbirleri bilgisayar kullanan her insanın alması gerekmektedir. Bu tedbirler alınmadığında mağdur olmak ya da mağdur olduğunun farkında olmak güçtür. “Bana bir şey olmaz” düşüncesi ise mağduriyete zemin oluşturmaktadır. Aşağıdaki önlemler, mağduriyetlerin önüne geçmekte katkı sağlayıcı özelliklere sahiptir:

Hardware/Software güncellemeleri: Bilgisayarınızda bulunan işletim sistemi (Windows veya MacOS-Apple) ve kullanmış olduğunuz bütün programların en hızlı şekilde güncelleştirilmesinin yanında bilgisayarınıza takılı olan yazıcının (*printer*) veya kameranın da unutulmaması gerekmektedir. Bir güncelleme demek sisteminizde bu güncellemeyi yapana kadar bir açığın, her zaman mevcut olması demektir. Bu durumda Hackerların yaptığı tek bir şey vardır: Hangi sistemin bu güncellemeyi henüz yapmadığını bulmak (IP-Scan). Birçok program bir güncellenmenin olup olmadığını kontrol etse de bazı programlar bunu yapmamaktadır ya da söz konusu programın “ayarlar” kısmından özelliğin aktif hale getirilmesi gerekmektedir. Bilgisayar ekranına “xy programının güncel bir versiyonu mevcuttur” gelmesinin ardından “sonra hatırlat”ın tıklanması kasten “gelin, benim bilgisayarına girin” demektir. Sadece insanların tembelliği yüzünden ve sözde zamanlarının olmamasından kaynaklı olarak hackerların kontrolü altında olan birçok bilgisayar bulunmaktadır. Hackerlar, saldırılarını gerçekleştirirken tam olarak da bu bilgisayarları kullanmaktadırlar. Şayet bilgisayarınız, birdenbire çok yavaşlıyorsa biliniz ki bilgisayarınız çok büyük bir ihtimalle bir saldırı için kullanılıyordur. Yani suça ortak oluyorsunuzdur. Bu saldırılar için en çok kullanılan bilgisayarlar listesinde Türkiye, tüm dünyada, üçüncü sıradadır. Özellikle “WLAN” fonksiyonu olan yazıcıların bir güncellemesi olup olmadığının sıklıkla kontrol edilmesi gerekmektedir. Bu fonksiyona sahip yazıcıların içinde bir ağ kartının olduğu ve ağ sisteminize bağlı olduğu unutulmamalıdır. Bir

yerde böyle bir yazıcı, yazıcı olarak değil, ağıma bağlı bir bilgisayar gibi algılanmalıdır. Günümüzde artık, her türlü işlemi üstlenen (fotokopi, tarayıcı, yazıcı) büyük ofis yazıcıları mevcuttur. Bu yazıcılar, genellikle firmaların koridorlarında bulunmakta ve içlerinde, çalışanların basmak için göndermiş olduğu dokümanların saklandığı, 1 TB (*Terabyte*) büyüklüğünde bir hard disk bulunmaktadır. Yani birazcık rol yapabilme yeteneği olan biri, tamirci kılığına girerek bu hard disk yazıcıdan çıkartabilir ve yerine boş bir harddisk takabilir (*Social Engineering*). Hâlbuki bu sabit disklerin şifrlenmesi mümkündür. Öbür taraftan, bu tip yazıcıların ayarlar kısmında bir şifre ile korunan *ağ yöneticisi* bölümü bulunmaktadır. Buradaki şifre, üretici firma tarafından konulmuş bir şifredir. Hangi yazıcının ve hangi yazıcı modelinin hangi şifreye sahip olduğu ise Darknet'te bir Excel-Listesi olarak bulunabilmektedir. Bu yüzden, bu tip yazıcıların kurulmasının ardından, şifrelerin, şirketin ağ yöneticisi tarafından değiştirilmesine gerek vardır. Aksi takdirde suçluların bu yazıcılar üzerinden, şirketin ağına girebilmeleri mümkün olabilmektedir. Özellikle bu yazıcılarda bulunan USB girişlerinin kapatılması gerekmektedir. Böyle bir yazıcı bir firma için satın alıncaksa *firewall* özelliği olan modellerin seçilmesi önerilir.

Güvenli ve çeşitli şifreler: Bir kişi şifre olarak “123456” ya da “şifre” kelimesini kullanıyorsa bu kişilerin bilgisayar kullanması yasaklanmalıdır. Bu şifrelerin dünyada en çok kullanılan şifreler listesinde ilk iki sıraya yerleşmiş olması, tehlikenin açık göstergesidir. “123456” şifresinin kullanılması ne kadar tehlikeliyse güvenli bir şifre olmasına rağmen aynı şifrenin her yerde kullanılması da o kadar tehlikelidir. Suçlular, herhangi bir yerde bir şifrenize ulaşmışlarsa ve siz bu şifreyi her yerde kullanıyorsanız, bütün hayatınız, suçluların eline geçmiş olacaktır. Ama bu suçlular, yani hackerlar da insandır. Onlar da hata yaparlar. Örneğin onların en çok kullandığı şifre “Hack”tır. Bir şifrenin güvenli olması için, öncelikle kullandığımız bilgisayarın temiz olması gereklidir. Şayet bilgisayarınız Hackerların kontrolü altındaysa, yani bir virtüs (Troja) kapmış ise, şifrenizi her gün değiştirmeniz, fayda etmeyecektir. Bu durumda Hackerlar sisteminize bir *Keylogger* programı yerleştirmekte ve bu program sayesinde, bilgisayarınızın klavyesinde yapmış olduğunuz her giriş, girdiğiniz her harf ve sayı bir dosyada saklanmaktadır. Bu dosya ya her gün arka planda, otomatik olarak, suçlulara e-posta üzerinden gönderilmekte ya da Hacker, bilgisayarınıza girerek, bu dosyayı almaktadır. Her yerde başka bir şifrenin kullanılması, düşünüldüğü kadar zor bir şey değildir. Bu konuda yardımcı olabilecek, Password-Manager denilen programlar mevcuttur. Bu programların yardımıyla siz yine, her zamanki gibi, her yerde aynı şifreyi giriyorsunuz, ama bu program sizin için her yerde başka bir şifre giriyor. Bu şifreler de sabit disk üzerinde, özellikle bu program için oluşturulmuş ve şifrelenmiş bir bölgesinde saklanıyor. Güvenli bir şifre için, günümüzdeki standart (2020), şifrenin on iki haneli olması ve büyük/küçük harf, sayı ve ünlem işaretinin kullanılmasıdır. Şifrenizin veya şifreniz içindeki bir bölümün, bir sözlükte bulunabilecek, belli bir kelimenin (çocuğunuzun ismi, tutmuş olduğunuz takım veya bir nesne ismi gibi) olmaması gerekmektedir. Hackerların elinde, tüm dünyada konuşulan bütün dillere ait sözlükleri içeren, birçok dosya bulunmaktadır. Bu şekilde belli bir yöntem kullanarak (*Dictionary Attack*) şifre-

nize ulaşılabilmektedir. Lütfen doğum yılınızı, şifrenizin içinde kullanmayınız. Bunu, tüm dünyada, insanların %60'ı yapıyor ve doğum yılınıza ulaşmak gerçekten çok kolay:

Çok faktörlü kimlik doğrulaması (Multi-*Factor-Authentication*): Birçok sosyal ağ, e-posta sunucuları ve alışveriş sayfaları, iki faktörlü kimlik doğrulaması hizmetini sunmaktadır. Bu hizmeti alabilmek için kullanıcının kendisinin, bu seçeneği aktif hale getirmesi gerekmektedir. Bu yöntem ile kullanıcı bir sayfada giriş yapabilmek için e-mail adresini ve şifresini girdikten sonra cep telefonuna SMS yoluyla bir şifre daha gönderilmektedir. Bu sayede sadece bu şifre girilirse söz konusu sayfaya giriş yapmak mümkün olmaktadır. İkinci şifrenin gönderilmesi sadece SMS yoluyla değil aynı zamanda, anahtarlığımıza takabileceğiniz bir aletle de (*Security-Token*) mümkündür. Siber suçlular, bazı kullanıcıların giriş bilgilerini çaldıktan sonra şifreleri değiştirmektedirler. Böyle bir durumda da bu yöntem ile yeni şifre SMS yoluyla gönderildikten sonra mağdurların kendi hesaplarını tekrar kontrol altına almaları mümkün olabilmektedir. Sonuç olarak çok faktörlü kimlik doğrulaması, birbirinden bağımsız iki aletin (bilgisayar ve cep telefonu), bir sisteme güvenli bir şekilde giriş yapılmasını sağlamaktadır. Birçok banka da bu yöntemi kullanarak müşterilerinin sisteme giriş yaparken klavyeyi nasıl kullandıklarını, hangi hızla tuşlara bastıklarını bile kontrol etmektedirler (*Behavioral Analysis* veya *Keystroke Biometrics*). Bu hizmeti sunan firmaların başında, Almanya'daki *KeyTrac* ya da İsveç'te bulunan *BehavioSec* gelmektedir. Şayet müşterileri giriş bilgilerini, her zamanki gibi hızlı değil de yavaş girdiyse online-bankacılık sayfası, müşterinin bilgilerini tekrar girmesini istemektedir. Bazı şirketler, iki değil, hatta üç faktörlü kimlik doğrulaması da kullanmaktadır:

- *Sahip olduğunuz bir şey (Cep Telefonu gibi)*
- *Vücudunuzda olan bir şey (Parmak izi gibi)*
- *Bildiğiniz bir şey (Şifreniz gibi)*

Yetkileri kısıtlı (misafir) hesaplar ve WLAN-modemler: Evinize bir misafirinizin geldiğini düşününüz. Günümüzde, misafirlerin sorduğu ilk soru: *İnternet şifresi ne?* Sonuçta bu soruyu soran kişiyi tanıdığınız için şifrenizi veriyorsunuz. Belli bir zaman sonra, misafiriniz, dizüstü bilgisayarınızı istiyor. Yine veriyorsunuz. Burada bilinmesi gereken bir şey vardır: Az önce misafirinize, her şeyinizi verdiniz. Hele bir de misafiriniz bilgisayarlar ve ağlar konusunda, bilgi sahibi ise hayatınızın kararması bile söz konusu olabilir. Çocuklarınızın olduğu ve çocuklarınızın arkadaşlarına da şifreyi verdiğini göz önünde bulundurursak şifrenizi bilen kişi sayısı oldukça büyüktür. Teknik olarak aynı ağ üzerinde bulunan bütün aletlerle (Bilgisayarlar, cep telefonları, tabletler, televizyon, oyun konsolları, vb.) yani aynı modem üzerinden internet ile bağlantıya geçen her alet ile bağlantı kurmak mümkündür. Pek tabii ki bunu herkes yapamaz, ancak bir kişi bu işlerden anlıyorsa modeminizin şifresini bildikten sonra, her yere girmesi mümkündür. Akıllı ev konseptini de düşündüğünüzde bütün hayatınız teknik olarak şifrenizi bilen her kişinin eli altındadır. Şifrenizi kimseye vermiyorsanız, peki

modeminizin şifresini ve ağınızın ismini değiştirdiniz mi? Çünkü modeminizin, yani ağınızın ismi ve şifresi, genellikle modeminizin arkasında veya altında yazıyor. Modem kurulumunun ardından bu bilgilerin değiştirilmesi gerekmektedir. Eğer değiştirmezseniz, marka ve model bilgileri ve nasıl girileceği bilgisi Dark-Net'te mevcuttur. Hoteller, restoranlar veya cafeler gibi halka ve müşterilere açık olan ağları düşünmek, insanın tüylerini ürpertiyor. Bazılarında ağa girebilmek için şifre bile bulunmuyor. Bu tip yerlerde internete girmek gerekiyorsa gerekli önlemlerin alınması şarttır. Örneğin, bir VPN (*Virtual Private Network*) Tüneli açarak bağlantı, güvenli bir hale getirilebilmektedir. Bu hizmeti sunan programlar ve akıllı telefon uygulamaları bulunmakla birlikte virüs yazılımları da bu opsiyonu sunmaktadır. Bir bilgisayara bir programın yüklenebilmesi için yönetici (*Administrator*) yetkisinin olması gerekmektedir. Böyle bir yetki yoksa herhangi bir şeyin sisteme yüklenmesi mümkün değildir. O yüzden de bilgisayar ile internette dolaşılacak ise misafir hesabıyla dolaşmak, alınabilecek en güzel tedbirdir. Bu şekilde şayet tehlikeli bir sayfada iseniz, bunun farkında değilseniz ve bu sayfa arka planda sisteminize zararlı bir program yüklemeye çalışırsa, başarılı olamayacaktır. Diğer bir deyişle dizüstü bilgisayarınızı misafiriniz bir şeye bakmak için kullandığında misafir hesabını açıp, öyle veriniz. Misafir hesabı, modeminizde de oluşturulabilir. Bu şekilde misafirlerinize, kendi internet şifrenizi değil, misafir hesabı şifresini verebilirsiniz.

Virüs koruma yazılımları: Bir bilgisayarda virüs koruma yazılım programı yoksa o bilgisayar ve kullanıcısı için yapılabilecek hiçbir şey bulunmamaktadır. Her gün yaklaşık 300.000 adet yeni virüs veya virüs versiyonlarının ortaya çıkmasına rağmen böyle bir tedbire lüzum hissedilmemişse bilgisayarınızı internete bağladığımız saniye içerisinde bilgisayarınız artık virüslüdür ve başkalarının kontrolü altındadır. O yüzden, yeni bir bilgisayar alınırsa, USB üzerinden öncelikle bilgisayara güncel bir virüs yazılımının kurulup, ondan sonra ağa alınmalıdır. Akıllı telefonlarda da özellikle Android işletim sistemli akıllı telefonlarda, bir virüs uygulamasının kurulması gerekmektedir. Bir virüs yazılım programının veya uygulamasının sadece kurulması da yeterli değildir. Programın, kullanıcının ihtiyacına göre, doğru ayarlanması gerekir. Sadece programın kurulmuş olması, %100 yeterli değildir. Günümüzde evde kullanım için Windows tabanlı bir işletim sistemine sahip iseniz Microsoft firmasının kendi virüs yazılımı (*Defender*) yeterlidir. Defender'ın aktif olması halinde, başka bir virüs yazılımının kurulması doğru değildir. Kurulması halinde Defender'ın pasif hale getirilmesi gerekmektedir. Yoksa iki program, karşılıklı olarak, sürekli birbirlerini engellemeye çalışıp, sisteminizin yavaşlamasına sebep olabilecektir. Bütün bunların olabilmesi için tek bir şart vardır: lisanslı bir işletim sistemi ve lisanslı programlar kullanmak.

Diğer tedbirler: Şayet bir e-postayı şifrelemeden gönderirseniz bunun mektup zarfı olmadan gönderilen bir posta kartından farkı yoktur. Yani göndermiş olduğunuz mesaj herkes tarafından okunabilir, mesajınız yoldayken alınıp değiştirilebilir (*Man-in-the-middle attack*) ve bütün iletişiminiz denetlenebilir. O yüzden, özellikle şirketlerde, mesajların şifrenmesi, en azından dijital olarak

imzalanması, güvenli bir iletişim için çok önemlidir. Bulut (*cloud*) sistemlerinin kullanılması halinde de dosyaların veya resimlerin öncelikle kendi sistemlerinde şifrelenmesi ve daha sonra bir Cloud Server'ına yüklenmesi, bazı şirketler ve özellikle kamu kurumları için casusluk faaliyetleri veya sanayi casusluğu açısından önleyicidir.

Son olarak, insanların artık bilgi tasarrufu yapmaları ve hoşlandıkları veya hoşlanmadıkları herşeyi, durmadan bildirmeyi, arkadaşlarının kim olduğunu göstermeyi, hayallerini veya umutlarını herkese anlatmayı bırakmaları, düşüncelerini ve umutlarını açıklarken bunu herkesin okuyabileceğini unutmamaları gerekmektedir. Bazı şeyleri kendinize saklayınız, güven içerisinde yaşayıp, yaşamımızın keyfini, aileniz ile birlikte çıkarınız.

Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Hareketler

Ömer Çaha

Prof. Dr. Ömer ÇAHA / omercaha@yahoo.com

Prof. Dr. Ömer Çaha, 1989 yılında ODTÜ, Sosyoloji Bölümü'nden mezun olmuş, ardından Bilkent Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde yüksek lisansını tamamlamıştır. 1993 yılında Bilkent Üniversitesi'nde doktorasını tamamlayarak Kırıkkale Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümü'nde öğretim üyesi olarak göreve başlamış ve 1996 yılında doçentliğini almıştır. Ağustos 1999'dan itibaren Fatih Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde çalışmış. 2004 yılında profesörlüğe yükselmiştir. 2001 yılında Harvard Üniversitesi'nde misafir öğretim üyesi olarak "Din-Devlet" ilişkileri üzerine çalışmalar yapan Çaha, Amerika ve Fransa başta olmak üzere değişik ülkelerde farklı konularda araştırmalar yapmıştır. 2011 yılında siyaset bilimi alanında Türkiye Bilimler Akademisi üyeliğine seçilmiştir. Çok sayıda akademik çalışması yayımlanan Dr. Çaha, halen İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Hareketler

Ömer Çaha

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Giriş

Bilgi toplumu, ağ toplumu ve küresel çağda yeni sosyal hareketler gibi alanlardaki çalışmalarıyla bilinen iletişim bilimci Manuel Castells, “teknoloji toplumu oluşturmaz; aksine toplum değerlerine, ihtiyaçlarına ve çıkarlarına göre teknolojiyi oluşturur” der (Castells, 2005: 3). Aslında toplumsal ilişkiler, değerler ve normlar üzerindeki etkisi dikkate alındığında, toplum tarafından meydana getirilmiş olmasına rağmen teknolojinin toplumu derinden etkilediği hatta bazı yönleriyle yeniden inşa ettiği görülmüştür. Bugün dijital teknoloji, geleneksel sosyal yapıların ve ilişkilerin seyrini derinden etkileyerek toplumu farklı bir noktaya evirmektedir. Bir zamanlar sanayi toplumu, sanayi sonrası toplum, bilgi toplumu derken bugün artık ağ toplumundan ve onun ortaya çıkardığı ilişki biçiminden söz etmekteyiz.

Dijital teknoloji üzerinden gelişen yeni medya, toplumsal değerlere, kurumlara, ilişkilere ve süreçlere yeni bir boyut kazandırmaktadır. Yeni medyanın derinden etkilediği sosyal oluşumlardan biri de toplumsal hareketlerdir. Bu çalışmada yeni medya araçlarının toplumsal hareketler üzerindeki çok yönlü etkisi üzerinde durulacaktır. Geleneksel medyanın işlevleri, sosyal medyanın toplum ve toplumsal hareketler üzerindeki çok yönlü etkisi, geleneksel ve yeni toplumsal hareketlerin benzeşen ve ayrışan yönleri ve nihayetinde sosyal medyanın toplumsal hareketler üzerindeki etkileri bu çerçevede analiz edilecektir.

Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya

Radio, televizyon ve gazete gibi görsel, işitsel ve yazılı iletişim araçları üzerinden gelişen geleneksel medyanın belli başlı bazı özellikleri vardır. Bunlar birkaç noktada toplanabilir. Her şeyden önce geleneksel medya iktidar odaklıdır. Kapalı toplumlarda medya, devletin tekelinde olup kitleleri tek yönlü bilgilendirme ve siyasi iktidarın eylemlerini meşrulaştırma işlevine sahiptir. Bu tür toplumlarda bireyin medya araçları arasında seçim yapma şansı yoktur. Oysa demokratik toplumlarda medya özel sektöre de açık olduğu için daha fazla farklılaşmıştır. Ancak bu toplumlarda da medya iktidar nesnesi olmaya devam etmektedir. Zira med-

yanın arkasında genel olarak bir sermaye grubu bulunur ve bu sermaye grubu, medyayı iktidar mücadelesinde kilit bir faktör haline getirir. C. Wright Mills'in vurguladığı gibi, medya Amerika'da ülkeyi yöneten iktidar odaklarından biri haline gelmiştir (Mills, 2017). Amerikan medyasının giderek birkaç firma veya ailenin elinde tekelleştiği bilinen bir gerçektir. Hatta Amerika'daki medya devleri, küresel düzeyde de medya kanalları üzerinde bir tekel oluşturmuş durumdadırlar. Medyanın dördüncü kuvvet olarak sistem üzerindeki etkisi sadece Amerika'da değil dünyadaki her demokratik toplumda görülen bir şeydir. Medya ya iktidar odaklarıyla birlikte hareket ederek iktidara ortak olmakta ya da iktidarlar üzerinde baskı kurmak suretiyle onlardan pay devşirmektedir. Medya imparatorluğu olarak literatüre geçen tanımlama, medya sahiplerinin sadece ekonomik gücüne değil, aynı zamanda siyasi gücüne de işaret eder (Kellner, 2011)

Geleneksel medya, sermaye odaklı bir yapılanmaya dayanır. Medya, bu yönüyle önemli bir ticari faaliyet alanının merkezindedir. Ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesiyle birlikte medyanın ticari işlevi daha da artar. Medya araçları bugün reklam dünyasının sergilendiği bir sahneye dönüşmüş durumdadır. Reklam pastası, ekonomilerin gücüne bağlı olarak büyük bir yekûn tutmaktadır. Yapılan tahminlere göre 2020 yılında küresel düzeydeki reklam harcamaları toplam 660 milyar dolar olacaktır (Mediacat, 2020). Bu meblağın aslan payını yazılı ve görsel medya araçları almaktadır. Türkiye'de ortalama 4 milyar dolar civarındaki reklam pastasının da büyük bir kısmını medya kuruluşları almaktadır (Medyafaresi, 2015). Bu nedenle televizyonlarda muayyen bir zaman içinde izlediğimiz bir programın kendisi kadar da reklam bombardımanına maruz kalırız. Medyanın ekonomik boyutu hiç kuşkusuz geleneksel medya ile sınırlı değildir. Yeni medya araçları da ekonomik faaliyetlerin odağında yer almaktadır.

Geleneksel medya, hiyerarşik ve dikey bir yapılanmaya dayanır. Okuyucu kitlesi ile patron arasındaki hiyerarşik zincirin üzerinde çok sayıda halka yer alır. Geleneksel medya araçları, patron, genel yayın yönetmeni, farklı faaliyetlerden sorumlu departman yöneticileri, prodüktörler, program yapımcıları, yayın direktörleri, kameramanlar, muhabirler, pazarlamacılar gibi farklı görevlerle ilgilenen devasa bir orduya sahiptir. Televizyonda gösterilen ortalama bir programda program yapımcısı, yönetmen, yönetmen yardımcısı, yapım sorumlusu, prodüksiyon amiri, sunucu, stüdyo şefi, dekoratör, kostümcü, makyöz, kuaför, kameraman, taşıyıcı elemanlar gibi çok sayıda farklı pozisyonda personel görev yapar. Görev tanımları ve birimleri farklı olmakla birlikte bu husus gazeteler için de geçerlidir. Medyada çalışanlar arasında patrona kadar uzanan hiyerarşik ve dikey bir yapı söz konusu olup, emir ve direktifler tepeden aşağıya iner.

Geleneksel medyanın tartışmaya yol açan bir diğer özelliği de tek yönlü bilgilendirici karakteridir. Geleneksel medya araçları, haberi veya bilgiyi tek yönlü işleyen bir mesaj şeklinde alıcısına ileterek, bireyi pasif alıcı konumuna düşürür. Eleştirel teoremin önemli isimlerinden Herbert Marcuse, *Tek Boyutlu İnsan* adlı eserinde bireyin tek yönlü bilgilendirici medya sarmalında nasıl tek boyutlu bir karakter kazandığına dikkat çekmektedir (Marcuse, 2010). Aslında bireyin “ras-

yonel seçici” bir aktör olduğu gerçeği dikkate alındığında, medyanın rasyonel birey üzerinde her halükârda belirleyici bir etkiye sahip olup olmadığı tartışma konusudur. Ancak bireyin özgür seçimine dayalı olsa bile medyanın tek yanlı bilgilendirici özelliği, bireyi pasif alıcı konumuna düşürmekten alıkoymaz. Birey, elindeki medya aracına kendisini katma imkânına sahip değildir; en fazla onu tüketip ya da tüketmeme yoluna gidebilir. Bireyin geleneksel medya araçlarıyla diyalojik bir ilişki geliştirme, aldığına reaksiyon verme, onu eleştirme, ona kendisini katma veya sesini duyurma gibi bir imkânı yoktur. Tükettiği medya aracına karşı bu tür tepkiler geliştirse bile bu tepki kendisi ile medya aracı arasındaki duvara çarpıp ve kendisine geri döner.

Dijital teknoloji üzerinden gelişen yeni medya, bazı yönleriyle geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Yeni medyanın en önemli ürünü sosyal paylaşım ağlarıdır. Sosyal medya olarak literatüre geçen paylaşım ağlarının başında bugün Twitter, YouTube, Facebook, Instagram, Whatsapp, blog ve vlog gibi araçlar gelmektedir. Bu tür paylaşım ağlarını geleneksel medyadan ayıran belli başlı özelliklerinden biri, geleneksel medya gibi bir mülkiyet ilişkisine dayanmamalarıdır. Kuşkusuz sosyal paylaşım araçlarını üretenler bunlar üzerinden ciddi gelirler elde ederler. Ancak yararlanıcıların bu ağlarla ilişkisi geleneksel medyadaki gibi mülkiyet ilişkisi içermez. Bugün sosyal medya araçlarının büyük bir kısmı anonim nitelikte olup ortalama tüketici için ücretsiz hizmet vermektedirler.

Sosyal medya araçları, geleneksel medya araçlarında olduğu gibi hiyerarşik ve dikey bir ilişkiye dayanmaz. Sosyal paylaşım ağları, herkesin birbiriyle yatay ilişki geliştirmesine imkân sağlayan ortamlar oluştururlar. İletişim ve etkileşimde bulunanlar arasında medya aracının kendisinden kaynaklanan bir alt üst ilişkisi yoktur. Kuşkusuz toplumsal statüler, roller burada da ilişkileri belirleyici olabilir. Ancak paylaşım ağının kendisi bir hiyerarşiye yol açmaz. Dolayısıyla sosyal paylaşım ağlarında paylaşıma giren haberler, bilgiler veya fikirler yukarıdan aşağıya dikey bir akış içinde değildir; daha çok yatay bir düzlemde diyalojik bir paylaşımaya dayanırlar. Bu da sosyal medya araçlarının başka bir özelliği olan karşılıklı iletişim ve etkileşime zemin hazırlar. Bilindiği gibi “iletişim” kavramı geleneksel veya yeni tüm medya araçları için kullanılan bir kavramdır. Geleneksel medya araçları için daha çok *mass media*, yani kitle iletişim aracı tanımlaması yapılırken, yeni medya araçları için ise *multimedia*, başka bir deyişle çoğul iletişim aracı tanımlaması yapılır. Birincisinde, yukarıda ifade ettiğimiz gibi bir merkezde üretilen bilgi kitlelere yayılırken ikincisinde ise bilgi, alıcıların da kattıklarıyla çoğul bir karakter kazanır. Sadece araçlar değil, onunla etkileşim biçimi de çoğul niteliktedir. Geleneksel medya araçlarında karşılıklı bir iletişimden söz edilemez. Bu araçlar gerçekte “iletişim” değil, “ileti” işlevi görürler. Bir merkezde üretilen mesajı alır bunu kitlelere iletir. Oysa yeni medya araçlarında gerçek anlamda karşılıklı bir etkileşim ve iletişim söz konusudur. Sosyal paylaşım ağlarında yer alan birey kendisine sunulan bir bilgiyi tek yönlü alan pasif bir alıcı konumunda değildir. Aksine bilgiye kendisini katar, onu geliştirir, yayarak başkasıyla paylaşır veya eleştirir ve çürütür. Kısaca, aldığı mesajla karşılıklı bir etkileşim içindedir. Bir bakıma onu yeniden üretme imkânına sahiptir.

Sosyal medya, geleneksel medya gibi belli bir fiziki mekâna ihtiyaç duymaz. Paylaşım ağları, bireyin önüne serbest ve sınırsız bir sanal dünya koyarak bu dünyaya her yerden katılımına imkân sağlar. İnternetin ulaşabildiği her yere ulaşıp oradaki insanlarla iletişim ve etkileşime girmek mümkündür. Bu özelliğiyle sosyal medya araçları bilginin, düşüncenin, haberin, ekonomik değeri olan emtianın sınır tanımaksızın paylaşılmasını mümkün kılmaktadır. Bir olayı haber konusu yapmak için artık uyduyla bağlantısı olan donanımlı devasa araçlara, kameralara, antenlere gerek yoktur. Cep telefonu ile G teknolojisini kullanarak dünyanın herhangi bir yerinden bir olayı haberleştirebilir veya canlı yayın yapabiliriz. Sosyal paylaşım ağları, bilgiyi mekânsızlaştırırken, mekânı da geçişkenleştirmekte ve saydamlaştırmaktadır. Dijital medya sayesinde artık mekân ve sınır engel olmaktan çıkmıştır.

Sosyal medya, bilginin adem-i merkezileşmesine hizmet eder. Bilgiyi tekelleştiren ve bunu iktidar veya ticari bir manipölasyon aracı haline getiren geleneksel medyanın aksine bilgi tek bir bireyin üretimine açılacak kadar yaygınlaşmakta, böylece çok merkezli bir boyut kazanmaktadır. Artık bir program için devasa yapımcı ekiplere ihtiyaç hissetmeksizin tek bir kişi açtığı blog veya vlog üzerinden bir gazete veya televizyon yayını yapabilmektedir. Geleneksel medya araçları, bilginin tüketilmesi sürecinde bireyselleştirici bir etkiye sahiptir. Oysa yeni medya araçları, hem üretim hem de tüketim sürecinde bireyselleşmeyi sağlamaktadır. Castells bunu *networked individualism*, yani sosyal ağlarda gelişmiş bireyselleşme olarak tanımlamaktadır (Castells, 2005:12). Kısaca, sosyal paylaşım ağlarının sağladığı iletişim deryasında, kişinin daha fazla kendisi olduğunu, Marcuse'un altını çizdiği tek boyutlu pasif birey konumundan kurtulduğunu söyleyebiliriz.

Sosyal medya araçları, geleneksel medyadan farklı olarak bireyle ilgili her tür bilgiye erişme ve bunu farklı amaçlarla kullanma potansiyeline sahiptir. Geleneksel medya, kendi ürününü, tek tek kişilerle ilişki kurmaksızın onlara kitle yapısı içinde ulaştırır. Oysa sosyal medya araçları, kendi kullanımını kişinin bilgisini almakla, başka bir deyişle üye yapmakla mümkün kılmaktadır. Bu da kullanıcıya ait bilgilerin tek merkezde toplanması ve icabında bireyin rızasının dışında başka amaçlarla kullanılması tehlikesini beraberinde getirir. Bununla birlikte, internetteki dolaşımdan, ziyaret edilen sitelerden ve yapılan paylaşımlardan hareketle kullanıcıların zevkleri, hobileri, ihtiyaçları ve tercihleri tespit edilmekte; bunlar ticari ve siyasi amaçlarla kullanılabilir. İnternette bir konuyu araştırdığımızda o konuyla ilgili malzemelerin reklamlarına boğuluyoruz. Bugün birçoğumuzun cep telefonuna üst düzey yöneticilerden, milletvekillerinden, belediye başkanlarından, şirketlerden, mağaza zincirlerinden ve bankalardan rızamız dışında mesajlar yağabilmektedir. Sosyal medya, öte yandan, denetlenemeyen ve devletlerin egemenlik alanını aşan bir alanda faaliyet göstermesi bakımından gerek kişiler, gerekse kurumlar, iktidarlar ve hatta ülkeler açısından manipölasyona uygun bir zemin oluşturmaktadır. Asılsız iddialarla birilerini karalamak, yıpratmak, itibarını sarsmak sosyal paylaşım ağları üzerinden mümkündür. Yine kitleleri asılsız ve doğru olmayan haberlerle ve bilgilerle manipüle ve hatta tahrik edip sokaklara dökmek bu tür medya araçları sayesinde

zor değildir. Sosyal paylaşım ağları, öte yandan şiddet içerikli paylaşımlara da aracılık etme potansiyeline sahiptir. Bugün gerek yerel gerekse küresel düzeyde örgütlenmiş olan terör örgütleri de sosyal paylaşım ağlarını kullanarak üye devşirmekte ya da örgütsel faaliyetlerde bulunmaktadırlar.

Sosyal Medya ve Değişen Siyaset Tarzı

Siyaset bilimi literatüründe, siyasete ilişkin ana hatlarıyla üç genel yaklaşım bulunmaktadır. Birincisi, siyaseti iktidara talip olma mücadelesi olarak gören yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre siyaset, iktidar için mücadeleyi içeren bir faaliyet alanıdır. Siyasetin öznelere, iktidarı ele almak, iktidara ortak olmak veya iktidarı kendi beklentileri, değerleri ve tercihleri doğrultusunda etkilemek ve baskı altına almak için faaliyet gösterirler (Heywood, 2016). Siyasete ilişkin ikinci yaklaşım, siyaseti iktidara ortak olmak yerine iktidarı değiştirip dönüştürme faaliyeti olarak gören anlayışa dayanır. 1960'lardan sonra gelişen yeni toplumsal hareketler, iktidarı değiştirmeyi ve dönüştürmeyi öngören yeni bir siyaset tarzı geliştirdiler. Bu kulvarda gelişen siyaset tarzı, çok merkezli olup yatay ilişkilere dayanır; katılım ve özgürlüğü merkezine alan aktif vatandaşlık üzerinden seyreder.

Siyasete ilişkin üçüncü bir yaklaşım Michel Foucault'un kullanışıyla popüler hale gelen ve beden üzerinden geliştirilen biyopolitika anlayışına dayanır (Koç, 2018: 193). Foucault, bedeni küçük bir devlet olarak kabul eder. Ona göre otorite bu bedene hükmetmek, onu şekillendirmek ve yeniden üretmek suretiyle iktidarını pekiştirir (Foucault, 2019). Foucaultcu iktidar anlayışına göre toplumsal hayatta karşılaşılan tüm ilişkiler esas itibarıyla alt-üst ilişkisine dayanır. Dolayısıyla içinde güç barındırır. İki kişi arasındaki ilişkide bile biri daha aktif ve baskın, biri daha pasiftir. Bu da iktisadi ve siyasi gücün yanı sıra uzmanlıktan, bilgiden, statüden kaynaklanan bir iktidar ilişkisini beraberinde getirir. Bu bakımdan Foucault'a göre iktidar, ilişkilerden kaynaklanır ve her yerde görülür.

Geleneksel siyaset anlayışı daha çok birinci yaklaşım üzerinden gelişmiştir. Siyasi partilerden ve sendika gibi sosyal hareketlerden oluşan siyasal örgütlerin temel hedefi, ele geçirmek veya etkilemek suretiyle iktidara ortak olmaktır. Klasik siyaset; seçimlere katılma, protesto, gösteri, lobi, dilekçe, kampanya, propaganda, miting gibi faaliyetler üzerinden yapılır. Bu siyasi araçlardan hangisinin ön plana çıkacağı ve yaygın olarak kullanılacağı toplumların sosyolojik yapısına, yönetilme biçimine, siyasal kültürüne, iktidar muhalefet ilişkisine, ülkedeki siyasal özgürlükler düzeyine bağlıdır. Yönetimlerin toplumsal taleplere açık ve duyarlı olduğu toplumlarda siyaset daha yumuşak ve katılımcı tarzda seyreder. Buralarda yöneticilerin ikna edilmesine dayalı lobicilik faaliyetleri ön plana çıkar. Öte yandan ideolojik, siyasi, etnik veya dini farklılaşmanın yaygın olduğu, ancak özgürlüklerin sınırlı olduğu toplumlarda siyaset yapma tarzı daha serttir. Bu tür ülkelerde meydanlar, sokaklar daha ateşli ve harareti olur.

Klasik siyasetin ana aktörleri siyasi partilerdir. Siyasi partiler, bir toplumdaki farklı çıkarları bir araya getiren makro düzeydeki örgütlerdir. Demokratik toplumlarda iktidarın yanı sıra örgütlü muhalefetin de merkezi aktörleri siyasi par-

tilerdir. Ancak demokrasilerde siyaset, siyasi partilerin uhdesinde seyretmesine rağmen siyasete katılmak değişik mekanizmalarla da mümkün olabilmektedir (Bayat, 2008). Partilerin yanı sıra sivil toplum örgütleri, yerel yönetimler bünyesinde oluşan kent konseyleri, kulüpler, platformlar, enformel sosyal hareketler, siyasetin ve siyasal katılımın değişik mecraları olarak temayüz ederler. Siyasetin gerçekleştiği alanlara baktığımızda da karşımıza meclisler, kent meydanları, sokaklar, kafeler, lokaller, medya kuruluşları gibi mecralar çıkar. Geleneksel siyaset, ana hatlarıyla bu tür fiziki mekânlarda gerçekleşir.

Yapılan araştırmalara göre demokrasinin kurumlaşmasıyla ters orantılı olarak kitlelerin siyasete karşı ilgisi azalmaktadır. Özellikle seçimler üzerinden gerçekleşen katılım oranı, gelişmiş demokrasilerde düşük düzeyde seyretmektedir. Bazı toplumlarda seçime katılma oranı yüzde 40'lara kadar düşmüştür. Uluslararası düzeyde yapılan çalışmalara baktığımızda katılım faaliyeti bakımından vatandaşların genel olarak "aktif katılımcılar", "pasif destekleyiciler" ve "ilgisizler" olmak üzere üç kategoride yer aldığını, ilgisizlerin giderek geniş toplumsal kesimlere yayıldığı görülmektedir (Milbarth & Goel, 1977). Gelişmiş toplumlarda seçimlere karşı ilginin azalmasına yol açan farklı nedenler vardır. Siyasetin bireysel yaşamda fazla belirleyici olmayışı, toplumsal refahın alt sınıfları kapsayacak şekilde dengeli dağılması, herkesin sistemden yararlanma imkânına sahip olması gibi faktörler, bireylerin siyasete karşı ilgisini düşürmüştür. Ancak siyasi aktörler veya siyaset üzerinden kriz ve çatışma nesnesi olabilecek sorunlar, siyasete ilgiyi artırmaktadır. Bunun tipik örneğini Amerikan toplumunun son seçimlerdeki tutumunda görüyoruz. Daha önce katılım oranı yüzde 40'lara kadar düşmüş olan Amerika'da siyahi bir lider olan Obama'nın başkanlığa aday oluşuyla birlikte taraftar ve karşıt kitleler harekete geçmiş, bu da seçime katılımın yüzde 80'lere varmasına yol açmıştır. Benzer bir durum Başkan Trump'ın adaylığı sürecinde de görüldü. Liderlerin şahsında somutlaşan siyasi kutuplaşma, Amerika'da son zamanlarda siyasete ilgiyi ve seçime katılımı arttırmıştır. Benzer bir siyasi kutuplaşmanın Türkiye'de de seçimlere olan ilgiyi arttırdığını söyleyebiliriz.

Sosyal medya, hem ilgisiz kitlelerde siyasete karşı ilgiyi uyandırmış hem de siyasetin niteliğini ve mecrasını değiştirmiştir. Her şeyden önce siyaset yapmayı kolaylaştırdığı için kitlelerin sosyal paylaşım ağları üzerinden siyasi olaylara ve bilgilere ulaşımı kolaylaşmış, bu da siyasi ilgiyi kitleler nezdinde arttırmıştır. Sosyal medyayla birlikte siyaset yapmanın araçları değişmiş, sosyal paylaşım ağları, siyasetin gerçekleştiği bir mecraya dönüşmüştür. Kitleler, bu tür paylaşım ağları üzerinden siyasi söylemleri takip etmekte, onları ya paylaşarak yaymaya hizmet etmekte ya da onlara karşı eleştiri ve reaksiyon geliştirerek onlara karşı alternatif paylaşımlarda bulunmaktadır. Artık partilerin, kent meydanlarının, sokakların yerini internete bağlı bilgisayarlar, cep telefonları ve tabletler almıştır. Bu tür araçlar üzerinden siyaset, miting, toplantı veya gösteri yerine; bilgi ve haber paylaşımı, fıslı, manipülasyon, sözel veya görsel malzemeler üzerinden propaganda, eleştiri, mizah gibi etkinlikler üzerinden gelişmektedir.

Özellikle mizah, sosyal paylaşım ağlarında önemli bir araç olarak başvuru bir etkinliktir. Tiye almak, hafife almak, dalga geçmek, içeriğini boşaltmak, alaycı

bir dille yeni bir formata çevirmek gibi yollarla son derece ciddi bir mesaj mi-zah imkânları kullanılarak tahrif edilip anlamsız hale getirilebilmektedir. Yeni medya araçlarında olumlu mesajlardan çok olumsuz veya tahrifata uğramış mesajlar ilgi çekmektedir. Zira kitleler uzun yıllar boyunca geleneksel kitle iletişim araçları üzerinden tek yönlü akışkanlığı olan yönlendirici, emredici, etkileyici ve eğitici mesajlara maruz kaldılar. Yeni medya araçları, bu tür mesajların tahrifatına imkân sağladığı için olumsuz mesajlar kitleler nezdinde daha fazla rağbet görmektedir.

Sosyal medya, siyaset yapma tarzını, niteliğini ve derinliğini değiştirdiği gibi klasik kamusal alan ile özel alan arasındaki barikatları da aşındırdı ve bu iki alana yüklenen anlamları önemli ölçüde işlevsiz kıldı. Özel alan, siyaset bilimi ve sosyoloji literatüründe aile ve kişisel tercih alanıyla sınırlı iken; kamusal alan aile duvarları dışındaki toplumsal ve siyasal yaşam alanına işaret etmektedir. Kamusal alan kavramını, yaşadığımız yüzyılda popüler hale getiren düşünürlerden biri olan Habermas, bu alanı aleniyetin, ifşanın, karşılıklı iletişimin ve eylemin alanı olarak nitelendirmektedir (Habermas, 2018). Bugün genel kabul gören anlayışa göre ifade özgürlüğünün, örgütlenmenin, karşılıklı iletişimin, tartışmanın, müzakerenin, değişimin, mübadelenin, katılımın alanı kamusal alan olup bu tür etkinlikler özel yaşam alanının dışında gerçekleşir. Rousseau, Hegel, Marx gibi düşünürler felsefenin, düşüncenin, bilimin, değişimin, üretimin, sınıfsal çatışmanın, alt ve üst sınıflar arasındaki ilişkilerin, kısaca tarihi değişimin ve dönüşümün, kamusal alanda gerçekleştiğini ileri sürmekteydiler. Bu yönüyle kamusal alan, yönetim mekânizmalarını, meclisleri, meydanları, sokakları, pazarları, kafeleri, kulüpleri, tiyatroları, sinemaları ve kahvehaneleri kapsayan geniş bir agorayı ifade etmektedir.

İletişim araçları, bugün özel alan ile kamusal alan arasındaki barikatları net olarak kaldırmıştır. Aile, iletişim araçları sayesinde kamusal alanın dışında kalan bir mekân değil; aksine pazarın, ticari ilişkilerin ve hatta siyasi etkinliklerin merkezi haline gelerek kamusal alanla bütünleşmiştir. Televizyon, reklam üzerinden aileyi mal ve hizmet tüketiminin pazar üssü haline getirirken; internet, aile bireylerinin pazara çıkmadan alışveriş yaparak ekonomik yaşamın bir parçası haline gelmesini sağlamıştır. Sadece mal ve hizmetler değil, aynı zamanda eğlence, sağlık, spor, kültür ve sanatsal etkinlikler de iletişim araçları üzerinden ailenin duvarlarını aşarak bireylere ulaşmaktadır. Sosyal paylaşım ağları öte yandan, aile içindeki mahremiyeti (eşler arasındaki ilişkileri, ebeveyn-çocuk ilişkisini, evin iç tefrişatını, dekorasyonu, eşyayı, sofrayı, tüketim kalıplarını vs.) ifşa ederek kamusal alana açmıştır. Geleneksel anlamda ifşa ve aleniyetin merkezi kamusal alan iken, artık bugün özel yaşam alanı olan aile de bu sarmalda yerini almıştır (Avşar, 2019). Özel ve kamusal alan arasındaki ayrımın şeffaflaşmasına paralel olarak sosyal paylaşım ağları, siyasal katılımın niteliğini de değiştirmiş oldu. Katılım, genel olarak ilgilenme veya eyleme geçme şeklinde gerçekleşir (Dahl, 1963). Katılım, sadece siyasi süreçlerle ve faaliyetlerle sınırlı değildir; aynı zamanda toplumsal faaliyetleri, sanatı, kültürel etkinlikleri, gönüllü hizmetleri ve iktisadi hayatı da kapsar. Geleneksel anlamda katılım, bu süreçlerle ilgili olan

mekânlarda gerçekleşir. Yeni medya araçları, katılımı mekânsal olmaktan çıkarmıştır. Bir kişi meydanlara inmeden, siyasal partilerle fiziki bağlantı kurmadan, sokaklara çıkmadan bilgisayarından veya cep telefonundan akmakta olan sosyal ve siyasal süreçlere dâhil olarak katılım gerçekleştirebilir. Böylece kamusal alan fiziki mekânlardan dijital bir alana kaymış bulunmaktadır. “Dijital” veya “sanal” kamusal alanda katılım, kendine özgü dil üzerinden gerçekleşerek kozmopolit bir karakter kazanmıştır. Dil ve söylem üzerinden gelişen yeni katılım, bazen gerçekliğin sınırını aşarak hipergerçekliğe (*hyper-reality*) (Baudrillard, 2010) bazen de gerçekliğin alt üst oluşuna dayalı hakikat ötesi (*post-truth*) (Keyes, 2017) bir boyuta kayma tehlikesini de beraberinde taşımaktadır.

Korona virüs pandemisinden dolayı dünyanın birçok yerinde insanlar kamusal mekânlardan çekilerek evlerine kapandılar. Mal ve hizmet üreten kurumların kapılarına kilit vuruldu; meydanlar, sokaklar, park ve bahçeler insanlardan arındı; Alman atasözünde ifade edildiği gibi aile “insanın kalesi veya sığınağı” haline geldi. Ancak siyasete, toplumsal hayata, sanatsal ve kültürel etkinliklere katılım sosyal paylaşım ağları üzerinden kendi mecrasında akmaya devam etti. Siyasi söylemler, kararlar, politikalar sosyal medyada eski hızından bir şey kaybetmeden paylaşıp tartışıldı. Hararetli tartışmalar, sosyal paylaşım ağları sayesinde, “sosyal medya çalkalanıyor” veya “sosyal medyada yer yerinden oynuyor” ifadelerini haklı çıkartacak şekilde sanal dünyayı işgal etmeye devam etti.

Yeni medya araçlarının yol açtığı önemli gelişmelerden biri de ulus devletlerin kontrolü altındaki sınırları saydamlaştırarak egemenlik alanlarını sınırlandırmasıdır. Son zamanlarda önemli bir tartışma konusu olan küreselleşme daha çok ulus devletlerin geleceği ve yetki alanı üzerinden konuşulur ve tartışılır oldu (Fulcher, 2000). Geleneksel iletişim ve ulaşım araçları, insanın avucuna sığacak kadar küçülen dünyada malların, sermayenin, paranın ve insanların sınır tanımaksızın dolaşımını sağlarken; dijital teknoloji, fikirleri, bilgileri, yaklaşımları, inançları, dünya görüşlerini, yaşam biçimlerini ulus devletlerin filtresine takılmaksızın küresel pazara taşımaktadır. Bunun önemli yansımalarından biri sosyal hareketlerde görülmektedir.

Geleneksel ve Yeni Toplumsal Hareketler

Soğuk Savaş döneminde dünya, merkezinde Amerika’nın yer aldığı Batı bloku ile Sovyetlerin yer aldığı Doğu bloku arasında parsellendi. Ne var ki Vietnam Savaşı’nda Amerikan devleteine, Prag Baharında da Sovyetlere karşı doğan tepki, kuşatıcı ve aşkın devlet anlayışını aşındırırken toplumsal hareketler için de yeni bir zeminin doğmasına yol açtı. Kitleler, 1960’lardan başlayarak bu iki devletin şahsında somutlaşan baskıcı ve emperyal otoriteye sırt çevirirken iktidarı sorgulayıcı değerler üzerinden yükselen toplumsal hareketlere ise yüzlerini döndüler. Bununla birlikte Avrupa’da gelişen refah ve bunun kitlelere yansımalarının sonucunda değişik hobilere ve arayışlara kaynaklık eden boş zaman mefhumu ve imkânı doğdu. Böylece “yeni” olarak nitelendirilen toplumsal hareketler ortaya çıktı ve gelişti. İkinci dalga kadın hareketi, insan haklarını savunan örgütler,

ekolojik hareketler, üçüncü dünyacı inisiyatifler, katılım ve özgürlük talebi etrafında gelişen platformlar, alternatif yaşam arayışları ve küçük ölçekli üretim savunucuları bu zemin üzerinde boy verdiler (Çoban, 2009).

Yeni toplumsal hareketler, bazı yönlerden geleneksel toplumsal hareketlerden ayrılmaktadırlar. Geleneksel toplumsal hareketler, her şeyden önce materyal değerler üzerinden gelişen hareketlerdir. Özellikle sendikal harekette somutlaşan geleneksel toplumsal hareketlerin temel amacı, üyelerinin ekonomik yaşam standardını geliştirmektir. Oysa yeni toplumsal hareketler, maddi değerlerden çok R. Ingleharth'ın post-materyal diye tanımladığı değerler üzerinden gelişmiştir (Ingelhart, 1977). İnsan hakları, kadın hakları, çocuk hakları, eğitim hakları, katılım, özgürlük, alternatif yaşam, minimalizm ve çok hakikatlilik gibi konular, yeni toplumsal hareketler aracılığıyla gelişen ve mücadelesi verilen değerler oldu.

İkinci olarak, geleneksel toplumsal hareketler hiyerarşik örgütsel yapıya dayalı olup lider odaklıdır. Bu tür hareketler, tepeden aşağıya inen kurallar ve organlar üzerinden dikey yapıdadırlar. Merkezde alınan kararlar aşağı doğru akış süreci takip eder. Yöneten ve yönetilen ayrımı bu tür hareketlerde nettir. Yönetilenler yönetenlerin direktifleri doğrultusunda hareket ederler. Sendikal harekette somutlaşan bu tür örgütlerde karizmatik liderler ortaya çıkar ve kitleleri peşlerinden sürüklemeye başarısı gösterirler. Orta Avrupa'da, hatta büsbütün Doğu Avrupa'da sosyalist rejimin sonunu getiren Lech Walesa bu türden bir sendikal hareket lideriydi (Steffoff, 2011). Başta emekçiler olmak üzere, kitleleri harekete geçirip meydanlara dökerek önce Polonya'da, ardından da diğer Doğu Bloku ülkelerinde sosyalist rejimin çözüldüğünü sağladı. Oysa yeni toplumsal hareketler yatay hareketlerdir. Tek merkezli bir yapılanmaya dayanmaz, aksine çok merkezlidirler. Farklı şubeler veya birimler arasında ast üst ilişkisi yoktur. Resmi formaliteler gereği şubelerden birisi merkezi konumda olsa bile bu tür hareketlerde herkes birbirinin dengi kabul edilir. Bu tür örgütler, zaten genel olarak hiyerarşik yapıya karşı olup herkesin benzer şekilde söz hakkına sahip olduğu bir düşünceyi savunurlar. Yeni toplumsal hareketlerde liderler değil, olsa olsa kalemiyle takdir toplayan entelektüel kimliğe sahip kişiler ortaya çıkar. Gücünü örgütün kendisine kazandırdığı liderliğinden değil, ürettiği fikirlerden alır. Takdir toplayan bir güce sahip olsa dahi geleneksel örgütlerde olduğu gibi herhangi bir örgüte direktif yağdıracak gücü veya yetkisi yoktur. Hareketin kendisi de zaten buna cevaz vermez. Bu tür yeni toplumsal hareketlerin en tipik örneklerinden birini bu bağlamda kadın hareketleri oluşturur. Gerek dünyanın değişik yerlerinde gerekse kendi ülkemizde gelişen kadın hareketleri, kendi içinden güçlü kalemi olan entelektüeller, yazarlar çıkarmıştır.

Geleneksel toplumsal hareketler genel olarak resmi bir kimliğe sahip olup belli mekânları, tanımlanmış tüzükleri, kurulları, kuralları ve üyelik süreçleri mevcuttur. Bu tür örgütler herkese açık olmayan, bir bakıma katı kurallara dayalı oligarşik yapıdadırlar. Partiler kadar sert olmasa da katı üyelik yapıları ve disiplin kuralları söz konusudur. Üyelerin devşirilmesi ve ihracı belli kurallara ve

prosedürlere bağlıdır. Üyeler örgütün genel değerlerini, amaçlarını, prensiplerini ve hedeflerini benimsemek ya da paylaşmak zorundadır. Bir bakıma örgütün kimliğiyle ve değerleriyle bütünleşen bir üyelik yapısı bulunur. Örgüte katılım gönüllülük üzerinden olsa da harekete dâhil olduğunda üye belli görev ve yükümlülüklerle sahip olur ve bunları yapmaya mecbur kalır. Örgüte girişi gibi çıkışı da belli prosedürlere bağlıdır. Oysa yeni toplumsal hareketler genel olarak mekâna ve belli başlı kurallara bağlı olmayan hareketlerdir. Bu tür hareketlerin çoğu enformel nitelikte olup resmi bir hüviyete sahip değildir. Dernek veya vakıf statüsünde resmi boyut kazanmış olsa bile herkesin sıkı sıkıya bağlı kalmasını gerektiren kuralları yoktur. Bu tür hareketlere mensubiyet, belli başlı sorumluluklar gerektiren üyelik şeklinde olmamaktadır. Harekete katılım, daha çok düşünce, yaşam biçimi, değer veya idealler üzerinden olup belli bir bağlılığı, hatta çoğu zaman sadakat duygusunu gerektirmez. Hareketin değerlerini ve ideallerini benimsemekle birlikte bağlının resmi olarak üye olma mecburiyetleri yoktur. Dolayısıyla bu tür hareketler, etrafları teşkilat duvarlarıyla çevrili olmayan geçişken ve otonom bir yapıdadırlar. Hareketin kendisi kadar harekete bağlı olanlar da otonom olup kişisel inisiyatifleri örgütün otoritesi tarafından baskılanmaz. Çünkü harekete gönül vermekle birlikte onu temsil etme gibi bir yükümlülükleri yoktur.

Geleneksel toplumsal hareketlerle yeni toplumsal hareketleri ayıran özelliklerden bir diğeri de iktidara ilişkin tutumlardır. Yukarıda ifade edildiği gibi geleneksel toplumsal hareketler çoğunlukla maddi güdülerle hareket eden kuruluşlar olup siyasal iktidarı baskılamayı veya iktidardan pay kapmayı hedefler. Kendi içyapılarında da yukarıda ifade edilen hiyerarşik yapıdan dolayı bir iktidar kurgusu söz konusudur. Bu tür örgütlerde yönetme yetkisi, yöneticilere önemli bir iktidar gücü verir. Bu güç, nüfuz ve statü getirdiği gibi bazen ekonomik saltanata da dönüşebilir. Yönettikleri örgütler üzerinden büyük ekonomik güce kavuşan yöneticiler örneği çoktur. Bu bakımdan bu tür yapılarda yönetim veya liderlik için kıyasıya bir mücadele verilir. Yöneticiler makam ve mevkilerini bırakmamak için muhafazakâr tutumlar geliştirirler. Robert Michels buradan hareketle bu tür modern örgütlerin birer oligarşik yapıya dönüştüğünü ileri sürmüştür (Michels, 2016). Oysa yeni toplumsal hareketler iktidar odaklı hareketler değildir. İktidara talip olmadıkları gibi, kendi içlerinde de bir iktidar yapılanması söz konusu değildir. Bu tür örgütler, aksine iktidarı değiştirmeyi ve dönüştürmeyi amaçlarlar. Onlara göre iktidar, hegemonyasını sadece yönetme gücünden değil, aynı zamanda onu besleyen kültürel değerler sisteminden de alır. Yeni toplumsal hareketler, özellikle de iktidarın kültürel ayağını çözmeyi, değiştirmeyi ve dönüştürmeyi hedefler. Bu bakımdan bu tür yapılar, iktidara uzak, hatta iktidar karşıtı olarak konumlanırlar.

Geleneksel toplumsal hareketlerle yeni toplumsal hareketler arasındaki ayırt edici bir başka farklılık, örgütlerin üyeleri üzerindeki kontrol mekanizmasından kaynaklanmaktadır. Yukarıda ifade edilen üyelik süreçlerinden, kurumsal kimlikten ve kurallardan dolayı geleneksel toplumsal hareketler, üyeleri üzerinde sıkı bir kontrol mekanizmasına sahiptirler. Sendika gibi formel hareketlerde

resmi süreçlerden, dini örgüt gibi enformel yapılarda ise örgütsel hiyerarşiden beslenen bir kontrol mekanizması vardır. Bu tür hareketler, birbirine kenetlenen, örgütün maddi ve manevi şahsiyetiyle bütünleşen üyelik yapılarından dolayı üyeleri üzerinde sıkı bir kontrol ve denetim kurarlar. Bu kontrol bazı durumlarda üyenin tüm yaşamına hükmedecek noktaya kadar varabilmektedir. Oysa yeni toplumsal hareketlerde hareketin varlığıyla bütünleşen bir üyelik süreci söz konusu olmadığı için üyeler üzerinde kontrol ve denetim mümkün değildir. Bu tür hareketlerde bir bakıma herkes kendi başına buyruktur. Bu da yeni toplumsal hareketleri manipülasyona açık hale getiren bir husustur. Zira bu tür hareketlerde bağluları kontrol etmek, onları temsil etmek ve onlar adına siyasal iktidarla ilişki kurmak imkânsızdır. Bu da hareketin başka güçlerin (bunlar dış güçler de olabilmektedir) güdümüne girmesine, böylece farklı amaçlar için manipüle edilmesine yol açabilmektedir.

Manuel Castells, İspanya, Amerika, Tunus, Mısır, Ukrayna ve Türkiye gibi ülkelerde ortaya çıkan tepkisel hareketler üzerine yaptığı çalışmalardan hareketle yeni toplumsal hareketlerin manipülasyona açık özelliğine dikkat çeker. Castells, bu tür ülkelerde boy gösteren hareketlerin bazı ortak özellikleri üzerinde durur. Bu tür hareketler sosyal medya üzerinden örgütlenirler ve sosyal paylaşım ağları üzerinden haberleşirler. Bu hareketlerin aktörleri genel olarak yeni toplumsal hareketlerdir. Bunlar tepkisel nitelikte hareketler olup ya sistemin yol açtığı bir soruna ya da hükümetlerin politikalarına tepki gösterirler. Bu hareketler kentlerin sembolik meydanlarında toplanırlar. Gruptan ziyade kitle yapısında olup farklı grupları veya kişileri kapsarlar. Farklı kimliklerde, inançlarda veya değerlerde insanlar bu hareketler içinde bir araya gelebilirler. Bu bakımdan ortak amaç ve değerleri yoktur. Bunları bir araya getiren tek ortak şey, saman alevi gibi parlayan ve parladığı gibi sönmeye potansiyeli taşıyan tepki ve öfkedir (Castells, 2013). Bu tür tepkisel hareketler, sosyal paylaşım ağlarında dolaşıma giren haberlerden veya bilgilerden beslendikleri için yanlış bilgilendirilmeye ve manipüle edilmeye oldukça açıktırlar. Kızgınlıklarını besleyen paylaşımlara rahatlıkla angaje olup farklı yönlerde savrulabilmektedirler. Bu da bu tür hareketleri kendi emelleri için kullanmak isteyenlerin eline önemli bir koz verir. Bu hareketlerde yer alan bazı örgütler, hareketin tümüne damgasını basıp hareketi amaçları doğrultusunda yönlendirebildikleri gibi ülkedeki bazı iktidar odakları veya dış aktörler de bu tür hareketleri kolayca manipüle edebilirler.

Son on yılda bazı ülkelerin sembolik değeri yüksek meydanlarında toplanan tepkisel hareketlerin bir kısmı, yukarıda zikredilen güçler tarafından manipüle edilerek bambaşka noktalara savruldu. Bunun tipik iki örneğini Mısır Tahrir Meydanı'yla Ukrayna Bağımsızlık Meydanı'ndaki tepkisel hareketler oluşturur. Mısır'da Sisi yönetimindeki ordu, 2013 yılında demokrasi talep etmek üzere Tahrir Meydanında toplanan kitleleri bahane ederek askeri darbe yaptı ve dünyanın gözü önünde barışçı gösteriler yapan sivillerin katliamına imza attı. Ukrayna'daki barışçı hareketler de bu ülkeyi bambaşka bir noktaya savurdu. Başkent Kiev'deki Bağımsızlık Meydanı'nda toplanan kitleler, farkına varmadan ülkelerinin bölünmesine hizmet etmiş oldular. Bu eylemler üzerinden Ukrayna

üzerinde güç elde eden Rusya, Kırım'ı ilhak etti ve Doğu Ukrayna'yı fiili olarak Ukrayna'dan koparacak duruma getirdi. Yine Taksim'de illegal örgütler, Gezi olaylarına dâhil olarak bir gösteriyi şiddet içeren eylemlere dönüştürdüler. Bununla birlikte Recep Tayyip Erdoğan ve hükümetini devirmek isteyen iç ve dış aktörler de yalan yanlış haberlerle ve bilgilerle Gezi'ye katılan kitleleri kendi amaçları doğrultusunda manipüle edip kullanma yoluna gittiler.

Sosyal Medya ve Toplumsal Hareketler

Sosyal medya, toplumsal hareketlere çok yönlü imkânlar sunmaktadır. Her şeyden önce toplumsal hareketler, sosyal paylaşım ağları üzerinden örgütlenerek mekân üstü bir imkâna kavuşmaktadırlar. Mekânsızlık sosyal hareketleri bir tabele örgütü olmaktan çıkarır. Bu da toplumsal hareketleri ekonomik maliyetten kurtarır. Çünkü mekânın tefrişi, kirası, işletilmesi, sürdürülebilmesi belli bir maliyet gerektirir. Oysa sosyal paylaşım ağları, aynı hobileri, değerleri, idealleri, inançları benimseyen insanların, oturdukları yerden bir araya gelerek örgütlenmesine imkân sağlayarak onları bu tür maliyetlerden kurtardığı gibi bu hareketlerde yer alan bireylere zaman da kazandırır. Sosyal faaliyetler, mekândan azade olunca zamansal açıdan büyük rahatlığa kavuşur. Sosyal paylaşım ağları, bireylerin, işlerini yaparken, toplu taşıma araçlarında seyahat ederken, evde televizyon seyredirken bir yandan da sanal ortamda sosyal etkinliklere katılmasını mümkün kılarak zamani etkin kullanmalarını sağlar.

Sosyal medya, toplumsal hareketleri devletin kontrolüne göreceli olarak daha az oranda maruz bırakır. Devletin toplumsal hareketler üzerindeki kontrolü sadece eylemlerinin veya fikirlerinin yasallığını denetlemekle sınırlı değildir. Devlet, aynı zamanda bu hareketlerin oluşturdukları kurumların (dernek veya vakıf) defterlerinin muntazam tutulup tutulmadığını, işlerinin prosedürlere uygun yürüyüp yürümediğini, aidatların usulüne uygun toplanıp toplanmadığını, harcamalarının belirtilen amaçlar doğrultusunda yapılıp yapılmadığını da kontrol eder. Sosyal paylaşım araçları sosyal hareketleri tüm bu denetimlerin dışına çıkardığı için onlara belli bir özgürlük ve özerklik imkânı sağlar. Ancak özgürlüğün, başkasının haklarını ihlal noktasına varacak kadar sınırsız olmadığını bilmek gerekir. Zira devlet, sanal dünyada da bireylerin sınırlarını kontrol etme yetkisine sahiptir ve haklarını korumakla yükümlüdür. Emniyet teşkilatı içinde gelişen siber suçlarla mücadele birimi, iletişim teknolojileri üzerinden sadece adli suçlarla ilgilenmez; aynı zamanda bireylerin hakkına ve hukukuna karşı söz konusu olan ihlallerle de mücadele eder. Castells, devletin ağ toplumunda karakter değiştirerek bir “ağ devletine” dönüştüğünü ileri sürer (Castells, 2005: 14). Zira devlet, kendini iletişim araçları üzerinden yeni topluma uyarlamak, kontrolünü ya da hizmet alanını ona göre yapılandırmak durumundadır. Devletler siber güvenliği sağlamaya çalıştıkları gibi dijital teknolojinin imkânlarını kullanarak e-devlete de dönüşmektedirler. Kamu hizmetleri e-devlet üzerinden gereksiz formalitelerden arınarak daha rahat ulaşılabilir hale gelmektedir. Ancak unutmamak gerekir ki, e-devlet vatandaşla hizmet sunan bir araç olmakla birlikte onun denetimini de çeşitli yollarla mümkün kılan bir sistemdir.

Sosyal medya, toplumsal hareketleri, ortak kimlik etrafında gelişen, örgütlü, organik kolektif yapılardan çok atomize bireylerin serpiştirildiği esnek ve gevşek yapılara dönüştürür. Bu tür yapılarda bireyler, toplumun ücrasına savrulurken reel dünyadan kopar ve sanal bir realite geliştirirler. Sosyal paylaşım ağlarının onca cafcıflı, renkli ve yoğun iletişim imkânına rağmen buralarda yer alan birey, sosyal hayattan izole olarak toplumun çeperinde fiziksel bir yalnızlığa itilmiştir. Bu durum, bireyin hem bir anomi durumu yaşamasına hem de sanal sosyal hareketlerin her an dağılabilecek nitelikteki kırılğan yapısına işaret eder.

Sosyal medyanın toplumsal hareketler açısından önemli işlevlerinden biri de onları farklı networklere sokarak bir ağ toplumunun gelişmesine hizmet etmesidir. “Ağ toplumu”, son zamanlarda Jan Van Dijk ve Manuel Castells gibi iletişim bilimcilerinin elinde popüler bir kavram haline geldi. Van Dijk, dijital devrimle birlikte gelişen iletişim teknolojilerinin ekonomik, siyasi, kültürel, bürokratik alanlarda ağlar ortaya çıkardığını ve bunlar üzerinden yükselen bir ağ toplumunun gelişimine zemin hazırladığını ileri sürer (Van Dijk, 2016). Dijk’e göre dijital teknoloji, bizleri sanayi toplumunu, sanayi sonrası toplum veya bilgi toplumundan ağ toplumuna taşımaktadır. Ağ toplumunu toplumsal hareketler açısından inceleyen Castells, dijital medya üzerinden toplumsal hareketlerin hem küresel hem de yerel düzeyde oluşan ağların birer tamamlayıcı unsuru haline geldiklerini iddia eder. Toplumsal hareketler, bir yandan kendi iç dinamikleriyle kendi ağlarını kurup, kamusal uzamlarını inşa ederken, bir yandan da etkileşimde bulundukları küresel networkler üzerinden küresel bir ağı parçası haline gelmektedirler (Castells, 2005b).

Bugün farklı kültürlerden, inançlardan, sınıfsal yapılardan ve ırksal özelliklerden insanlar ya da bu insanların oluşturdukları toplumsal hareketler, sosyal medya araçları üzerinden ortak platformlarda buluşmakta ve paylaşımında bulunmaktadırlar. Bu durum özellikle kadın hakları, ekoloji veya insan hakları gibi değer bazlı toplumsal hareketler için daha fazla söz konusudur (Dalaman, 2020). Bu tür değerler üzerinden gelişen hareketler farklı veya benzer olaylara karşı sergiledikleri reaksiyon biçimlerini, tavır ve tutumları üzerinden edindikleri deneyimlerini paylaşmakta, böylece birbirlerini beslemektedirler. Sosyal medya araçları, bu yoldan toplumsal hareketlerin, ulusal sınırları aşarak küresel networklerin bir parçası haline gelmelerini sağlamaktadır.

Kaynakça

- Baudrillard, J. (2010). *Sessiz Yığınların Gölgesinde: Toplumsalın Sonu*, Çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bayat, A. (2008). *Sokak Siyaseti: İran’da Yoksul Halk Hareketleri*, Çev. Soner Torlak, İstanbul: Phoenix Yayınevi.
- Castells, M. (2005a). The Network Society: from Knowledge to Policy. *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Washington DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations.
- Castells, M. (2005b). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür; Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi*, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Castells, M. (2013). *İşyan ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Çoban, B. (2009). *Küreselleşme, Direniş, Ütopya: Yeni Toplumsal Hareketler*, İstanbul: Kalkedon.
- Dahl, R. A. (1963). *Modern Political Analysis*, Englewood Cliff: Prentice-Hall Inc.
- Dalaman, B. (2020). *Feminist Alternatif Medya Bağlamında Kadın Örgütlenmeleri: Türkiye ve Tunus Örnekleri*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Dijk, J. V. (2016). *Ağ Toplumu*, Çev. Özlem Sakin, İstanbul: Kafka Yayınevi.
- Faucault, M. (2019). *Hapishanenin Doğuşu*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İstanbul: İmge Kitabevi.
- Fulcher, J. (2000). Globalisation, the nation-state and global society. *The sociological review*, 48(4), 522-543.
- Habermas, J. (2018). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, Çev. Tanel Bora ve Mithat Sancar, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Heywood, A. (2016). *Siyaset*, Çev. Kollektif, Ankara: Adres Yayınları.
- Ingelhart, R. (1977). *Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics*, Princeton and New Jersey: Princeton University Press.
- Kellner, D. (2011). Murdoch Medya İmparatorluğu, Etik ve Demokrasi: Bazı Eleştirel Düşünceler, Çev. Deniz Erguvan, *İş Ahlakı Dergisi*, 4(1), 75-89.
- Koç, A. (2018). Biyopolitika Kavramının Teorik Çerçevesi. *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 193-2018.
- Marcuse, H. (2010). *Tek Boyutlu İnsan*, Çev. Aziz Yardımlı, 4. Basım, İstanbul: İdea Yayınevi.
- Mediacat. (2020). *2020 Global Reklam Harcamaları*: <https://mediacat.com/etiket/2020-global-reklam-harcamaları/> [05.05.2020].
- Medyafaresi (2015). *Türkiye’de reklam pastası 7.8 büyüdü!*: <https://www.medyafaresi.com/haber/turkiye-de-reklam-pastasi-78-buyudu/754710> [05.05.2020].
- Michels, R. (2016). *Political Parties: A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy*, İngilizceye çev. Eden Paul, New York: Martino Fine Books.
- Milbarth, L. W. & Goel, M. L. (1977). *Political Participation: How and why Do People Get Involved in Politics*, (İkinci Basım), Lonham, New York and London: University Press of America.
- Mills, C. W. (2017). *İktidar Seçkinleri*, Çev. Ünsal Oskay, İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Steffoff, R. (2010). *Lech Walesa: The Road to Democracy*, New York: Ballantine Books.
- Young, S. (2019). *Paper Emperors: The Rise of Australia’s Newspaper Empires*. New South Press,

Teknolojinin Gölgesinde Can Çekişen Toplumsal Hareketler

Mehmet Emin Babacan

Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan / emin.babacan@ihu.edu.tr

2005 yılında Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi'nden mezun oldu. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde 2009 yılında yüksek lisans derecesi aldı. Doktorasını ise, Sakarya Üniversitesi'nde "Toplumsal Paylaşım Ağlarında Sosyal Sermaye Pratikleri" ismiyle 2012 yılında tamamladı. Yazarın ilgi alanlarını iletişim sosyolojisi, yeni medya, sosyal medya, sosyal sermaye, toplumsal hareketler oluşturmaktadır. 2014-2015'te 1 yıl süreyle Amerika'da University of Wisconsin-Madison'da misafir araştırmacı olarak bulunan Dr. Babacan, halen İbn Haldun Üniversitesi, İletişim Fakültesi'nde öğretim üyeliğine devam etmektedir. Babacan'ın farklı hakemli dergiler ve derleme kitaplardaki makaleleri ve sunduğu ulusal/uluslararası bildirilerinin yanı sıra; yayımlanan kitabı (Sosyal Medya ve Gençlik) bulunmaktadır.

Teknolojinin Gölgesinde Can Çekişen Toplumsal Hareketler

Mehmet Emin Babacan

İbn Haldun Üniversitesi

Giriş

20. yüzyıl boyunca özellikle modern toplumların yaşadığı siyasal, toplumsal, iktisadi, kültürel, psikolojik vb. nice zorluklara ve değişimlere karşı toplumsal hareketler, ortaya çıktıkları coğrafyada alternatif bir yaşam ve gelecek tahayyülü sunma işlevi üstlenmişlerdir. Daha doğrusu varlık sebebi olarak birey, toplum, hayvan, çevre gibi herhangi bir olgu etrafında yaşanan sosyal, siyasal, ekonomik, psikolojik vb. sıkışmışlığa, yabancılaşıma, çoraklaşmaya karşı alternatif bir paradigma ve politika ortaya koyma çabasında olmuşlardır. Bu anlamda Aydınlanma düşüncesi sonrası kavram ve kurumları ile somutlanan modernitenin temel düşünsel çıktıları, gündelik hayat pratikleri, siyasal ve ekonomik hayat pratikleri gibi daha birçok husus, toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Teknolojinin 20 yüzyılda hızlı gelişmesi, özellikle kitle iletişim araçlarının birey ve toplum hayatında belirgin bir rol almaya başlaması, modern kurumların ve hayat pratiklerinin genel seyri ile buna paralel toplumsal hareketlerin varlık biçimlerini birbirine eklemlenmiştir. Bu bakımdan geçen yüzyılda birey ve toplum hayatını ilgilendiren ne kadar husus varsa hemen hepsi kitle iletişim araçlarının tarihsel izleği ile paralel okunabilir. Aynı şekilde toplumsal hareketlerin düşünsel ve eylemsel/pratik boyutlarıyla en çok varlık gösterdikleri alan da hiç kuşkusuz kitle iletişim araçlarıdır. Özetle geçen yüzyıla ilişkin birey, toplum, devlet, toplumsal hareket gibi daha birçok başlığın genel anlamda teknoloji ile daha özelde ise iletişim teknolojileri ile paralel bir ilişkisi bulunmaktadır. Sanayi devrimi sonrası tekniğin ve teknolojinin muazzam derecede gelişmesi karşısında; birey, toplum, toplumsal hareketler vb. hemen her konuda söz konusu bu gelişmişliğin yer alması bir dereceye kadar anlaşılabilir. Zira teknolojinin, daha özelde iletişim teknolojilerinin insanlığa kattığı büyük potansiyel, teknolojiyi her şeyin merkezine oturtmuş ve büyük ölçüde onu vazgeçilmez kılmıştır. Örneğin 20. yüzyılın ilk yarısında özellikle ulus devletlerin ortaya çıkışı, iki büyük dünya savaşının yaşanması, sonraki yarısında soğuk savaş dönemi ve ardından küreselleşmenin ivme kazanması gibi birçok konuda teknoloji, özelde iletişim tek-

nolojileri son derece önemli bir rol üstlenmiştir. İletişim teknolojilerinin önemli görüldüğü bir diğer alan hiç kuşkusuz toplumsal hareketlerdir. Bu anlamda iletişim teknolojileri, toplumsal hareketlerin kolektif aklı ve bilinci inşa etmesi, temel felsefi nosyonlarını hedef kitleye ulaştırması ve örgütlenme pratiklerinde kolaylık sağlaması gibi daha birçok alanda önemli görülmüştür. Özetle toplumsal hareketlerin iletişim teknolojilerine büyük ölçüde atfettiği anlam, onları kullanma nedenleri ve pratikleri, varlık nedeni olan alan her ne ise ona ilişkin tahayyülünü hayata geçirecek bir araç olarak konumlandırmasıydı.

Geçen yüzyılda toplumsal hareketlerin iletişim teknolojileri ile kurmak istediği veya imkânlar dâhilinde kurduğu ilişkinin mahiyeti yukarıda özetlenmektedir. Fakat aynı zamanda iletişim teknolojilerinin büyük ölçüde mülkiyet ilişkileri bağlamında toplumsal iktidar türlerinin egemenliğini yürüten araçlar olması, toplumsal hareketler açısından sorun teşkil eden başlıklardan birini oluşturmaktaydı. Zira iletişim araçları, güç, sermaye ve iktidarın en çok görünür olduğu ve gücünü görünür kıldığı mecra olarak işlev görmekteydi. Aynı zamanda iletişim araçları, toplumsal hareketler açısından varlık göstermek, mücadele etme kapasitesini geliştirmek gibi anlamlar açısından da işlevsel olarak düşünülmekteydi. Fakat toplumsal hareketler açısından iletişim teknolojilerine atfedilen söz konusu bu olumlu anlam, zaman içerisinde değişmeye başlamış ve iddialarının aksine araç olmaktan, amaç olmaya ve var olmanın pratiğine dönüşmeye başlamıştır. Özellikle son çeyrek yüzyılda gelişen yeni iletişim teknolojileri sonrasında toplumsal hareketler sıklıkla gündeme gelmekle birlikte esasen gündeme gelen ve daha çok konuşulan şey, yeni iletişim teknolojilerinin kendisi olmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin bireye, toplumsal hareketlere ve diğer pek çok kolektif yapıya söz söyleme hakkı vermesi, katılım, örgütlenme ve mobilizasyon gibi imkânlar sunması, dikkatleri söz konusu bu yeni teknolojilere çevirmektedir. Yeni iletişim teknolojilerine atfedilen bu yoğun anlam, toplumsal hareketlerin de önceliğini, düşünsel ve eylemsel yönde dönüştürmeye başlamıştır. Bu anlamda toplumsal hareketlerin daha çok görünür olmak, daha çok içerik üretmek, interaktiviteyi artırmak gibi öncülleri oluşmaya başlamıştır. Bu arada olan şey ise; toplumsal hareketlerin varlık gayeleri, birey ve toplum tahayyülleri, yaşanabilir bir dünya tasarımları gibi temel parametrelerde önemli aşınmaların yaşanmasıdır.

Toplumsal Hareketlerin Kısa Tarihi

Modern dönemde toplumsal hareketler, özellikle 19. ve 20. yüzyıllarda Batı merkezli yaşanan makro değişim ve dönüşümlerin ardından ortaya çıkmıştır. Yaşanan söz konusu değişim ve dönüşüme ilişkin toplumsal hareketler; kimi zaman bir anlamlandırma ameliyesi, kimi zaman alternatif bir dünya kurgusu, kimi zaman da idealist ve devrimci bir karakter olarak ortaya çıkmıştır. Özetle toplumsal hareketler, modern dönemde kendilerini çevreleyen toplumdaki derin ve köklü değişimlerin sonucu olarak modern yaşamın artırdığı rasyonelleşmeye tepki olarak ortaya çıkmıştır (Scott 1991, Habermas 1973 akt. Foweraker 1995: 9).

19. yüzyılda başlayan ve gelişerek devam eden toplumsal hareketler; modernitenin açmazları, meşruiyet problemleri, yaşattığı bireysel ve toplumsal travmalar karşısında etkinliğini artırarak devam ettirmiştir. Bu anlamda 20. yüzyılda başta Avrupa’da olmak üzere, Sanayi Devrimi ve diğer modernleşme serüvenini yaşamakta olan toplumlarda daha çok sınıf merkezli toplumsal hareketler olarak varlık göstermişlerdir. Literatürde 1960’lara kadar olan toplumsal hareketler, siyasal iktidarı hedefleyen, ekonomik çıkar yörüngeli sınıfsal yapısı olan hareketlerdir (işçi hareketi gibi). Bu hareketler, “eski toplumsal hareketler” olarak adlandırılmışlardır. “Yeni toplumsal hareketler” kavramı ise, 1970’lerden itibaren ortaya çıkmış olan ekoloji hareketini, feminist hareketi, barış hareketini nükleer karşıtı hareketleri, azınlık hareketlerini ve yerel özerklik hareketlerini ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır (Önder 2003: 34- 35). Günümüzde yaygın olan anlayış “yeni” toplumsal hareketlerin, “eski” olanlarının yerini almakta olduğudur. Bu anlayışa göre eski toplumsal hareketlerin temel özelliklerinin altı boşalmıştır. Daha çok dar iktisadi hedeflerin peşinde koşan, devrimi ve iktidarın fethini amaçlayan toplumsal hareketler ortadan kalkmaktadır (Çetinkaya 2008: 16). Aynı şekilde 20. Yüzyıl ‘eski’ toplumsal hareketlerine ilişkin Hardt ve Negri, günümüzün mevcut dünya düzenini tersine çevirdikleri, manifestoları ve peygamberleri gereksiz kıldıklarını ifade etmektedirler. “Değişimin faileri şimdiden sokaklara indiler ve şehir meydanlarını işgal ediyorlar; yalnızca yöneticileri tehdit edip alaşağı etmekle kalmıyor aynı zamanda yeni bir dünya vizyonu oluşturuyorlar. Belki daha da önemlisi, mantıkları ve pratikleri, sloganları ve arzularıyla, bu çokluklar yeni bir dizi ilke ve hakikatin duyurusunda bulunuyorlar” (Hardt ve Negri, 2012: 7-8).

Toplumsal hareketlerin genel karakteri 1960’lı yıllara kadar yukarıda özetlendiği biçimde sistem karşıtı, devrimci bir karaktere sahip ve makro bir değişimi öngören bir duruşa sahipti. Buna karşılık Touraine ve Melucci’nin öncülüğünü yaptığı ‘yeni’ toplumsal hareketler paradigması; toplumsal hareketlerin mevcut karakterini oluşturan devrimci değerlerin yerini, mevcut sistem içerisinde kalarak değişim taleplerini singeleyen sosyo-kültürel boyutu öne çıkarmaktadırlar (Çayır, 1999: 23). Touraine’e göre “toplumsal hareketler, politik düzeyi aşarak tarihsellik düzeyinde yeni bir toplumun kendini üretme kapasitesi işlediğini öne süren sivil toplumdur. Toplumsal hareketler, “bir toplumsal duruma tepki değil, kültürel modeller ve tarihsellik üzerinde kontrol için savaşıyor bireyler arasındaki çatışmanın bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çatışma, siyasal sistemin kırılmasına ya da kültürel reformlara yol açabilir. Bir sosyal hareket kendisi aracılığıyla kültürel yönelimlerin tarihsellik alanının bir toplumsal örgütlenme biçimine dönüştürüldüğü çatışma davranışdır” (Touraine, 1999: 49-50). Özetle ‘eski’ toplumsal hareketlerden küreselleşme ile birlikte ivme kazanan ‘yeni’ toplumsal hareketlere bir dönüşüm yaşanmıştır.

1990’lı yıllara gelindiğinde bilgisayar ve internet teknolojisi, 2000’li yıllarda ise yeni medya teknolojisi ile birlikte ‘yeni’ toplumsal hareketler bir kez daha boyut değiştirir. Bu bakımdan toplumsal hareketlerde değişen şey; sadece teknolojinin gelişimine bağlı olarak yaşanan teknik bir değişim değil, bilinen dünyayı değiş-

tirmeye aday bir boyuttur. Söz konusu bu devrim niteliğindeki değişim, John Perry Barlow'un, 1996 yılında Davos zirvesinde okuduğu Siberalem Bağımsızlık Bildirgesi manifestosunda vücut bulmuş ve son çeyrek yüzyılda bu yeni dünyanın sıklıkla tekrarlanan yol haritası olmuştur;

“Endüstriyel dünyanın hükümetleri, ey siz etten ve çelikten yapılmış yorgun devler, ben siberalemden, aklın yeni evinden geliyorum. Geleceğin temsilcisi olarak, geçmişte kalan sizlerden bizi rahat bırakmanızı istiyorum. Aramıza hoş gelmediniz. Bir araya geldiğimiz bu alemde artık sizin hiçbir egemenliğimiz yok. Bizim seçilmiş bir hükümetimiz yok, olmayacak da. Bu yüzden size özgürlükten öte herhangi bir otoriteye dayanmadan söylüyorum; bize empoze etmeye çalıştığımız zorbalıklardan bağımsız, evrensel sosyal alemimizi inşa ettiğimizi ilan ediyorum. Bizi yönetme hakkına veya ahlakına sahip değilsiniz. Siberalem sizin medeniyet sınırlarımız içinde değil. Siberalemi bir kamusal inşa projesi gibi kurabileceğinizi düşünmeyin, yapamazsınız. Bu, bizim kolektif eylemlerimiz ile büyüyen doğal bir süreç. Siberalem, işlemlerden, ilişkilerden ve düşüncenin kendisinden oluşur ve iletişim ağımızda yükselen bir dalga gibi kendini gösterir. Bizimki hem her yerde olan hem de hiçbir yerde olan bir dünya, vücutlarımızın bulunduğu yer değil...” (Dunyaililar.org, 2013).

Barlow'un manifestosunda karakterize edilen siberalemin ve günümüzde yeni medya araçlarının toplumsal hareketlerle ilişkisinde teknolojiye çok fazla anlam atfedildiği görülmektedir. Yeni teknolojilerin birey özelinde sağladığı imkânlarla adeta kutsiyet atfedilerek teknik sürecin gelişimi, toplumsal hareketlerin varlığını gölgede bırakmıştır. Toplumsal hareketlerin felsefi-düşünsel çerçeveleri, birey-toplum tasavvurları, gelecek tahayyülleri gibi temel unsurların teknolojinin gölgesinde kalmasının meşruiyet zemini ise yeni teknolojilerin bağımsızlık ve bağlantısızlık vurgusunda yatmaktadır. Bu bakımdan sosyal medya son dönemde yerel (Gezi Parkı Olayları) ve küresel ölçekte (Wall Street'i İşgal et, Arap Baharı vb.) toplumsal hareketler bağlamında sıklıkla gündeme gelmektedir. Daha çok sosyal medyanın teknik ve yapısal karakteri olan özelliklerinin ön plana çıkarıldığı bu dönemde gerçek hayatta örgütlü toplumsal hareketlerin haberleşmesi ve mobilizasyonu gibi bazı konularda kolaylık sağlayan bir araç olarak işlev görebildiği vurgulanmaktadır (Babacan, 2014: 144). Fakat bununla birlikte doğruluk ve haklılığına itiraz edilemeyecek meşruiyet araçları olarak bağımsızlığın, özgürlüğün, demokrasi kültürünün vb. vurgulanması, söz konusu bu yeni teknolojiyi insan ve toplumsal hareketlere karşı mutlaklaştırmıştır. Yeni iletişim teknolojilerine ilişkin bu olumlu ve naif yaklaşım, esasen insanın ve toplumsal hareketlerin varoluşsal pozisyonunu önemli ölçüde sarstığı ifade edilmelidir.

Yeni Medya/Sosyal Medya Sonrası Toplumsal Hareketler

Günümüzde değişimin temel motorize gücü olan internet teknolojisi, modern dönemde gelişim gösteren diğer teknik-teknolojik gelişmelerden oldukça farklı bir karaktere sahiptir. Zira Aydınlanma sonrası oluşan yeni dünyanın merkezinde yer alan ve bütün ilişki biçimlerini değişime uğratan temel unsurlardan

biri, hiç kuşkusuz makine ve teknik gelişimlerdi. 20. yüzyıla gelindiğinde ise söz konusu tekniğin merkeziliği, enformasyon teknolojilerinin gelişimi ile devam etmiştir. Ardından 20. Yüzyıl sonu itibariyle ortaya çıkan internet ve bilgisayar teknolojisi ile söz konusu merkeziyet bir kere daha ve daha güçlü biçimde geri dönmüştür.

Makinenin, tekniğin ve teknolojinin neden olduğu hemen her alanda yaşanan bu değişim, toplumsal hareketlerin de geleneksel bütün kavram, kurum ve yöntemlerle olan ilişkisini başkalaştırmıştır. Yeni iletişim araçlarının toplumsal hareketlere ilişkin tedavüle giren söylemi, büyük ölçüde olumlu, geçerliği ve doğruluğu kendinden menkul bir söylem biçiminde ortaya çıkmıştır. Bu anlamda yeni iletişim teknolojileri ile toplumsal hareketler ilişkisine dair son 15 yılda oluşan literatür, büyük ölçüde bu olumlu yaklaşımı pekiştirmiştir. Örneğin; “internet sayesinde editörlerin, patronajın himayesindeki basından kurtulup bireyden bireye, bireyden topluma (bloglar), toplumdaki bireye ve en önemlisi de toplumdaki topluma iletişim kanalları açılmıştır. Daha evvel de var olan STK’lar ve devlet dışı örgütler, baskı grupları hiç olmadığı kadar aktif ve sesini duyurabilen bir konuma sahip olmuşlardır. Bu oluşumlar, devletin egemenlik yetkileri üzerinde doğrudan bir tehdit değilse de ilişkiler dünyasında devlet kontrolü dışında bir katman daha oluşmuştur” (Karagöz 2013: 136).

Yeni iletişim teknolojilerine ilişkin yukarıda özetlenen olumlu yaklaşım, son dönemde başta toplumsal hareketler ve diğer birçok konu bağlamında sıklıkla dile getirilmektedir. Danah Boyd (2014: 13) ABD’de üniversite düzeyinde gençlerle yaptığı çalışmasında “gençlerin, sosyal medya ortamında yetişkinlere göre daha mutlu ve konforlu olduklarını” ifade etmektedir. Çünkü günümüz gençleri “hayattaki şeylerin teknolojiye bağlı olarak nasıl değiştiklerini analiz etmeye çalışmazlar, son derece yalın bir yaklaşımla teknolojinin içinde verili olduğu bir toplumsala ulaşma çabası içinde olurlar” şeklinde özetlemektedir.

Yeni iletişim teknolojilerine ilişkin olumlu yaklaşım “yeni”, “sosyal”, “demokrasi”, “özgürlük” gibi olumlu sıfatlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Ayrıca sunulan söz konusu pozitif söylem birey ve toplumsal hareketler düzleminde doğrudan kabul görmesi üzerinden kendini kurmakta ve aslında teknolojinin kendisini daha görünür kılmaktadır. Teknolojiye atfedilen söz konusu bu olumlu anlamın tarihsel bir arka planı olduğunu unutmamak gerekmektedir. 20. yüzyılın genel karakteristiği içerisinde önemli bir role sahip olan kitle iletişim araçları (radyo, gazete, tv vb.) mülkiyet ve sahiplik ilişkileri, güç ve iktidar dengeleri bağlamında işlevsel olmaları gibi daha birçok husus nedeniyle eleştiriye muhatap olmuştur. Bu anlamda 20. Yüzyıl boyunca medya ve toplumsal hareketler ilişkisi çokça eleştirilmiş, yeni iletişim araçlarının ortaya çıkışı ile birlikte (yeni) medyaya olan bakış farklılaşmaya başlamıştır (Flew, 2014; Lister, vd. 2009). Bu anlamda internet, daha özelden yeni medyaya atfedilen olumlu anlam, hemen her şeyle olan ilişkisini de olumlamayı beraberinde getirmiştir. İnternet ve yeni medya teknolojisi ile birlikte olumlanan ve yeniden yorumlanan bir husus da hiç kuşkusuz toplumsal hareketler olmuştur. Bu yeni teknoloji ile birlikte toplumsal

hareketlerin de insanlığa daha iyi bir yaşam vaat eden potansiyelinin artacağı var sayılmıştır. Bu anlamda “interneti soğuk savaş gözüyle gören karar mercileri, ona neredeyse sihirli özellikler atfediyorlar. İnternet, onlar için Batı’nın otoriteci rakiplerini alt edebilmesine yardımcı olacak son hile. İnternet, demokrasi teşviğinin karanlık entellektüel tüneline tek ışıktır, bu nedenle de gelecekteki politikalar üzerindeki etkisi kesindir. İlk bakışta kulağa harika bir fikir gibi geliyor. Sanki devasa bir özgür Avrupa radyosu, hem de ucuz” (Morozov, 2019: 16).

Siber alemin insanlığa ve özelde toplumsal hareketlere sunduğu imkân ve potansiyelin çok geçmeden olumsuz semptomları görülmeye başlanmış ve söz konusu bu yeni teknolojiye olan sonsuz inanç sarsılmaya başlamıştır. Bu anlamda sosyal medya araçlarının yapısal özelliği ve diğer geleneksel iletişim araçlarından farklı olarak bütün etkileşimlere açık olması, onun kolaylıkla yönlendirilebilir, provoke edilebilir ve amacından saptırılabilir bir araç haline gelmesini mümkün kılmaktadır. Bu nedenle herhangi bir toplumsal hareketin başlattığı meşru ve haklı bir davranışın sosyal medya marifetiyle amacından saptırılması kolaylıkla sağlanabilmektedir. Bu durum, toplumsal hareketin kontrol mekanizmalarını zayıflatan, hatta yerel ve küresel yasal zeminde onu zor durumda bırakan bir durum olabilmektedir (Babacan, 2014). Aynı şekilde “Arap Bahar’ında, İran’daki gösterilerde, Türkiye’de Gezi Parkı eylemleri sırasında muhaliflerin internette örgütlenmesine, ağ üzerindeki kolektif oluşumlara uzun süre çok bel bağlanmıştı. Kimilerince ‘gevezeliğin ağ üzerine taşınmış hali’, slacktivism (koltuk, kanepeler aktivizmi) ya da clikativizm (tıklama eylemciliği) diye adlandırılan, internetteki anonim kampanyalara katılmakla, Facebook ya da Twitter üzerinden politik mesajlar yollamakla sınırlı bu yeni tip eylemcilik, zaman içinde görüldü ki, kolay kolay hayatın öteki alanlarına sıçrayıp daha güçlü bir muhalefete dönüşemiyor. Sürekliliği yok; hızlı yayılıyor ama çabuk sönüyor” (Arslantunalı, 2019: 198).

Son çeyrek yüzyılda yeni medya/sosyal medya araçları toplumsal hareketleri ve aktivist/birey ilişkisinde olumlu-olumsuz bir karaktere sahip olmakla birlikte geleneksel ilişkileri hibrit bir ilişkiye taşıdığı gözden kaçırılmamalıdır. Başka bir ifadeyle teknolojiye ait bazı özelliklerin insana, insana ait bazı özelliklerin teknolojiye aktarıldığı ve teknolojinin merkezi rolünün çok daha fazla arttığı ifade edilmelidir.

İleri Teknolojinin Gölgesinde Toplumsal Hareketler

Toplumsal hareketlerin 20. Yüzyıl boyunca iletişim araçları ile serüveninde kimi paradokslara rağmen, kendi felsefi, düşünsel öncülleri etrafında bir dünya görüşünü ortaya koyduğu ifade edilebilir. Zira modern dönemde ortaya çıkan toplumsal hareketlerin temel karakteri, modernitenin birey ve toplum hayatında meydana getirdiği parçalanma, yabancılaşma, ötekileştirmelere karşı görece holistic bir dünya tasarımıyla sahip olmasıydı. Fakat internet ve devamında yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile günümüzde toplumsal hareketler adeta varoluşsal bir krize girmiş durumdadırlar. Toplumsal hareketlerden beklenen kendi varoluş sahasında olması gerekeni birey ve toplumun hayat kalitesini artıracak

şekilde sunması gerekirken, teknoloji karşısında anlam krizi yaşaması ve teknolojiyle hibrit bir ilişki kurması söz konusu varoluşsal krizi derinleştirmektedir.

Günümüzde toplumsal hareketler, teknolojinin gölgesinde varlıklarından neredeyse haberdar olunamayan bir karaktere dönüşmüştür. İnsanın varlık alemi içerisindeki akıl, irade ve bilinç taşıyan bir varlık olarak anlam üretme potansiyelini ortadan kaldıran bir düzlem oluşmuştur. Buna karşılık teknolojinin insanın yerine transfer edildiği bir gerçeklik, anlam üretimi ve bir kimlik oluşumu söz konusu olmaya başlamıştır. Sonuçta hangi dünya görüşünü, hangi düşünsel zemini ortaya koyduğu silikleşen toplumsal hareketlerin insanlığa ve dünyaya ne vaat ettiklerinden emin olunamayan bir biçime dönüşmesine şahitlik edilmektedir. Oysa “dünya görüşü, görünürde apayrı parçaları bir araya getirip, onları tutarlı bir bütünde birleştirmemizi tanımlar. Kendimize ve dünyamıza ilişkin belirli bir modeli izlemekte olduğumuzu hissetmek, bize kararlarımızın ve eylemlerimizin bir anlamı olduğu duygusunu verir. Dünya görüşü tutarsızlaştığında insanın kendisini ve başkalarını anlayışı parçalanır ve kendisini yalnız, dışarıda bırakılmış biri olarak yaşamaya başlar” (Geçtan, 2016: 8).

Toplumsal hareketlerin varlık nedeni olan dünya görüşüne sahip olma ve bunu bir anlam üretim zemini olarak hayata geçirme süreci, yerini iletişim teknolojilerinin teknik kapasitesine ve nicel büyümeye imkân tanıyan potansiyeline bırakmıştır. İletişim teknolojilerinin söz konusu bu potansiyeli karşısında toplumsal hareketlerin kolektif aklını, holistik epistemolojisini ve varoluşsal pratiklerini terk ettiklerine şahit olunmaktadır. Toplumsal hareketlerin söz konusu sayılan temel hususlarda eksilmesi, azalması; aktivist/birey karakterini de toplumsal hareketler içerisindeki rolünü de dönüştürmüştür. Aydınlanma sonrası dönemde teknik gelişmeye atfedilen muazzam pozitif anlama benzer biçimde, bugün de yeni iletişim teknolojilerine sonsuz bir anlam atfedilerek adeta insanın ölüm fermanı yazılmaktadır. Bu anlam atfı karşısında toplumsal hareketler ve onun merkezinde yer alan aktivist/birey varoluşsal rolünü terk etme durumuyla karşı karşıya bırakılmaktadır.

Post modern dönemin önemli Feminist teorisyenlerinden Donna Haraway, yukarıda özetlenen söz konusu bu bireyi posthumanizmin öznesi olduğunu ve bu öznenin metaforik bir anlatımla ‘siborg’ olduğunu belirtmektedir. “Siborg, sibernetik bir organizmadır; bir makine-organizma melezi, kurguya olduğu kadar toplumsal gerçekliğe de ait bir yaratıdır... Kurumsallaştırılmış ve imal edilmiş makine melezleriyiz, kısaca siborguz. Siborg bizim ontolojimizdir” (Haraway, 2010, 45-46). Ortaya çıkan söz konusu bu melez karakter; hiçbir şekilde bir kökene sahip olmayan, varoluşsal olarak yersiz- yurtsuz, makine-insan-hayvan ilişkisinde geleneksel bütün sınırları kaldıran ‘cinsiyetsiz’ bir karaktere sahiptir.

Modern dönemde doğadan, dolayısıyla evrenin bütünlüğünden kopmuş olan insan, şimdi yeni teknolojiler karşısında bir kez daha koparak daha çok dağılmış ve atomize olmuştur. Genel anlamda insan tekinin teknoloji karşısında varoluşsal geri çekilişine şahit olduğumuz bu düzlemde toplumsal hareketlerin varlığı, po-

tansiyeli ve iradesi silikleşmektedir. Ve toplumsal hareketlerin merkezinde yer alan aktivist/bireyin varoluş sancısı çekmesi beraberinde bir köksüzleşme, yabancılaşma ve yalnızlığı getirmektedir. “Giderek artan sayıda insan, kişisel değerlerinin yaratıcısı olma konusunda artık tek başına bırakılmış durumda. Bunun bedeli Zohar’ın deyimi ile “...kişisel ve kültürel köksüzleşme olarak ödenmekte...” Ortak değerlerin yerini, herkesin kendi normlarını ve değerlerini kendi bildiğince yaratma çabalarının alması, birbirimizi anlamamızı ve birbirimize ulaşabilmemizi gitgide zorlaştırıyor. İnsanlar, birbirlerine kendi senaryoları doğrultusunda roller verip, karşılıklılarından bu rolleri gerçekleştirmesini bekler oldular. Sonuç, düş kırıklıkları, kızgınlıklar ve kendimizden kaynaklandığını bir türlü kavrayamadığımız yalnızlık” (Geçtan, 2016: 10).

İnsanın teknoloji karşısındaki söz konusu bu varoluşsal geri çekilişi öncelikle toplumsal hareketlerin, çeşitli ideolojilerin, siyasal sistemlerin ve diğer yaşam formlarının yaşadığı entelektüel bir krize işaret etmektedir. Paradigmasını, felsefesini ve otantikliğini yitiren diğer bütün mekanizmalar gibi toplumsal hareketler de bir meşruiyet aracı olarak teknolojiyi ve onun potansiyelini bir sığınak olarak görmektedir. Bu anlamda toplumsal hareketlerin kolektif aklının varoluşsal bir kriz yaşaması ve aktivist/bireyin köksüzleşmesi, yalnızlaşması, atomize olması yeni iletişim teknolojilerini her şeyden önemli kılmakta ve orada daha fazla görünür olmayı zorunlu hale getirmektedir. Daha çok görünür olma demokrasi, özgürlük ve haklar gibi meşrulaştırıcı bir söylem etrafında gerçekleştirilmekle birlikte, esasen bireyin her tür sömürü ve manipülasyona elverişli bir veri olarak kodlanmasını da beraberinde getirmektedir.

Son dönemde yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı potansiyel karşısında aktivist/bireyin yaşadığı varoluşsal savrulmaya ve entelektüel krize en uygun örneklerden biri hiç kuşkusuz 2013 yılında Türkiye’de yaşanan Gezi Parkı Olaylarıdır. Yeni iletişim teknolojileri marifetiyle çok farklı ideolojik arka plana sahip aktivist/bireyin ‘çevre duyarlılığı’ ile ilgili bir araya gelmesi sonrası önce sosyal medyada, sonra sokakta nasıl manipüle edildiğine şahitlik edilmiştir. Bu çerçevede Gezi Parkı eylemleri, tüm kötü sıfat ve özelliklerden arınmış –dolayısıyla kimsenin daha önce görmediği- bir grup insanı spontane şekilde sokaklara döken yeni bir durum olarak yorumlanmıştır. Böylece eylemler, bünyesinde bulundurduğu siyasi parti, dernek, STK ve bireysel katılımcıların tüm siyasi mirasını bir kalemde silen bir işlev görmüştür. Genelde daha üstü kapalı şekilde yapılan bu değerlendirme, bazı yorumcular tarafından doğrudan kabullenilmiştir (Ete & Coşkun 2013: 89; Babacan, 2014: 13).

Gezi Parkı Olayları ve benzeri son dönem toplumsal hareketler pratiklerinde yeni iletişim teknolojilerinde görünür olmak, sürekli paylaşımlarda bulunmak veya paylaşım döngüsü içerisinde yer almak daha çok ön planda tutulmaktadır. Bu anlamda esas olanın sürekli çevirim içi olmak olduğu vurgulanmaktadır. Sürekli çevrim içi olma ile özgürlüğün, bağımsızlığın, düşünce ve ifade özgürlüğünün son derece ironik biçimde dünyanın en büyük küresel teknoloji şirketleri tarafından sağlanabileceği varsayılmaktadır. Söz konusu küresel teknoloji şirketlerinin düşünce ve ifade özgürlüğü karnesine bakan Evgeny Morozov (2019: 266), durumun varsayılandan oldukça farklı olduğunu belirtmektedir;

“Twitter, 2008’deki Gazze Savaşı sırasında çevrimiçi kampanyayı susturmakla suçlandı. Apple şirketi, Dalai Lama ile alakalı iPhone uygulamalarını Çin’e hizmet veren Apple Mağazası’ndan kaldırarak şimşekleri üzerine çekti (ayrıca Uygurların sürgündeki lideri olan Rabia Kadir ile alakalı olan bir uygulamayı da yasaklamıştı). Hindistan’da şaşırtıcı derecede popüler olan sosyal iletişim Orkut, muhtemelen hem Hindular hem de Müslümanlara karşı dini ve etnik şiddet içerdiği ileri sürülebilecek, tartışmalı içerikleri kaldırmak konusunda aşırı davranmakla suçlanmıştır. Dahası 2009 yılında yapılan bir araştırma Birleşik Arap Emirlikleri, Suriye, Cezayir ve Ürdün’deki Microsoft kullanıcılarının Bing üzerinden yaptıkları aramalar, bu ülkelerin hükümetlerinden daha sıkı sansürlendiğini göstermektedir”.

Toplumsal hareketler ve aktivist/birey, iletişim teknolojilerini elinde bulunduran küresel teknoloji firmalarına karşı niceliksel olarak görünür olmayı gerçek bağımsızlığa ve özgürlüğe tercih ederek çoğunlukla söz konusu şirketler açısından anlamlı bir veriye dönüşmektedir. Bu anlamda günümüzde küresel teknoloji şirketlerinin kullanıcıya sundukları bütün olanakların merkezinde özne olarak ‘birey’ ve ‘kullanıcı’ ön plana çıkmaktadır. Oysa ‘kullanıcı’ olmak aynı zamanda ‘kullanılan’ olmayı ve ‘big data’ fabrikaları için veri olmayı beraberinde getirmektedir.

Son dönemde iletişim teknolojilerine yönelik sıklıkla kullanılan bir deyim dönüşen ‘ürüne para ödemiyorsanız ürün sizsiniz’ ifadesi, teknolojinin merkezinde özne olarak konumlandırılan birey açısından anlamlı durmaktadır. Teknoloji sarmalında özne olarak bağımsız ve özgür olduğunu düşünen günümüz bireyinin aslında aplikasyonlarla nasıl boğulduğuna ve aplikasyonsuz bir dünyayı tasavvur edemediklerine ilişkin tespiti App Kuşağı isimli çalışmaları ile Howard Gardner ve Katie Davis (2014) yapmaktadırlar. “Dünyayı bir aplikasyonlar topluluğu olarak algılama, yaşamlarını sipariş edilmiş aplikasyonlar dizisi olarak ya da belki çoğu zaman beşikten mezara kadar uzanan tek bir aplikasyon olarak görme noktasına vardılar. (Bu her şeye kadir aplikasyona biz “süper aplikasyon” adını verdik.) İnsanoğlunun isteyebileceği her şeyi aplikasyon temin etmelidir; eğer arzulanan aplikasyon henüz çıkmadıysa, birileri (belki de ona ihtiyaç duyan kişinin kendisi) derhal tasarlamalıdır; eğer böyle bir aplikasyon tasavvur edilemez ya da tasarlanamazsa, o zaman bu arzu (veya korku ya da bilmece) pek de önemli değildir (ya da en azından olmamalıdır)” (Gardner & Davis, 2014: 19).

İletişim teknolojileri karşısında toplumsal hareketlerin yaşadığı varoluşsal ve entelektüel krizin en önemli göstergesi, mevcut teknolojinin sunduğu kapasite (aplikasyonlar) ölçüsünde bir alana sıkışmış olmalarıdır. İnsanlığa sundukları teklifin ve muhayyel dünya tasarımının gittikçe flulaştığı, teknolojide görünür olmanın bizzat ‘olmak’la eşitlendiği bir düzlemde kısır bir sarmala dönen teknolojinin muazzam potansiyeli sürekli vurgulanmaktadır. Örneğin sokak protestolarında cep telefonu kullanımına odaklanan bir çalışmada (Neumayer & Stald, 2016: 257) ‘mesaj yollama, Tweetleme, takip etme ve izleme’ eylemlerinin cep telefonu üzerinden nasıl pratize edildiğini şu ifadelerle özetlemektedir; “akti-

vistler telefonları ile fotoğraf çekerler, kalabalığın içinde kendilerini bulmaları için arkadaşlarını ararlar, evinde oturanları olaylar hakkında haberdar ederler, daha sonraki eylemlere karar vermek için yazılı mesajları kayıt altına alırlar ve daha sonraki eylemlere karar vermek için güncel haberleri okurlar ve metin mesajları hazırlarlar, metin mesajlarını arkadaşlarına (cep telefonu yoluyla) veya Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformları aracılığıyla olası daha geniş bir kamuya gönderirler”.

Toplumsal hareketler ve aktivist/birey açısından büyük kolaylıklar sunan internet, cep telefonu, sosyal medya ve diğer teknolojilerin muhtemel potansiyeline son dönem literatüründe sıklıkla rastlanmaktadır. Fakat gözden kaçırılan temel soru(lar); teknolojinin sunduğu muazzam imkânlar karşısında toplumsal hareketlere ne olduğudur? Varlıklarını daha çok teknolojinin potansiyeline yaslayan toplumsal hareketlerin, yaşadığı varoluşsal krizlerin boyutunun ne olduğudur. Söz konusu kendi yaşadığı bu büyük anlam krizinden nasıl çıkılabileceği ve aynı zamanda kime, neyi vaat edebileceğinin büyük bir sorun olarak kaldığıdır. Aktivist/birey açısından ise; görünür olmanın var olmakla eşitlendiği, salt içerik paylaşmanın düşünce-fikir özgürlüğü olarak kabul edildiği, entelektüel krizin derinleşerek gündelik ve yüzeysel gündem içerisinde kaybolmanın en büyük mücadele olarak görüldüğü bir ekosistemin açmazlarının neler olduğu gibi soruların gözden kaçırılmasıdır.

Sonuç

Günümüzde yeni iletişim teknolojileri ve toplumsal hareketler ilişkisi daha çok ‘demokrasi, özgürlük, bağımsızlık, bağlantısızlık’ gibi olumlu sıfatlar üzerinden tartışılmaktadır. Ayrıca sunulan söz konusu bu pozitif söylem, birey ve toplumsal hareketler düzleminde doğrudan kabul görmesi üzerinden kendini kurmakta ve aslında teknolojinin kendisini daha çok ve sürekli görünür kılmasını sağlamaktadır.

Toplumsal hareketlerin 20. yüzyıl boyunca iletişim araçları ile serüveninde kimi paradokslara rağmen kendi felsefi, düşünsel öncülleri etrafında bir dünya görüşünü ortaya koyduğu ifade edilebilir. Zira modern dönemde ortaya çıkan toplumsal hareketlerin temel karakteri, modernitenin birey ve toplum hayatında meydana getirdiği parçalanma, yabancılaşma, ötekileştirmelere karşı görece holistik bir dünya tasarımına sahip olmasıydı. Fakat internet ve devamında yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile günümüzde toplumsal hareketler adeta varoluşsal bir krize girmiş durumdadır. Toplumsal hareketlerden beklenen, kendi varoluş sahasında olması gerekeni birey ve toplumun hayat kalitesini artıracak şekilde sunmasıdır. Bu hareketlerin teknoloji karşısında anlam krizi yaşamayı ve teknolojiyle hibrit bir ilişki kurması, söz konusu varoluşsal krizi derinleştirmektedir.

Sanallığın insanı çocuklaştıran bir yanının olduğunu vurgulayan psikolog Erol Göka (2017: 89), bu ortamda kurulan iletişimin bilincin ilkel ve derin ruhsal kat-

manlarda şekillendiğini ifade etmektedir. Bu anlamda yeni iletişim teknolojileri ile çocuksulaşan, küresel teknoloji şirketleri karşısında veriye dönüşen ve toplumda makine-teknoloji karşısında varoluşsal bir geri çekilme yaşayan aktivist/bireyin dolayısıyla toplumsal hareketlerin can çektiğini ifade etmek gerekmektedir. İnsanı akıl, irade ve bilinç merkezli anlam üreten bir varlık konumundan teknoloji-insan-hayvan düzleminde eşitleyen böyle bir Teknopolis'te (Postman, 2004; Arslantunali, 2019) varlığını teknolojinin varlığına ve potansiyeline eşitleyen toplumsal hareketlerin insanlığa sunabileceği potansiyel hızla erimektedir.

Varlığını ve potansiyelini teknolojinin gelişimine endekslemiş günümüz toplumsal hareketlerinin yaşadığı varoluşsal ve entelektüel krizin odak noktası, hiç kuşkusuz teknoloji ve insan ilişkilerinin soy kütüğünün gözden kaçırılmasıdır. “Yirminci yüzyılın sonlarına ait makineler, doğal ile yapay, zihin ile beden, kendi kendini geliştiren ile tasarlanmış arasındaki farkı, organizmalar ile makineler arasındaki pek çok başka ayrımla beraber baştan aşağı muğlak hale getirdi. Makinelerimiz rahatsız edici şekilde hayat doluyken, biz korkutucu ölçüde atılız” (Haraway, 2010: 50).

Teknolojinin gölgesinde varlık gösteren ve büyük ölçüde can çekişen toplumsal hareketlerin günümüzde yeniden temel felsefi, varoluşsal ve özdeşimsel bir çabanın içine girmesi gerekmektedir. Lewis Mumford'un (2017) ifadesiyle 'birey olarak adlandırılan yerinden sökülüp çıkarılmış birimler'e dönüşen aktivist/bireyin yeniden varlık alemi içerisindeki yerini ve konumunu hatırlaması gerekmektedir.

Kaynaklar

- Arslantunali, M. (2019). *Teknopolis: Akıllı Makineler, Dağınık Zihinler*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal Medya Sonrası Toplumsal Hareketler, *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-160.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated*. e-book, USA: Yale University Press. <http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>.
- Çayır, K. (1999) Toplumsal Sahnenin Yeni Aktörleri: Yeni Sosyal Hareketler, Der: Kenan Çayır, *Yeni Sosyal Hareketler, Teorik Açılımlar*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Çetinkaya, Y., & Doğan (2008). *Toplumsal Hareketler; Tarih, Teori ve Deneyim*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dunyalılar.org (2013). *Siberelem (İnternet) Bağımsızlık Bildirgesi*: <https://dunyalilar.org/siberelem-internet-bagimsizlik-bildirisi.html/> [25.03.2020].
- Etc, H. & Taştan, C. (2013). *Kurgu ile Gerçeklik Arasında Gezi Eylemleri*, Ankara: Seta Yayınları
- Flew, T. (2014) *New Media; An Introduction*, 4th Edition, Oxford University Press.
- Foweraker, J. (1995). *Theorizing social movements*. Pluto Press.
- Gardner, H. & Davis, K. (2014). *App Kuşağı*, Çev. Ümit Şensoy, İstanbul: Optimist Yayınları.
- Geçtan, E. (2016). *Hayat* (16. Baskı), İstanbul: Metis Yayınları.

- Göka, E. (2017). *İnternet ve Psikolojimiz*, İstanbul: Kapı Yayınları.
- Haraway, D. (2010). *Başka Yer; Donna Haraway'den Seçme Yazılar*, Çev. Güçsal Pusar, İstanbul: Metis Yayınları.
- Hardt, M. & Negri, A. (2012). *Duyuru*, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri, *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 1(1), 131-156.
- Lister, M. vd. (2009). *New Media: A Critical Introduction*- Second Edition, Routledge.
- Morozov, E. (2019). *Twitter'dan Sonra Bir Tarih Kaldı mı? Sanal Ağ Yanılsaması*, Çev. Murat Tekin, İstanbul, Açılım Kitap.
- Mumford, L. (2017). *Teknik ve Uygarlık*, Çev: Emre Can Ercan, İstanbul, Açılım Kitap.
- Neumayer, C. & Stald, G. (2016). Sokak Protestolarında Cep Telefonu; Mesaj Yollama, Tweetleme, Takip Etme ve İzleme, Çev. Özge Önererk, *Yeni Medya; Kullanıcının Yükselişi*, Editör: Himmet Hüliir, Cem Yaşın, Ankara, Ütopya Yayınları.
- Önder, T. (2003), *Ekoloji, Toplum ve Siyaset*, Ankara, Odak Yayınevi.
- Postman, N. (2004). *Teknopoli*, Çev. Mustafa E. Yılmaz, İstanbul, Gelenek Yayınları.
- Touraine, A. (1999). Toplumdan Toplumsal Harekete, Der. Kenan Çayır, *Yeni Sosyal Hareketler, Teorik Açılımlar*, İstanbul, Kaknüs Yayınları.

Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Değerler

Yasin Bulduklı, Muzaffer Şeker

Doç. Dr. Yasin Bulduklu / drbulduklu@gmail.com

Doç. Dr. Yasin Bulduklu, 2010 yılında Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanında doktora derecesini almıştır. 2011-2019 yılları arasında Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak görev yaptıktan sonra 2019 yılında İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü'nde öğretim üyesi olarak göreve başlamış ve halen bu görevini sürdürmektedir. Sağlık İletişimi (2010), Hastalarla İletişim (2015), İmaj Yönetimi (2015) ve Kitle İletişim Kuramları (2019) adlı kitapları yazmıştır. Kurumsal iletişim, yeni medya, medya ve toplum, sağlık iletişimi, kitle iletişim araştırmaları, imaj yönetimi ve halkla ilişkiler alanında çok sayıda çalışması vardır.

Prof. Dr. Muzaffer Şeker / mseker@tuba.gov.tr

TÜBA Başkanı Prof. Dr. Muzaffer Şeker, 1995 yılında İngiltere'de Leicester Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde İnsan Anatomisi üzerine doktora derecesi aldı. 2000 yılında doçent, 2006 yılında da profesör oldu. Birleşik Arap Emirlikleri'nde iki yıl öğretim görevlisi olarak çalıştı. Dr. Şeker, Aralık 2010 yılında Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi'ne kurucu rektör olarak atandı. Halen aynı üniversitede dersler vermeye devam eden Dr. Şeker, ulusal ve uluslararası birçok akademik organizasyonda ve sivil toplum kuruluşlarında görev almıştır.

Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Değerler

Yasin Bulduklu

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Muzaffer Şeker

Türkiye Bilimler Akademisi

Giriş

En basit tanımıyla mal ve hizmet üretiminde kullanılan mekanik ve elektronik sistemleri ifade eden teknoloji kavramı, tarihin her döneminde büyük bir değişim ve etkileme alanına sahip olmuştur. Günümüzde de yaşamın tüm alanlarında değişim ve dönüşümün nedeni olmaktadır ve olmaya devam edecektir. Bu değişim ve dönüşümde insanlar, önce kendilerini ve çevrelerini inceleyerek edindikleri bilgiyi farklı alanlara yansıtmışlar; devamında ise her defasında geçmişin birikiminden yararlanmışlardır. Bu yararlanma ya eleştiriler, her bir deneyim sahibinin bakış açısından her defasında bir sonrasına aktarılmak yoluyla bütünleşmiş, artmış ve katlanmışdır.

Mal veya hizmetin üretiminde kullanılan ve üretimi kolaylaştırıcı işlevi bulunan enstrümanları tanımlayan; bu haliyle de teknik düzeye vurgu yapan teknoloji, zanaatın bir yardımcı ögesi olma işlevinin ötesine geçmiştir. Tarihsel süreçte yaşamı kolaylaştırma, daha fazla üretme, tabiatta var olan güçlüklerin üstesinden gelme motivasyonu ile sadece araç ve aracı olan teknoloji, gelinen noktada tüketim başta olmak üzere çok sayıda alışkanlığın ana belirleyeni olma noktasına ulaşmıştır. Tekerleği bulduğunda görünen uzak mesafeleri yaklaştıran, daha fazla yük taşımaya kolaylaştıran insanlık, günün birinde tekerlekten yola çıkılarak geliştirilen yeni araçlar ile binlerce kilometrelik mesafeleri kat edebiliyordu. Aynı şekilde radyo dalgalarını bulan Maxwell gibi Allesandra Lolita Oswald'ı arayan Bell de görüntüyle sesin aynı anda tel olmadan aktarılacağını ve tüm dünyanın çevrim içi olarak bu teknik sayesinde izlenebilir ve gözetlenebilir olacağını düşünmemişlerdir. İlk ve en basit icattan bugünün kablo ve mekân bağımsız iletişim araçlarına kadar tüm teknik gelişmeler, bir birikimin sonucudur ve hepsi birbirinin üzerinde yükselmişlerdir. Bir şeyi keşfetmenin, yapmanın veya üretmenin bilgisi, aracısı ve kolaylaştırıcısı olan teknolojik gelişim, salt bu işlevler içine hapsolmemiş; toplumu, kültürü, değerleri ve nihayet dünyayı dönüştüren hale evrilmiştir.

Teknoloji; toplumları, onun çatısı altındaki kurumları ve yaşam biçimlerini dönüştürücü işlevini ilk çağlardan bu yana göstermiştir. Yazının icadı, yazılı kültürü oluşturmuş ve bir milat yaşanmış; tarih oradan başlatılmıştır. Görsellerin toplumsal yaşama daha çok dâhil olması, görüntüyü ve imajları önemli hale getirmiş, teknoloji aracılı olarak görünmeyen alanlar görünür kılındıkça kültürün popülerleşmesi gibi bir durum ortaya çıkmıştır. Genel olarak akademik çalışmalar ve özelden iletişim araştırmaları, teknolojinin toplumsal düzeydeki işlevlerini ve sosyal olgular üzerindeki etkilerini incelemeye girişmişlerdir.

Bilimin gelişmesinde de benzer çerçeve, kılavuz olarak alınabilir. Diğer taraftan bu gelişmelerin topluma en güzel yansımalarından biri de yazı, kitap ve matbaanın birlikteliğinin yarattığı Rönesans ve bağlı olarak yaşanan Reform Hareketleri, bilimsel ve toplumsal düzeyde sonuçları olan gelişmeleri ortaya çıkarmıştır. Birinci Dünya Savaşında radyo teknolojisinin sağladığı yararlar, okyanus ötesi yayıncılığı doğurduğunda dünyanın küçük olduğu keşfedilmiş, 20. yüzyılın ilk yarısının sonlarına doğru ise televizyon dünyanın küresel köy olduğu fikrini yaratmıştır. Aynı yüzyılın ikinci yarısı ise toplumsal değişimi ve insan yaşamının hızlanmasını sağlayan bilgisayar ve internet teknolojisini insanlık tarihine eklemiştir. Geçmişte ABD ordu ve üniversiteleri arasındaki mesafeyi kısaltmayı amaçlayan bu ağ, günümüzde fiziksel, sosyal, kültürel ve ahlâki sınırları ortadan kaldırma, kültürel farklılıkları ve zenginlikleri yok etme; bağımlılık yaratma ve insanı tek tipleştirme riski oluşturmaktadır.

Geçmişten bugüne bilimin gelişmesinde etkili olan teknik, araştırmaların hem enstrümanı olmuş hem de gelişen bilim, farklı teknolojilerin icat edilmesiyle bilimsel gelişmelerin tetikleyicisi haline gelmiştir. Toplumların ve insanlığın devriminde saptayıcı bir rol üstlenen teknoloji; yönetsel yapıları ve siyasal sistemleri de yaratma, değiştirme, etkileme, dönüştürme ve geliştirme potansiyeline sahip teknik beceriler bilgisidir. Bu haliyle yeni bir tekniğin yaratılması, üretilmesi, değiş tokuşu ve kullanımı, toplumsal ilişkilerin kökten değişmesi sonucunu doğal olarak doğurmuştur. Tüm bu toplumsal ilişkilerin yeni yönü, bedeli mukabilinde iş ve işlemlerin yapılması sonucunu ortaya getirmiştir. Tekniğin yaratıcısı olanlar öncelikle kendi toplumsal iç çevrelerinde ve toplumların birbirleriyle ilişkilerinde üreten yönünde bir dengesizliğin yaratılmasının ilk aktörleri olmuşlardır. Tekniğin ve teknolojinin yaratıcısı olanlar, diğerleri üzerinde hegemonik güç haline almışlar; üretim ilişkileri ve sosyal yapılar, kendi içinde ve toplumlar arasında sürekli artan bir dengesizliğin de daimi etkenini oluşturmuşlardır. Günümüzde anlam bulan evrensellik, küresellik, emperyalizm kavram ve uygulamalarının bu noktada teknoloji ile ilişkisinin altını çizmek gerekir. Azgelişmiş ülkelerin gelişmiş ülkelere sürekli bağımlı yaşamalarının, aradaki farkın her daim gelişmiş ülkeler lehine açılmasının iletişim ve teknoloji ile ilişkisi de ayrı bir tartışma konusudur. Bu makale, teknoloji ve onun aracılığıyla değişen değerleri kitle iletişimi bağlamında irdelemektedir. Toplumsal soyut varlıklar olarak değerlerin kavramsal açıdan tanımlandığı makalede toplumsal yapı, kültür ve değerler, yeni medyanın bakış açısından ele alınmaktadır. Literatürden ve yeni medya ortamlarındaki uygulamaların gözlenmesinden yararlanan çalışma, değişen değer algılarını betimlemeye yönelik bir bakış açısıyla konuya yaklaşmaktadır.

Medya ve Toplumsal Yapı

İnsanlık tarihi, sosyal ve toplumlar arası simge paylaşımı, sembolik içerik üretimi ve aktarımı üzerine kuruludur. Matbaanın iletişim sürecinde merkezi bir konum edinmesinden bu yana toplumsal iletişim sürecinde içeriğin oluşturulması ve dağılıma sokulması kurumsal bir yapıya bürünmüştür (Timisi, 2003: 9). İletişimin bu kurumsal yapısı, kısaca medyayı tarif etmektedir. Ancak medyanın kurumsal hale gelişindeki süreç, tarihin ilk dönemlerindeki yavaş işleyişin aksine matbaanın icadıyla hızlı bir yola girmiş; ilk değişimler genellikle matbaa teknolojisinin vasıtasıyla basılı medya alanında ortaya çıkmıştır. Çok sayıda kitabın basımına olanak sağlayan matbaa teknolojisi, iletilerin uzak mesafelere aracılı aktarımı yanında kaydedilmesini ve uzun süre saklanmasını da olanaklı kılmıştır. Bireyler ve toplumlar üzerindeki iktidarın yönünü farklılaştıran kitap, önce kilisenin gücünü tehdit etmiş; ilerleyen süreçte ise gücü dini aktörlerden alarak bilgi ve bilime kaydırmıştır. Öncesinde sadece kilisenin ve dini sınıfların tekelinde bulunan bilgi, kitap aracılığıyla daha geniş çevreye yayılmış; bu durum, toplumsal yapı ve üretim ilişkilerinde değişimi yaratmıştır. Bilginin kitap dolayımıyla kolay yayılımı, kodların çözümünde ruhban sınıfının ayrıcalığını ortadan kaldırmış, toplumsal devrimlerin ortaya çıkmasının fitili de böylece ateşlenmiştir.

Kitap gibi yazı ve matbaa ile bağlantılı ancak ona göre daha etkili medya ise gazetedir. Gazete, kitabın durağan bilgi aktarımının önündeki engeli kaldırmış, güncelin hızlı yayılımı yoluyla insanların yaşadıkları yerlerden ve daha uzak mekânlardan hızlı haber almasını sağlamıştır. Posta sistemleri ve gemi teknolojilerindeki gelişmeler, iletilerin dar kapsamının dışına çıkması girişimlerinin öncüsü olarak kabul edilebilir. Gazeteler, daha yakın gelişmeleri kitlelere aktarma yolunda önemli işlevleri sağlamış; toplumların siyasal ve ekonomik dönüşümlerinde önemli bir dönüm noktası oluşturmuşlardır. Kitap ile gazete arasında geçen uzun sürenin aksine 19.yüzyılın sonundan itibaren kitle iletişim araçlarının nicelik ve niteliğinde hızlı ve önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu sürecin ilk adımları, fotoğraf makinesinin icat edilmesi ile atılmış; onu telefon izlemiş, fotoğraf makinelerinin yaygınlaşmasını takiben gelişen sinema teknolojisi ile görsel iletişim alanında önemli gelişmeler birbiri ardına gelmiştir. Telsizin icadı, radyoyu bir kitle iletişim aracı olarak toplumların hayatına sokmuş; televizyona olan gereksinim bunlar üzerine kurulmuştur.

Sanayi toplumunun ortaya çıkmasında kilit unsur, enerjinin dağıtımı ve üretimini olduğundan sanayi devrimi için buhar makinesinden elektrige, fosil yakıtlara, hatta nükleer enerjiye uzanan bir yelpazede yeni enerji kaynakları ne demekse iletişim devrimi için de enformasyon teknolojileri o anlama gelmiştir (Castells, 2008: 40). Dolayısıyla son devrim, aslında teknolojinin devrimidir. Devrimin sürecinde teknik ve buna dayalı olarak teknoloji, toplumu önce sanayi toplumuna dönüştürmüştü; sanayi sonrası toplumun enformasyon toplumuna dönüşmesinde internet, bilgisayar teknolojilerinin yaygınlaşması ve buna dayalı olarak enformasyonun küresel ağlar aracılığıyla yaygınlaşması etken olmuştur. Ekonomik güdülerin sınırları aşması, iktisadi etkenlerin uluslararasılaşması, küreselliği yaratmış ve geleneksel pazar ve pazarlama anlayışı yerini ağ teknolojilerini içeren pazarlama anlayışına bırakmıştır. Yeni yapıda bilgi en önemli araçtır ve sayısal

ile birleşen telekomünikasyon teknolojisi, medya ve onun işlevlerini farklılaştırmıştır. Bilgi toplumunun tetikleyicisi olan yeni kitle iletişim biçimi, medya araştırmaları başta olmak üzere çok sayıda alanı yeniden tanımlamayı gerektirmiştir. Bilginin ve onun sahibi olanların güçlü hale geldiği yeni küresel yapı, donanım üretimi yanında yazılımın da rekabet alanı haline gelmesine yol açmıştır. Bilginin güç olması, pazarın ve tüketicinin daha iyi bilinmesi, bilginin kullanıcı aracılığıyla kendiliğinden ve gönüllü paylaşımı yoluyla artışı ve yayılması, ticaretin dönüşümünü yaratmıştır.

Toplum, ortak idealler etrafında toplanmış, ortak tarihe ve ortak geleceğe yönelik birliktelikle oluşan ortak kültür çerçevesinde yaşayan bireylerden teşekkül etmiş yapıdır. Toplamlar, kültürel aidiyetlerine göre düşünür, davranır, tepkiler verir ve yaşarlar. Törenleri, yasaları, kutlamaları, kültürün kodlarına göre tanımlanır ve paylaşılır. Toplumsallaşma ve toplumsal yapı üzerinde medyanın etkisi ise yadsınmaz. Medyanın giderek etki alanını genişletmesi ve insan yaşamının hemen her alanına ve anına nüfuz etmesi ile bu araçların birey ve toplum üzerindeki etkisi de artmıştır ve artmaktadır. Günümüzde medya, özellikle yeniden üreten, şekillendiren, yöneten, kontrol eden ve hatta yargılayıp, infaz eden bir iktidar aracına dönüşmüştür (Mora, 2008: 6). Toplamların dönüşümünde esas olan bazı etkenlerden farklı olarak bugünün teknolojik devriminin ayrıcalığı, bilginin ve enformasyonun bilgi üretimine, bilgi işleme ve iletişim aygıtlarından kullanımına ve bunların birbiri ile etkileşimine dayalı olmasıdır. Son yirmi - otuz yılda yeni telekomünikasyon teknolojilerinin kullanımının üç ayrı aşamadan geçtiği görülmektedir. Bunlar; işlerin otomasyonu, kullanım biçimlerinin denenmesi ve uygulamaların yeniden biçimlendirilmesidir. Otomasyon ve kullanımın denenmesi aşaması, teknolojik yenilik ve kullanarak öğrenme üzerine dayanırken üçüncü aşamada kullanıcılar, teknolojiyi yaparak öğrenmişler; ağırları yeniden biçimlendirme, yeni uygulamalar bulma noktasına ulaşmışlardır (Castells, 2008: 41). Yeni medya olarak adlandırılan bu teknolojiler, giderek kullanıcı tarafından değiştirilebilir ve geliştirilebilir hale gelmiştir. En pasif kullanıcının bile kullanım için onay verdiği uygulamalar, geliştiriciler için geri bildirim oluşturmuştur. Kullanıcılar tarafından benimsenmesinde gönüllülük ve geri bildirim sağlamadaki sınırsızlık, teknolojinin sürekliliğini ve her alanda yaygınlığını yaratmıştır. Medyanın son geldiği noktada mobil (taşınabilir) aygıtlar üzerinde tüm araçların bütünleşmesi, günlük yaşamdaki neredeyse tüm iş ve işlemlerin dijitalle evrilmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Yeni bütünleşik yapıyla geçmişte tanımlanan kitle iletişim biçim ve yapıları bu sayede hiçbir devrimde olmadığı kadar hızlı değişmiş ve gelişmiş; medyanın tanımı ve kapsamı farklılaşmıştır.

Değişen teknolojiyle farklılaşan medya, toplumsal yaşamdaki dönüşümü ve hızı artırmıştır. Teknolojinin yarattığı etkiyle birlikte değişen toplumsal yaşamda bireylerin boş zamanı artmış, alışveriş, eğlence ve eğitim kalıpları değişmiştir. Geline nokta teknoloji ile medyanın etkileşimi, bilgi toplumu olarak tanımlanan toplumsal bir devrimin yaşanmasına yol açmış, içinde bulunduğumuz dönem, modern ötesi (post modern), dijital çağ, teknoloji çağı vb. ifadelerle nitelenir hale gelmiştir. Dijital teknolojilerin hızlı gelişmesi ve medya başta olmak üzere gündelik yaşamda aşırı yoğun teknoloji kullanımı, yaşamı kolaylaştırıcı et-

kisi yanında toplumsal kurumlar üzerinde de önemli etkiler yaratmıştır. Bu çağ, bilginin de öneminin artmasını beraberinde getirmiştir. Her iletişim etkinliği, özünde bir bilgi paylaşımını barındırır hale gelmiştir. Teknolojinin etkisiyle dönüşüm, sadece araç ve araçlar üzerinde olmamaktadır. Yaşam tarzlarından başlayarak tüm toplumu ve hatta dünyayı başka bir yöne götürmektedir. Demokrasi tanımından uluslararası ticarete, aile içi ilişkilerden mahremiyet algısına çok geniş bir yelpazeyi biçimlendiren dijital devrim, geçmişten bugüne aktarılan icatların ve teknolojik birikimlerin sonucu olarak oldukça geniş bir zaman diliminde ortaya çıkmıştır. İletişime sayıların hâkim olmaya başladığı dijital çağda iletişim teknolojileri, her geçen gün çeşitlenmekte; vaat ettikleri ve üstlendikleri işlevler farklılaşmakta, çeşitlenmektedir. Gelenen noktada toplumun yapısı değişmiş; bilginin üretimi, erişimi, paylaşımı ve kaydedilmesi kolaylaşmış, bu durum yaşamı da hızlandırmıştır. Yaşam biçimlerini, alışkanlıkları, iş ve eyleyiş desenlerini kökten dönüştüren teknoloji dolayımı yeni araçlar, iletişim gerekliliğinin ötesinde işlevleri yerine getirir hale gelmiştir. Bireyler, bu araçlar sayesinde iletişim kurmanın yanında bilmedikleri bir şehri hatta ülkeyi kimseye soru sormadan gezebilmekte, dillerini bilmedikleri garson ile çeviri programları üzerinden iletişim kurabilmekte, parmaklarını kullanmak yoluyla dünyanın öbür tarafından sipariş verebilmektedirler. Tüm bu değişim ve dönüşüm, yeni meslekler, yeni yaşam biçimleri, yeni ilişki yapıları vb. sonuçları doğurmaktadır.

Yeni Medya ve Değişen Toplum

İlk imparatorluklardan bugüne toplumu oluşturan bireyler arası iletişim ve ilişkiler millet denilen çatıyı oluşturmaktadır. Çok sayıda örgütlü ve örgütsüz ilişkilerden teşekkül etmiş olan toplum, üretim ilişkilerinin bir sonucudur. Bu haliyle toplum, üretim ilişkilerinden teşekkül etmiş bir yapıdır ve bu yapılar ve ilişkiler, birbirleriyle yakın bağlantılıdır. Geçmişteki toplumların sosyal ilişki ağları, teknolojinin yaşama daha fazla dahil olması ile internet aracılı ve sanal hale gelmiş; insanların yaşamlarında ve ilişkilerinde sanal ağ, önemli yer tutmaya başlamıştır. Toplumun en temel kurumu olan aile bile ağ temelli teknolojiler aracılığıyla kurulur hale gelmiş, zaman içinde aile hayatında ağ temelli teknolojiler önemli birer gereksinim olmuştur. Gelişen teknolojinin sonucu olarak dünya, teknolojiye artan bağımlılığa dayalı bir yapıya bürünmüştür. Mevcut teknolojik dönüşüm süreci, enformasyonun üretildiği, biriktirildiği, paylaşıldığı, işlendiği, aktarıldığı ortak dijital dili ortaya çıkarmıştır. Dijital çağ adı verilen son milenyumda devrimin merkezinde bilgi işlem ve iletişim teknolojileri vardır. Toplumsal ilişkilerin aracılı hale gelmeye başladığı dönem, keşiflerin ve icatların yoğunlaştığı zaman aralığı ile eş doğrultuludur. Bireylerarası dinamiklerden farklı olarak teknoloji dolayımı ileti aktarımı, tek taraflı yapıya dönüşmüş; geribildirim göz ardı edilir hale gelmiştir. İnternet, diğer iletişim araçlarının gelişim süreciyle kıyaslandığında gelişmesiyle birlikte bu tek yönlülüğü ortadan kaldırma iddiasındadır. Kitle iletişiminin belki de en çok eleştirilen geribildirim boyutu, yeni medya adı verilen ağ temelli sayısal teknoloji ile ortadan kaldırıldığı algısı üzerine kurulmuştur. Son dönem gelişmelere bakıldığında çoğu toplumda karar ve politikaların belirlenmesinde yeni medyanın etkisine ilişkin çok sayıda örneğe rastlamak olasıdır. Her ne kadar sahte hesaplar üzerinden manipülasyon konusu, alınan önlemlere rağmen tartışmalı olsa da tepkinin anında gerçekleşmesi ve geribil-

dirimin hızlıca iletilebilmesi olanağı, sayısal teknolojilerin yaşamın tüm alanlarında giderek var olması ve yaygınlaşması sonucunu doğurmasındaki etkenler olarak görülmektedir.

Ağ temelli ve sayısal teknolojiyi ifade etmek için kullanılan yeni medya, var olan temel iletişim altyapısını kullanarak bireylerin yer ve zaman sınırı olmaksızın iletişimde bulunabildikleri mecraları içine almaktadır. Bilgisayar temelli teknolojilerle telekomünikasyon araçlarını bir araya getiren bu mecra, geçmişten bugüne farklılaşmak yanında her bir teknolojik yenilik, alanın yeniden düzenlenmesi sonucunu doğurmuştur. Bu yeniden düzenlenme, teknolojik olduğu kadar toplumsal kurumları da değişim baskısı altına almaktadır. Yeni medyanın sürekli güncel kalma yönünde algıya seslenen boyutu, esasen adındaki “yeni” nitelemesi ile yakından ilişkilidir. Farklı yazılım ve uygulamaların hayata girmesi anlamına gelen değişim ve dönüşüm, medyanın da yeni olarak anılmasına neden olmuştur. Yeni kavramı, eskinin karşısı olarak sürekli dünden uzakta olmayı, düni yok saymayı da içinde barındıran bir yapıdadır. Sürekli gelişim ve değişimi motive eden yeni kavramı, teknolojinin hızla eskimesini, mal ya da hizmetler yanında değerlerin de hızla demode olmasını çağrıştırmaktadır. Yeni, sürekli farklı algılatmayı, hızın sürekli artışı ve durmaksızın güncellenmeyi gerektirmektedir.

Yeni medya aracılı iletişim çabalarında enformasyon ve mobilizasyon yapılarının yeniden organize edilisine küresel çapta büyük önem verilmektedir (Bal, 2014: 25). Yeni hale gelen medya yapılanmasında en temel bileşen, ağ teknolojisidir ve bu ağlar yoluyla yayılan bilgidir. Dev veri yığınları büyüdükçe her kullanıcının hem katkısı hem de veriyi tüketmesi şarta bağlanmış; sürekli artan bir bilgi paylaşımıyla insanlığın toplumsal evrim süreci hızlanmıştır. Tüm bu dönüşüm sürecinde dünyayı saran ağın katkısı benzersizdir. Bireyler, çoklu ortamları tek bir platform üzerinden kullanabilme ve birbirleriyle iletişimlerini yanında araçların da etkileşimi olanağına sahip olmuşlardır. Geleneksel yüz yüze iletişim, araçlar yoluyla etkileşim biçimine de bu sayede evrilmiştir. Daha çok sosyal medya uygulamalarını akla getiren yeni medya; paylaşma, yorumlama, beğenme, eleştirme ve sohbet etme gibi yollarla etkileşimi yaratmaktadır. İletilerin karşılıklı değiş-tokuşunu dil kadar dil dışı öğelerle de olanaklı kılan yeni medya, neredeyse tek dil aracılı anlaşılan bir evren yaratma noktasında da işlev üstlenme motivasyonunda görünmektedir. Diğer taraftan birincil olarak kabul edilen yüz yüze iletişim bile yeni medya sayesinde aracılı yüz yüze biçimine dönüşmüştür. Kişiler arası iletişim, çoklu ortam araçları vasıtasıyla dolaylanılmış; araç, daha çok mesaj haline gelmiştir.

Yeni medyayla birlikte araç üzerinden alınan iletilerin anlamları, izleyicilerinin niteliğine ve alım koşullarına daha az bağlı hale gelmiştir. Kişi, teknoloji karşısında bağımlı ve onun tutsağı pozisyonunda olsa da iletiye istediğı zaman kendince en uygun ortamda muhatap olmakta; kaynak tarafından gönderilen ileti, segmente edilme olanağı sayesinde bağlam ile daha çok ilişkili bir hale gelebilmektedir. Hedefin bölümlenebilirliği yanında yeni medya dolaymlı iletişimde kaynak, hedef hakkında bilginin de sahibidir. Yönetmenin en temel kaynağının bilmek ve tanımak olduğu düşünöldüğünde dijital temelli iletişim araçlarının

yöneltme ve yönlendirme işlevi daha iyi anlaşılabilir. Yeni medya, aynı zamanda izleyicileri kullanıcılar biçimine evirmiş, her bir kullanıcının bilgi, ilgi, beklenti ve tercihlerini ilgililere de pazarlama olanağı sunar hale gelmiştir.

Enformasyon teknolojisi, enformasyon teknolojisini kullanma ve ona uyarlanma becerisi, ağ temelli toplumsal yapıda zenginlik, iktidar ve bilgi üretmenin, bunlara ulaşmanın başlıca unsurudur (Castells, 2013: 119). Egemen olanın toplumsal karar ve politikalara hâkim olduğu varsayımı, yeni medya ile birlikte bir dönüşüm geçirmiş olsa da yeni olarak nitelenen kitle iletişim araçları, paylaşımlar sonucu artan bilgiyle kişisel tercihlerden haberdar olma ve ürün ya da hizmetleri buna göre yapılandırma olanağına kavuşmuştur. Geçmişten bugüne geliştirilen kitle iletişim kuramlarının merkezi unsurlarından biri olan kültür, yeni medya ile daha geçişken bir yapıya bürünmüş; toplumun yapılandırılmasında tam bir dönüşüm yaşanmıştır. Toplumsal kurumlar, artan hıza paralel olarak dijitale evrilmiş, ürün ve hizmetler yeni medya aracılığıyla sunulur hale gelmiştir. Üretim ilişkileri değişmiş; yeni meslek grupları ve iş yapış biçimleri gelişmiştir. Her bir paradigmanın merkezinde yer alan toplumsal yapı ve dolaylı olarak kültür, teknolojiye paralel olarak daha küresel hale gelmiştir. Bir medya teknolojisinin bir kültürü dönüştürme gücü, yeni medya ile daha çok gündem olmaya başlamıştır. Özellikle internet ile yeni bir toplum biçimine erişildiği ve bunun adının ağ toplumu olarak kavramsallaştırılması gerektiği çok sayıda çalışmada ileri sürülmektedir.

Yeni medyanın en çok tartışılan işlevlerinden biri, kamusal alan üzerinde yarattığı değişimdir. Medyanın gelişmesiyle birlikte araca daha bağımlı hale gelen kamusal alan, demokrasi tartışmalarının hep merkezinde yer almıştır. Kamusal alan kavramı, bütün vatandaşların erişim hakkına sahip olduğu, kamu ile ilgili işlerin görüşülüp tartışıldığı ve nihayetinde kamuoyunun şekillendiği bir alanı ifade etmektedir. Kökleri, Antik Yunan'a dayanan kamusal alan yaklaşımları, agoralardan salonlara, kahvehanelerden kilise cemaatlerine kadar her dönemin tarihsel ve teknik koşulları bağlamında şekillenmiştir. Kitle kültürünün gelişimiyle birlikte kamusal iletişimin sağlanması ve geliştirilmesi için gereken ortam üzerine yoğunlaşan kamusal alan tartışmaları, yeni iletişim teknolojilerinin yayılmasıyla medyaya sıkı sıkıya bağlı bir boyut kazanmıştır (Odabaş, 2018: 2052). Habermas'a göre (2003) kamusal alan, devletin baskı ve otoritesinden bağımsız bir alanı ifade etmekle birlikte; bu alandaki siyasi çekişme ve eleştiriler, kamuoyu yaratma üzerinde de işlevseldir. Burada oluşan kamuoyu, devlet gücü ve iktidarına karşı da oluşabilmektedir. Özellikle 18.yüzyıl Avrupa'sında halkın bir araya geldiği kahvehanelerle anılan kamusal alan, tartışmaların özgürce yapıldığı mekânlar olarak tanımlanmıştır. Buna göre yeni medya, Habermas'ın özelliklerini belirlediği kontrolsüz ve özgür alanlar tanımına uyma potansiyeline sahiptir. Bu alanlar, herkesin erişimine açık olması açısından da giderek yaygınlaşmakta; tepkilerin muhataplarına iletilmesinde ise demokrasi açısından imkânlar sunmaktadır.

Yeni medya; sürekli değişkenlik gösteren, olaylara göre farklı biçimlerde ortaya çıkan, sınırları belirsiz, reel ile sanal dünyanın iç içe geçtiği ve birbirini tamamladığı; mücadelelerin, enformasyonun akış hızında bir görüntü bir kayboldu-

ğu, parçalanmış alternatif kamusal alanlar yaratmaktadır. Toplumsal hareketin kendisinin sosyal medyada inşa edildiği bu yeni yapıda eleştiri ve tepkiselliğin hâkim olduğu (Şener, 2013: 253) bir ortam söz konusudur. Çoğunlukla sanal kimlikler üzerinden işleyen bu eleştirelliğin yeni kamuoyu oluşturma aracı olduğu pek çok örnekle kendini ispat etmiş görünmektedir. Bu haliyle Habermas (2003) tarafından sınırları çizilen kamusal alandan oldukça farklılaşmaktadır. Habermas'ın kamusal alanını yeni medya bağlamında inceleyen Volkmer (2003); Friedland vd. (2006); Trenz (2009), ağ teknolojisini, “yöneten-yönetilen arasında politik söylemin dolaşıma girdiği ve demokrasinin işlediği bir kamusal alan” olarak nitelemişlerdir. İnternetin merkezîyetçiliği kaybettiğini, sansürü ve eşik bekçilerini devre dışı bıraktığını savunmuşlar, kamusal alanı ise küresel ölçeğe genişlettiğini ileri sürmüşlerdir. Volkmer'e göre (2003) internet aynı zamanda iç içe geçmiş mikro kamusal alanlar da yaratmaktadır. Bu mikro düzeydeki alanlarda görüş açısından kutuplaşmış farklı kesimler, mesaj iletimi gerçekleştirebilmektedirler (Akt. Köseleli, 2017: 55). Küresel ağ, ulusal ve uluslararası çapta var olan ve sürdürülen egemenlik mücadelesinin yeni ortamıdır ve bu alanın yaratıcıları aynı zamanda kuralların da belirleyicisidirler. Ağ temelli mecralar, giderek artan oranda siyasal, ekonomik ve kültürel alanı daha fazla kontrol etme güdüsüyle hizmet sunar haldedir. Toplumsal eşitsizliklerin, haksızlıkların ve adaletsizliklerin yansıtıldığı medyanın yeni biçimi, kamusal alanı değiştirmiş; hak aramanın uzamını da farklılaştırmıştır.

Çıkar, güç ve ilişkiler kompozisyonunun yönetsel karar verme üzerinde etkili olduğu düşünüldüğünde yeni medya; üretim, dağıtım, kullanım ve yaratılan faydayı bölüşüm safhalarını da değiştirmiştir. Teknolojiyi kullanım, geçmişte beceri gerektiren bir niteliğe sahipken geline nokta herkesin teknoloji okuryazarı olduğu varsayımı, egemen anlayış olmuştur. Bu anlayış; üretim, tüketim ve dağıtım süreçlerinde dezavantajlı grupların sayısının artışı yaratmıştır. Gücün sahibi, düne kıyasla bilgiye erişimde daha avantajlı konuma gelmiş, daha fazla bilgi, herkes için erişilebilir olmuştur. Geçmişte toplum denildiğinde belli ekonomik, siyasal ve kültürel üretim tarzı ve ilişkileriyle maddi ve düşünsel yaşamı üreten örgütlü insan topluluğu akla gelmekteyken yeni yapıda örgüt ve örgütlü olmak için gereken yollar değişmiştir. Günümüz örgütleri, sanal yapıya daha fazla bürünmekteyken örgüt üyelerinin birbirlerini tanıma gereksinimleri ortadan kalkmış, duygu birliği ve kişisel yoğun ilişkiler, yerini ortak siber tepkilere ve yankı odalarına bırakmıştır. Aynı duyguda olduklarını buluştukları ortak platformlar üzerinden ve birbirlerini tanıma gerekliliği olmadan bazen sanal kimliklerle yaptıkları paylaşımlarla ifade eden bu odaların üyeleri, yeni örgütlü yapıların ana karakteridir. Ayrıca aynı sesi tekrar tekrar aksettirenler, grup üyeliğinde rağbet görürlerken aksi görüşler bu odaların dışına itilmekte ya da o kişinin olmadığı yeni yankı odaları, sanal cemaat ve grupların hizmetine sunulmaktadırlar. Diğer taraftan bu yeni yankı odaları, kamusal alandaki tüm cemaatler yanında anarşist yapıların, yıkıcı ve bölücü örgütlerin de toplanma yeri haline gelmiştir.

Yeni Medya ve Kültür

Kültür, toplumu bir arada tutan, geçmişte bir arada yaşamının bir sonucu olarak ortaya çıkan değerler ve semboller bütünüdür ve toplumsal yaşam açısından

son derece önemlidir. Diğer taraftan kültür, gelecek nesillere de aynı biçimde aktarılmakta; topluluğu toplum yapan ana faktör olarak bir arada yaşamayı şekillendirmektedir. Kültür, toplumu bir arada tutan ve onun duygu, düşünce ortaklığını sağlayan temel bir bileşendir; bu yolla da kültür, toplumun olduğu kadar o toplumun yarattığı medeniyetlerin temel taşıdır.

Kültür, bir toplumun üyesi olarak, insanlığın öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür (Tylor, 1871; akt. Güvenç, 1979: 102). Kültür, toplumunun sembolik ve öğrenilmiş yönlerini anlatan genel bir terimdir ve bilgi, inanç, sanat, ahlâk ve gelenek olarak eğitimle aktarıldığı yapıyı göstermektedir (Çelik, 2006: 46). Kültür, toplumun paylaştığı değerlerden teşekkül etmiş yapıdır ve toplum bu kültürü paylaşan insanların birlikteliğinde var olmaktadır. Toplum, kültür olmadan var olamaz ve kültürün varlığı da toplumun varlığına bağlıdır (Gül, 2004: 226). Kültür, bireyler arası iletişim ve etkileşimin temelini oluşturur. Aynı zamanda bir tahakküm kaynağıdır. Sanat, bilim, din, dil de dâhil bütün simgesel sistemler, gerçeklik anlayışını şekillendirerek insanlar arası iletişimin temelini oluşturmakla kalmaz, toplumsal hiyerarşilerin tesisine ve sürdürülmesine de katkıda bulunurlar. Kültür; inançları, gelenekleri, değerleri, dili kapsar; aynı zamanda bireyleri ve grupları kurumsallaşmış hiyerarşilere bağlayan pratikleri dolaylıdır (Swartz, 2011: 11). Dil, kültürün aktarılması kadar korunmasında da son derece önemlidir.

Kültür kavramına “hars” diyen Gökalp, bir ulusa özgü olan dil, din, edebiyat, güzel sanatlar, hukuk, ekonomi, gelenek ve görenek, töre vb. gibi kurumların toplamına kültür demektedir. Kültür, toplum için oldukça önemlidir ve bireyde karakter ne ise toplumda kültür odur (Arslan, 2005: 11). Gökalp’in (1976) hars tanımlaması, kültürün ötesinde bir anlama işaret etmektedir. Ona göre hars, toplumsal değerlerin tümünü ifade etmek için kullanılan ve terbiye yoluyla aktarılan yapıdaki değerler toplamını tanımlamaktadır. Ulus olma şartını bağladığı hars kavramı, bir topluluğu millet haline getiren ortak bilinç ve geçmişte bir arada yaşamaya vurgu yapan geniş bir çerçevenin adıdır. Ona göre millet, dil, din, ahlak ve kültürü paylaşan aynı terbiyeyi almış kişilerin bir arada olmasından teşekkül etmiştir.

Sosyal açıdan kalıplaşmış olan düşünce ve davranışlardan oluşan kültür, içine doğan insanı şekillendirme özelliğine sahiptir. Kuşaktan kuşağa aktarılan ve paylaşılan sembollerle anlaşma süreçlerini içerir. Kültür, hem bireyin kendisini hem de toplumu materyal ve zihinsel olarak üretmenin temel unsurudur (Erdoğan & Alemdar, 2005: 217). Toplumsal geçmişten aktarılan değerler ve inançlar, içine doğan insanın yaşadığı dünyayı değerlendirmesine ve anlamlandırmasına bir çerçeve sunar. Bunların bir bileşeni olarak kültür, zamanla değişme özelliğine sahiptir. Özellikle kitle iletişim araçlarından etkilendiği varsayılan bu değerler ve inançlar, sonraki nesillere de yine iletişim araçları vasıtasıyla aktarılır. Kültürün oluşması ve aktarılmasında iletişim araçları oldukça önemli bir yere sahiptir. Günümüzün masal anlatıcısı ve mitlerin yaratıcısı artık kitle iletişim araçları olmuştur ve bu haliyle toplumların bugünkü durumlarının ve gelecek-

lerinin şekillenmesinde önemli aktörlerden biri haline gelmiştir (Bulduklu & Karaçor, 2019: 114).

Kültür; iletişimle aktarıldığı ve iletişimle başlatıldığı için tarihsel olarak üretilmiş inanç sistemleri ve gelenekler, diğer teknolojik değişimlerden etkilendiğinden daha fazla yeni medyadan etkilenmiş; ağ temelli teknolojik sistemlere dayalı olarak temelden dönüşmüştür, zaman içinde daha da fazla dönüşecektir (Castells, 2008: 441). Kültür ve iletişim arasındaki bağın kurumsal hali olan medya, kültürün hem ürünü hem de belirleyenidir. Medya sistemi, kültürün kişisel boyutunun ötesinde bir düzeye işaret eder. Bireysel bir tercih işleminin ya da ileti sunum işlevinin ötesinde medya sistemi, toplumsal olarak örgütlenmiş kurumlardan biri olarak ele alınmaktadır. Bu haliyle medya, kültürel üretimin esas aktörüdür ve bilinç biçimleri, düşünme yolları, duygu ile duyarlılık şekilleri ve davranış kalıpları hakkında çerçeveler yaratır (Erdoğan & Alemdar, 2005: 224). Yeni medya, yarattığı yeni kültür ile yerel olanı tehdit etmeye başlamış; yeni yaratılan siber kültür, özellikle evrensel ya da küresel olanı öne çıkararak gelecekseli yok etmeye yöneltmiştir. Batı merkezli ya da Amerikan egemen bu yeni kültür, ötekilerle karşılıklı etkileşim sayesinde yaşam tarzlarının ve tüketim kültürünün yerel çerçeveye aktarılmasını sağlamıştır (Taylan & Arklan, 2008: 88).

Toplumsal kurumlar ve bu kurumların kendi aralarındaki ve diğer toplumlarla ilişkileri kültürü biçimlendirir. Bir toplum, tarihsel olarak ekonomik ve iletişim açısından ne denli ayrıksıysa o denli diğer toplum ve kültürlerden yalıttır ve kültür, o derece özgün ve gelişmiştir (Castells, 2008: 238). Medyanın yeni olarak ifade edilen biçimi, kültürleri yaklaştırmış, kültürlerarası mesafe neredeyse ortadan kalkmıştır. Yeni medya, kendine özgü tekniği yanında kendine has dilini de geliştirmiş; pek çok ifade kısalmış, evrensel hale gelmiş, emoji denilen simgeler; duyguları, düşünceleri ve tutumları ifade eder. Bu haliyle yeni medya, kültürün en önemli kurucu ve aktarıcısı olan yerel dili devre dışı bırakmış, kendine özgü dil yaratma yolunda önemli gelişmelere imza atmıştır.

Yeni medyayla küreselin giderek daha fazla hâkim olduğu kültürel alan, Batılı ülkelerden üçüncü dünya ülkelerine doğru tek yönlü bir biçimde işlemektedir. Kültürel aktarımda medyanın önemli işlevi vardır ve yeni medya, yerel kültürleri aşındırma yönünde işlevseldir (Taylan & Arklan, 2008: 94). Küreselleşen ekonomi sisteminin başlıca özelliği olan enformasyon, zenginlik ve iktidar ağlarını içine alarak ve dışında bırakarak işlemektedir (Castells, 2013: 213). İnternet temelli teknoloji, egemen toplumsal yapıyı, yani ağ toplumunu; yeni bir ekonomik sistemi; enformasyonel yeni bir kültürü yani gerçek sanallık kültürünü yaratmıştır. Bu ekonomi, bu toplum ve bu kültüre içkin mantık, karşılıklı bağımlılık içindeki bir dünyada toplumsal eylemin ve kurumların temelinde yatmaktadır (Castells, 2013: 486). Ağ toplumunda toplumsal ilişkiler bedensizleşmekte sanallık kültürü tüm dünyaya hâkim olmaktadır. Tarih boyunca kültürler, insanların üretim, iktidar ve deneyim ilişkileriyle belirlenen ve projeleriyle değişen koşullar altında uzamı ve zamanı paylaşmasıyla, topluma kendi değerleri ve hedeflerini dayatmak için birbirleriyle mücadele etmesiyle üretilmiştir. Dolayısıyla, uzam-zamansal konfigürasyonlar, her kültürün anlamı oluşturmaları ve farklı yön-

lere evrilmesi açısından kritik önemdedir. Enformasyonel paradigmada uzamlar akışı, zamansız zamanın mekânları aşması ve zamanı ortadan kaldırmasıyla yeni bir kültür doğurmuştur (Castells, 2013: 503). Siber kültürün melez değerler seti; zekânın yapaylaştığı yapıda ve gelenekselden uzaklaşmayla karakterizedir. Yeni düzende teknoloji ile yeni kültürel ortamın simbiyotik bir ilişki içinde olduğu, aklın cihaza atfedildiği, insan ve teknolojinin etkileşimine dayandırıldığı yapı mevcuttur. Bu kültürün kendi değerleri yanında toplum ve dünyanın kıymet verdikleri de değişmiştir. Değerlerin ve değer verilenlerin farklılaştığı bu yeni kültürde yaşamın biçimi değişmiş; toplumsal kurumlar dönüşmüştür. Suçun ve cezanın niceliği ile niteliği de aynı doğrultuda değişmiş; sınırsız özgürlük alanı gibi sunulan ağ temelli teknolojiler ve bunların tümünü ifade eden yeni medya, kendi değerlerini geleneksel üzerinden tanımlamış; onların karşısına ve onları dönüştürerek sınırsız bir dünya topluluğunu ortaya çıkarmıştır. Yeni yapıda değerler ve mahremiyet tehdit edilir olmuştur. Geleneksel kurumsal yapılar yanında yeni medya, kitle iletişiminde de tüm işleyiş ve işlemleri farklılaştırmıştır.

Yeni Medya ve Değişen Değerler

Toplumsal örgütlenmeler, töreler ve değerler, kişinin nerede ne yapacağını ve ne olacağını büyük ölçüde etkileyen faktörlerdir (Güvenç, 1979: 249). Toplumsal değerler, toplum üyeleri tarafından önem verilen soyut yapıdaki varlıklardır ve toplum üyelerinin davranışlarını yönlendirici işleve sahiptirler. Toplum üyelerinin büyük bir çoğunluğu tarafından onaylanan ilke, kural, tutum ve davranışların bütününe ifade eden değerler, kültürün yapı taşlarıdır ve toplumsallaşmanın esas unsurlarıdır. Somut olarak ifade edilmesi güç olan bu varlıklar, bireylerin davranışlarına rehberlik ederler. Toplumsal kabulün belirleyeni olarak değerler, yerel olduğu kadar evrensel özellikleri de içinde barındıran karmaşık bir kavramsallaştırmanın da öznesidirler. Kabul edilebilir olanla kabul edilemez olanın sınırları öncelikle değerler tarafından belirlenir. Toplumun kıymet verdiği kural, tutum ve davranış, değer olarak algılanırken bu çerçeve içinden görünenler, toplumsal açıdan rağbet görenlerken aykırı olanlar ise dışlananlar olmaktadır. Bu haliyle değerler, toplumsal meşruiyetin de belirleyicisidirler. Medya, hem yerel hem de küresel boyutta değerleri belirleyen, değiştiren ve yozlaştıran yapıdadır.

Değer, sosyal bilimler açısından her bir disiplinin kendi bakış açısından değişik tanımlamaları yapılan bir kavramdır. Bu durum, hem değer tanımını hem de sistemin özelliklerinin saptanmasını güçleştirmektedir. Değerler, hukuk, iktisat, psikoloji, sosyoloji, felsefe açısından farklı biçimde tanımlanmaktadır. Bu, esasen disiplinlerin kendi pencerelerinden kıymet verilenleri nitelenmesi açısından beklenen bir durumdur. Ancak sosyolojik tanımlamada değerler, toplumsallaşmanın esas unsurları arasında yer almakla birlikte; iletişim ve özellikle yeni medya açısından sınırlarının çizilmesi noktasında çok sayıda belirsizliğe neden olmaktadır. Belirsizliğe ilişkin çok sayıda gerekçe sıralanabilir; ancak temel olarak tanımlı güçleştiren unsurlardan ilki, sosyolojik bakışın kendi dinamikleriyle yakından ilişkilidir. Öncelikle kültür, değer, etik ve ahlâk arasındaki sınırların toplumsal tanımlanmasındaki soyut yapı, bu belirsizliğe neden olmaktadır. İkinci olarak, toplumsal düzeyde çok sayıda alt kültür, değişik gösterge ve davranışları

kıymetli kabul edebilmekte; bu durum da kültürel farklılıklara göre değerlerin tanımlanmasını güçleştirmektedir. Üçüncü olarak medyanın ve iletişim uygulamalarının kendi doğası, değer tanımlamalarında değişimleri gerekli kılmakta; sistemin önemli bir katalizörü olarak değeri yaratma ve değiştirme rolüyle işlev sunması, tek bir değer kavramsallaştırması çerçevesinde kalmayı zorlaştırmaktadır. Dördüncü olarak medya, hem yerel değerlerin korunması hem de toplumsal ya da küresel değerlere göre politika belirlenmesi noktasında ikilemlere neden olmakta; bu durum da medyanın değer konusunda ilke ve kurallarını bulanıklaştırmaktadır. Medya için durum böyleyken yeni medya gibi iletinin uzamdan ve zamandan bağımsız olduğu mecrada değer duyarlı bir yapının var olma olasılığı düşüktür. Buradan hareketle yeni medyanın değerleri korumak yönünde işlev sunması, doğası gereği beklenen bir durum değildir. Ancak yeni medyanın değerli olarak sunduklarının, yeni olarak nitelenen bu mecraanın yarattığı yeni kültürün özelliklerinin bilinmesi, yerelin muhafazası boyutunda katkı sağlama potansiyeli oluşturabilir.

Bütün iletişim araçlarını birleştiren, karşılıklı etkileşim potansiyeline sahip yeni bir elektronik iletişim sisteminin ortaya çıkışı, yerel kültürü ve değerleri sürekli değiştiriyor, değiştirecektir (Castells, 2008: 441). Yeni medya ve onun ait olduğu değerler seti, standart bir yapıyı ifade etmese ve tek tip olarak ilkeleşmiş ya da norm haline gelmiş yapıda olmasa da vardır. Değişik platformlar ve oluşan yeni gruplar için farklı farklı olsa da belirli ilkeler ve sınırları aşan yeni sanal, hızlı ve geçici bir değerler setinin değişen biçimde olsa da varlığından söz etmek olasıdır. Çoğunlukla yerleşik değerler üzerinden ve genellikle eleştirel bakışla ele alınan yeni medyanın değerleri, en başta sürekli eskitmek ve gelenekseli devre dışı bırakmak üzerinden işler. Aşırı bireyselliğin kıymetli olduğu bu yeni yapıda sorumlu olmamak ve sorumluluk almamak değerli kabul edilmektedir. Bilginin hızla yenilendiği ve yığınlar halinde değersizleştiği bu kültürel atmosferde sanal olan reel olanın yerine geçmiş, sanılan gerçek reel olarak algılanır olmuştur.

Yeni medya ve onun temelini oluşturan ağ teknolojisi, sınırsız biçimde genişleyebilen, ağ çerçevesinde mekân ve zamandan bağımsız iletişim kurabilmelerine olanak sağlayan ortamlardır. Yeni medyanın iletişim kurallarının ortaya çıkardığı ağa dayalı toplumsal yapı, sosyal dengeyi bozmaksızın yeniliklere gidebilecek, son derece dinamik ve açık bir sistemdir. Ağa dayalı bu yapının biçimi, iktidar ilişkilerinin anlamlı bir biçimde yeniden örgütlenmesinin de kaynağında yer alır. Aynı şekilde kültürel ifadeler, tarihten ve coğrafyadan soyutlanır. Ağırlıklı olarak, elektronik iletişim hatlarıyla aktarılır hale gelir. Sonuçta, dijital, görsel-işitsel hipertext'in kapsadığı kod ve değer çeşitliliği içinde ağlar, izleyicilerle etkileşim içinde olan, izleyicinin de etkileşim kurduğu araçlar halini alır (Castells, 2008). Diğer taraftan yeni medya, yaşam tarzlarını, toplumsal bakış açılarını değiştirmiş; yerleşik kültürü ise bulanıklaştırmış, etkisizleştirmiştir. Bunun en önemli etkilerinden birinin aile üzerinde olduğu görülmektedir. Birlikte vakit geçirme, yerini online oyunlara, haberleşme ve iletişim kurma ise sanal topluluklara devredilmiştir. Eğlence, başat unsur haline gelmiş; en değerli ve kritik konular bile mizahın öznesi olmuştur. Başta oyunlar olmak üzere yeni medya,

kullanıcıyı ekranların karşısına hapsedmiş; ebeveynler de dâhil olmak üzere insanlar, mobil teknolojilerin tutsağı olmuşlardır.

Yeni medya, kendisinin yeniliği yanında eski ya da gelenekseli de kendi bünyesine eklemiş; onları çoklu ortam ve uygulamalarla aynı çatı altında sunar hale gelmiştir. Bu eklemiş, fiziksel birliktelik yanında karşılıklı araçsal etkileşimi de yaratmıştır. Kendi içinde fiziksel eklemişmesinin somut boyutu, telefonlar ve diğer mobil aygıtlar üzerinden hâlihazırda tüm geleneksel kitle iletişim biçimlerini sunuyor olmasıyla ilgilidir. Etkileşimin örneği de geleneksel yayınlarda yapılan yeni medya platformlarına yönlendirme ve bu mecralardaki gelişmelerin gelenekselin gündemini belirliyor olmasıdır. Geleneksel yayınlarda Twitter hashtag'i açmayan veya Instagram hesabı vermeyen televizyon yayını yok gibidir. Prime Time'da yayımlanan bir televizyon dizisindeki kıyafet veya takıların eşanlı olarak ilan edilen bir alışveriş sitesinde indirmeye girdiği bilgileri de önce gelenekselden ilan edilmekte; sonra yeni medya aracılı mecralar tarafından bu sitelere yönlendirilmektedir. Diğer taraftan Twitter, YouTube veya Facebook'ta fenomen olan konu veya videoları ana haberde göstermeyen televizyon kanalı neredeyse yoktur. Bazı televizyonların ana haber bültenlerindeki ağırlığının yarıdan fazlasının buradan derlendiği gözlenebilir bir durumdur. Bu haliyle yeni medya, yeme içme alışkanlığından giyim kuşama, iş yapış biçiminden eğlenceye bireysel yaşamı; tepkilerden yardımlara, sosyal sorumluluktan gelenek ve göreneklerin yaşanışına kadar oldukça geniş bir yelpazeyi etkilemiştir.

Yeni medya, katılımcılığın ve buna dayalı kültür ve değerlerin ölçüsünü değiştirmiştir; yeni katılım biçimlerini yaratmıştır. İskoçya örneğinde olduğu gibi dünyada ilk e-anayasa uygulaması için yurttaşların bu mecradan katılımının sağlanması kadar aktif olarak bir sosyal hareketin üyesi olmadan da katılım, olanaklı hale gelmiştir. Daha küçük gruplar halinde ve daha bireysel yollarla da sosyal medya üzerinde sosyal dönüşümde söz sahibi bireylerin ortaya çıkması imkânlı olmuştur. Eylem ve eylemlilik değişmiş; tepkiselliğiyle öne çıkan postmodern bireyler; ekran başında, yaratıcı, üreten ve tüketen eylemci tipini ortaya çıkarmışlardır (Şener, 2013). Devletlerin yasa ve anayasalarında değişim ve dönüşümleri yaratan bu mecralar üzerinden kimlikli ya da kimiksiz paylaşımlar, kitlenin nicelliği karşısında karar vericilerin korku ve çaresizliğini yaratmış; politika, karar ve uygulamalar anında geri alınır hale gelmiştir. Bu geri almaların en kaygı verici örnekleri kuşkusuz hukuk alanında yaşanmaktadır. 2018 ve 2019 yılında yaşanan çok sayıda örnek; mahkemelerin verdikleri karar sonrası artan sosyal medya paylaşım ve iletilerinin yoğunluğu sonrası kararlarından vazgeçmeleridir. Adalet gibi bir toplumsal değere oluşan güven gibi bir başka değeri iki yönlü yıpratın bu uygulamalar, yeni medyanın yönetme, yöneltme, uygulama ve karar verme üzerindeki etkisini göstermesi açısından ilgi çekicidir. İnsani bir özellik olması gereken bazı değerlerin yeni medya ile ifade ettiği ya da dönüştüğü yeni kavramlar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Yeni Medya Aracılı Değişen Değerler

Toplumsal/ İnsani Değer	Kapsam	Yeni Medya Aracılı Değer	Kapsam
Paylaşmak	Ekmeği paylaşmak, sevgiyi paylaşmak, nefreti paylaşmak, parayı paylaşmak, acıyı paylaşmak	Paylaşmak	Yediğinin görüntüsünü paylaşmak, içtiğinin görüntüsünü paylaşmak, ibadetinin görüntüsünü paylaşmak, gittiği mekânı paylaşmak, mahrem olanı paylaşmak, tatili paylaşmak
Sorumluluk/ diğeramlık	Ebeveyn olarak evlada, yurttaş olarak devlete, mümin olarak yaratana, birey olarak topluma, zengin olarak yoksula, kurum olarak çevreye ve geleceğe...	Bencil/ bencillik	Kendine ayıracak zaman, eğlenmeye fırsat, turnuvada yenme, sosyal medyada kim ne yapmış görme, oyunda seviye geçme..
Mahremiyet	Bedenin mahremiyeti, mülkün mahremiyeti, malın mahremiyeti, ailenin ve evladın mahremiyeti, beden mahremiyeti,	Aleniyet	Selfie, story, müzik vb.
Saygı	Büyüğe saygı, küçüğe saygı, hayvana saygı, yaratılmışa saygı	Sınırsızlık	Amiri gömme, lideri gömme, iyiyi yerme, eskiyi aşağılama, yaşlıyı alaya alma
Hoşgörü	Başka dini, başka milleti, başka rengi, başka tercihi, başka görüşü hoş karşılamak, kusuru, hatayı hoş görmek...	Siber zorbalık	Farklıyı ağ aracılı tehdit, aykırılığı sanal kimlikle taciz, Başka isimlerle hakaret, güçsüz/ düşmüş nick ve rumuzla aşağılayıcı mesaj...
Dürüstlük	Ticarette dürüstlük, ilişkide dürüstlük, siyasette dürüstlük, bilimde dürüstlük, sözde dürüstlük, eylemde dürüstlük...	Trend Topic (TT)	# hashtag gündem ol, saldırı ünlü ol, dedikodu yap manşet ol, sanal ol takipçi kas
Yardımlaşma	Zoru birlikte yenme, yolda kalana destek olma, kapiya geleni boş çevirmeme, fazlasını verme..	Tık alma/ tıklanma	Duygusal mesaj atma, gündemdeki konularla eşleştirme, acayip pozlar verme, ihtiyacı olanla dalga geçme
İşbirliği	Birlikte yapma, diğerine destek olma, takım ruhu oluşturma...	Takibe takip	Takipçilerine bakma, paylaşımları görme,
Özgürlük	Kendini gerçekleştirme, toplumsal yapıyla sınırlar içinde bir arada oluş, kurallara göre özgürlüğün yaşanması,	Sınırsızlık	Ülkelerin, toplulukların ve grupların sınırlarının yok oluşu, kuralların sınırlarına uymamanın değer oluşu, bireysel ve toplumsal ahlâkla bağdaşmayan tutum ve davranışların yayılması.
Aile ilişkileri	Aileden öğrenme, ebeveynlerden değer aktarımı, akraba ziyaretleri, Yüz yüze iletişim, aile içi oyun ve paylaşımlar, birlikte zaman geçirme, temas ve dokunma	Sanal gruplar	Bağımsız ve gözetimsiz çocuk, ekran önünde ebeveynlik, popüler ilgi, öğretici sanal fenomenler, beğenme, dürtme, yorum yapma, sanal ileti kutlamaları, sanal oyun grupları, sanal iletişim, sanal etkileşim
Vatanseverlik	Canından vazgeçmek, malından vazgeçmek, kişiliğini ve kişiselini feda etmek	Hazcılık	Yaşandan, eğlenceden, sevinçten vazgeçmemek, her şeyde kişisel tatmin aramak, bulmak...
Güven	Eşe güven, hocaya güven, devlete güven, lidere güven, bilime güven, dine güven, dosta güven...	Trol	Boot hesap, algı, provokasyon, gündem saptırma, kanalizasyon, tuzak kurma...

Toplumsal/ İnsani Değer	Kapsam	Yeni Medya Aracılı Değer	Kapsam
Doğruluk	Gerçeği söylemek, gerçek uygun davranmak, ölçü ve tartıda hile yapmamak, “emrolunduğu gibi olmak”	Sanallık	False paylaşım, sahte hesap, sahte hoca, sanal arkadaş, yalan haber
Dostluk/Arkadaşlık	Kederde ve sevinçte bir arada olmak, hakkı ve sabrı tavsiye etmek, anlayışlı olmak, derdiyle dertlenmek, sadık olmak, sırdaş olmak, olduğu gibi kabul etmek...	Beğeni/Takip/engel	Hoşuna gideni beğeni, farklı görüşleri arkadaşlıktan çıkarmak, olumsuz yorumlarda engellemek, DM’den yürütmek, duvarına yazmak, özel günleri yeni mecradan kutlamak
Adalet	Ödül ve cezada hakkı gözetmek, kurala uygun hüküm tesis etmek, çoğunluğun vicdanı için kabul edilebilir kararları almak	Tepki odaklı / takdire göre	TT olanı gözden geçirmek, tepki alanı değiştirmek/tepki yoksa umarsız kalmak, kuralların her platform ve kişi için ayrı değerlendirilmesi
Geçmişe bağlılık	Gelenek, görenek ve kültürel olanlara saygı, eskiye hürmet, tarih bilinci, gelenekselden istikbale bakma.	Güncelleme	Eskinin kıymetsizliği, her şeyin hızla eskimesi, sürekli uygulama ve donanım güncellemeleri ile tüketim, değişim, dönüşüm, post-modernizm, teknoloji bağımlılığı.

Tablo 1 bazı değerlerin gözlenen paylaşımlar çerçevesinde dönüşen ve sanal ortamda kıymet verilen yeni değerleri göstermektedir. Bu kavramların ve yeni değerlerin sayısını artırmak olasıdır. Ancak makalenin amacı, değişen toplumsal yapı ve tepkilerden ziyade farklılaşan değer anlayışını göstermektir. Yeni medyanın dönüştürdüğü ve insana has özelliklerden bazılarının farklılaşma yoluyla nasıl yerleştiğinin bir resmini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Tüm bu değerler çerçevesinde yeni medya, özellikle mahremiyet değeri üzerinde önemli düzeyde etkide bulunmuştur. Neredeyse tüm toplum kesimlerinin bir alışkanlığı haline gelen sosyal paylaşım uygulamaları aracılı teşhir davranışı, mahremiyetin alenileştirilmesine, gizil olanın kaybolmasına yol açmıştır.

Değişen teknoloji ve onunla bağlantılı olarak ortaya çıkan toplumsal ve küresel yapı içinde her şey hızla eskimekte; yeni kavramı da sürekli güncel olmayı ifade etmektedir. Yeni medya denildiğinde sürekli alışılmadık icatlar ve gelişmeler yaratan; devamlı yatırıma gereksinim olan araçlar ifade edilmektedir. Bu haliyle yeni kavramının bir sınırı yoktur ve yenilik sürekli olarak en sonuncuyu ifade etmektedir.

Yeni medyanın yeniliği, doğrudan veya dolaylı bir biçimde eskinin karşısına modernliği konumlandırmakta; modern olmayanın aşağılandığı bir anlayışı doğurmaktadır. Medyanın modern teşvik eden biçimde bir değer ifadecisi haline gelişi, modernist değerlerin yayılımı, aktarılması ve en önemlisi meşrulaştırılmasına yol açmaktadır.

Yerelin ikincilleştirildiği ve değersizleştiği bugünün ağ toplumunda siber uzay, millet ve milliyet değerlerini de ortadan kaldırmaya girişmiştir. Toplumsal grupların yerini uzaktan erişim veya etkileşimle karakterize sanal grup ve cemaatler

almış, eskinin geleneklerinin bir kısmı bu çerçevede kaybolmaya yüz tutmuş; bir kısmı ise sanal ile eklemlenik halde ayakta durma çabası göstermektedir.

Sonuç

Toplum olmanın, toplum içinde kalmanın ve sosyal yapının belirleyici unsuru olarak iletişim, bireylerin içinde bulunduğu durumu ifade etmesinin, ortak değerleri paylaşma ve aktarmasının, kısaca bir arada yaşamasının önemli bir ögesi-
dir. Bireylerden teşekkül etmiş olan toplumun bir araya gelişinin de bir gereklilik olduğu düşünüldüğünde iletişimin insan olmaktan kaynaklanan temeli ve bu temelin bir gereksinim oluşu daha net anlaşılabilir. Toplumu oluşturan bireyler, belirli soyut varlıklara kıymet atfeden ve dolayısıyla ortak değerleri ve çıkarları bulunan, bir arada yaşamak için sürekli ilişki içinde olan varlıklardır. Değerlerin yaratımı ve paylaşımından ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesine kadar toplum olmanın gerekli tüm aşamalarında iletişim işlevseldir. İletişim, en temel anlamda yüz yüze ve karşılıklı bir durumu ifade etse de toplumun büyük bir kesimine iletilerin ulaştırılması düşünüldüğünde akla gelen kitle iletişim araçlarıdır. İletişimin kurumsal hali olarak medya, geçmişten bugüne farklı süreçleri geride bırakarak toplumsal yapı üzerinde etkisini farklı boyutlarda göstermiştir. Bu araçlar, toplumlar ve insanlık üzerinde etkileri ile her zaman gündeme gelmiş ve araştırılmıştır. Kitle iletişim araçları, teknolojinin gelişmesine bağlı olarak geçmişten bugüne hızla değişmiş ve bugün yeni medya adı verilen ağ temelli kitle iletişimi biçimini almıştır. Yeni medya, kitlesellik işlevi yanında bireysel iletişim ve ilişki üzerinde de çok önemli değişiklikleri yaratmıştır. Geçmişin ortak uzam ve zaman bağlamında bir arada olma zorunluluğu ortadan kalkmış, iletişim doğrudan olmak yerine yüz yüze aracılı hale gelmiştir. Teknoloji dolayımı iletişimin başlangıcında kuşkusuz bilgisayarın icadı ve telekomünikasyon sisteminin gelişmesi en önemli etkindir.

Teknolojinin gelişmesiyle aynı yönlü olarak bireylerin bilgiye erişimi artmış, söze dayanan iletişim biçimleri, önce yazıya, sonra işitsel boyuta evrilmiştir. Geçmişin doğrudan yüz yüze iletişimi, sinyal aktarımı boyutuna evrilmiş; kaynak ancak bir iletici vasıtasıyla bilgiyi kanala aktarır hale gelmiştir. Aynı şekilde ileti doğrudan hedefe gitmek yerine araya bir kod çözücü eklemlenmiş; alınan sinyalin teknoloji yaratımı bir çözücü aracılığıyla gönderi haline getirilmesinin gerekliliği ortaya çıkmıştır. Teknolojiye bağlı gelişimin geçmişte yavaş seyrinin tersine özellikle 2000'li yıllardaki hızlı dönüşümü ve web teknolojisindeki sürekli güncellenmesi gereken yazılım temelli uygulamalar, tüketim kültürüne hizmet eden bir medya sonucunu ortaya çıkarmıştır. 1960'larda askeri amaçla hayata geçirilen bir projeden yola çıkılarak yaratılan bilgisayarların birbirlerine bağlanması uygulaması, yaşamları mobil, kültürleri geçirgen, ekonomiyi küresel, sınırları görülmez, yasakları uyulmaz, tepkileri sanal ve nihayet yaşamları bağımlı biçime dönüştürmüştür. Diğer taraftan tüm bu gelişmeler, kitle iletişim araçlarına yönelik tartışmaların ve akademik bakışın da niteliğini farklılaştırmıştır.

Kitle iletişim araçları farklı yatırımları ve bireysel girişimleri gerektirirken bilgisayar teknolojileri, sunduğu imkânlarla alışkanlıkları farklılaştırmış, erişimin sınırlarını ortadan kaldırmıştır. Yayın, radyo ve TV sinyallerini idare edebilen

bir radyo vericisine bağlıyken ağ temelli teknolojilerle daha ucuz yatırımlarla yapılabilir hale gelmiştir. Çoğu işletmenin veya bireyin erişiminin ötesinde pahalı bir sermaye yatırımı yerine daha ucuz bir sunucuyla yapılabilir hale gelmiştir. Aynı şey, gazete ve televizyon için de geçerlidir. Gazete kâğıda gerekliliğin dışına çıkmış, televizyon için başında olma, programı aralıksız olarak takip etme zorunlulukları ortadan kalkmıştır. Diğer taraftan medyanın bu yeni biçimi, “eski” ve “yeni” medya arasındaki bağı koparmamıştır. Ağ bağlantılı yeni yakınsak medya, “eski”nin teknik donanımına bağlantı ve bağımlı yönlerini devre dışı bırakmıştır. Birçok farklı kullanıcı, ağ tabanlı dağıtımı kullanarak dünya genelinde birçok farklı zamanda birçok farklı türde medyaya erişebilir hale gelmiştir.

Gelişen tüm bu iletişim teknolojileri, bilgisayarla internete bağlanan kişinin erişimi ve kullanımı sınırlanmamış enformasyona, reklama ve propagandaya ulaşma olanağını yaratmıştır. Fiziki dokümanlara bağlı iletişim desenleri dijitale dönüşmüş, yaşamın içindeki gerekli işlemler, bilgisayar aracılı bir iletişim ve ilişki halini almıştır. Ticaret, eğitim, yayıncılık, eğlence, sağlık gibi pek çok alanda kullanıcıya büyük imkânlar sunan ağ teknolojisi, günümüzde çok geniş bir yaş aralığındaki kullanıcıların gereksinimlerine rahatlıkla cevap veren içeriklerle doludur. İletişimin ve yaşamın dönüşümü, teknolojinin etkisiyle, sadece araç ve araçlar üzerinde yaşanmamıştır. Dönüşüm sürmekte; yaşam tarzlarından başlayarak tüm toplumu ve hatta dünyayı başka bir yöne götürmektedir. Demokrasi tanımından uluslararası ticarete, aile içi ilişkilerden mahremiyet algısına çok geniş bir yelpazeyi biçimlendiren dijital devrim, geçmişten bugüne aktarılan icatların ve teknolojik birikimlerin sonucu olarak oldukça geniş bir zaman diliminde ortaya çıksa da dönüştürme işlevi kısa denilebilecek zaman aralığında yaşanmıştır. Ağ temelli teknolojilerin insani ve toplumsal değerler üzerinde farklılaştırıcı bir etkisi olmuştur.

Kültür, geçmişe içkin bir kavramdır ve toplumların bir arada uzun süre yaşamakla inşa ettikleri değerler bütünüdür. Kültür, insan tarafından inşa edilen; insan gruplarının toplum olmasını sağlayan unsurların bir birlikteliğinin sonucudur. Toplum olmanın ve toplumsallığın hem nedeni hem de sonucu olarak kültür, her dönemde iletişimden ve kitle iletişiminden aşırı düzeyde etkilenmiştir. Kültür, daha çok yerele ve topluma özgü bir yapıyken değişen ve gelişen teknoloji, kültür üzerinde de etkide bulunmuştur. Yaratılan etki, her dönem eleştirel biçimde ele alınmış olsa da en çok eleştirinin yeni medya ekseninde yapılmasının gerekliliği görülmektedir. Zira yeni medya, hem yapısı hem de teknolojisi nedeniyle yerel ve geleneksel ile doğal bir çatışma içinde olmak zorundadır. Adındaki yenilik her şeyin ömrünün kısa olması ve sürekli eskimesi ile sonuçlanmanın gerekliliğinin ifadesidir. Yeni medyada sınır yoktur ve kültür daha geçişken bir hal almıştır. Bu geçişkenlik sayesinde toplumun yapılandırılmasında tam bir dönüşüm yaşanmıştır. Toplumsal kurumlar, artan hıza paralel olarak dijitale evrilmiş, ürün ve hizmetler yeni medya aracılığıyla sunulur hale gelmiştir. Üretim ilişkileri değişmiş; yeni meslek grupları ve iş yapış biçimleri gelişmiştir. Teknoloji, toplum ve kültür, birbirini etkilemiş; değişme ve gelişmelerle paralel olarak daha küresel hale gelmiştir.

Toplumlardaki tüm normalliklerin ve anormalliklerin, hastalıkların, eğilimlerin, iktidar mücadelelerinin ve en önemlisi tüketimci kültürün en önemli enstrümanı yeni medya olmuştur. Ağ temelli teknolojiler ve onun ulaştırdığı içerikler, eskinin, geleneğin ve değerlerin karşı tarafındadır. Yeni medya, gelenekselin tam karşısına konumlanmıştır ve yerleşik olanla aleni bir mücadele içindedir. Bu mücadele öyle bir mücadeledir ki aksini savunanlar bile belirli bir sürenin sonra “sırf meraktan” bir kez buluştuğlarında artık onun gizli birer müşterisi haline gelmektedirler. Uzun vadede herkesin hızla öğrendiği bu teknolojiler, okuryazarlık açısından bile farklı bakış açısını ortaya çıkarmıştır. Devletlerin hızlı bir biçimde dâhil oldukları internet temelli uygulamalar; eğitim, yaş ve diğer demografik değişkenlerden bağımsız tüm yurttaşları yeni bir okuryazarlık biçimine zorlamaktadır. Yeni medya okuryazarı olup olmadıklarına bakılmaksızın her bir yurttaş, günlük yaşamda iş ve işlemlerinin neredeyse tamamını bu araçlar üzerinden yapmak zorundadırlar. İşsizlik başvuruları, eğitim-öğretim, salgının takibi vb. çok sayıda uygulama, artık bu araçlar üzerinden yürütülmekte veya denetlenmektedir. Temel işlevi haberleşme olan telefonların akıllı olmamaları durumunda iletişimi kurmaktan bile aciz hale gelecekleri zamansa oldukça yakın görünmektedir.

Değerler, toplumsal alanda işlevsel olan, onun üyeleri tarafından kabul edilmiş; onların önem verildikleri soyut yapıdaki varlıklardır. Toplumun üyelerinin davranışlarını yönlendirme işleviyle değerler, kültürün yapıtaşlarıdır. Toplum üyelerinin büyük bir çoğunluğu tarafından onaylanan ilke, kural, tutum ve davranışların bütünü olarak değerler, teknolojik değişim ve devinimlere karşı durarlıdır. Her aracın kendi devrimini yarattığı tarihsel süreçte medya, değerlerin yaratıcısı, aktarıcısı ve değiştiricisi işlevlerini her zaman sunmuştur. Medyanın son geldiği nokta, yeni medya olarak adlandırılan sayısal temelli iletişimi ifade eden ve toplumsal yaşamın her alanını etkisi altına almış teknikten fazlasını ifade etmektedir. Yeni medya mevcut durumda hem kendi değerini yaratmış; hem de yerleşik yerel değerleri dönüştürmeye devam etmektedir. Bu haliyle değerler, yeni medya karşısında değişime direnmekte zorlanan yapıdadır.

Yeni medyaya karşı durmak ve ona karşı savaş açmak, bu savaşta da kültür ve değerler üzerinden sürdürmek; Don Kişot’un yel değirmeni ile metaforik mücadelesinden farksız olacaktır. Son yaşanan salgın ve felaketler sonrası yaşamın giderek dijitalle daha bağımlı hale gelişi, eğitimin bu platformlar üzerinden sunulmasının zaruri oluşu, yeni medyanın sadece iletişimden öte işlevlerini ve bu alanla mücadelenin yersizliğini ortaya koymuştur. Geline nokta, yeni medyayla mücadele yerine kültür ve değerleri yaşatmayı, yereli önde tutan anlayışları ve aracın sadece enstrüman boyutunun bilinmesine yönelik adımlara odaklı teşvik edici program ve politikalara gereksinimi öne çıkarmıştır. Yeni medya mecraları üzerinde iletinin uzamdan ve zamandan bağımsız erişime olanak sağlaması, hayatın her alanında çevrimiçi olma zorunluluğu ve gizilin kaybolması, yeni medyanın değerleri korumak yönünde işlev sunmasını olanaksız kılmaktadır. Bu alanla mücadeleden öte yeni medya kültürünün özelliklerinin bilinmesi, bu özelliklere göre ona rol biçilmesi, değişimin tehdidi altındaki kültürel öge ve değerlerin korunmasına odaklanılması ve kültürel bilincin yeni nesle aktarılması,

yerelin muhafazasına imkân sağlayacaktır. Buradan hareketle yerel ya da toplumsal değer veya kültürü farklı ritüel ve pratiklerle korumak yönünde politika ve uygulamalar oluşturmak ve kültür ile değerleri yaşatan etkinlik ve eğitime odaklanmak yerinde olacaktır.

Kaynakça

- Arslan, M. (2005). Ziya Gökalp'te Kültür ve Uygarlık Anlayışı. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 10(3), 11-19.
- Bal, E. (2014). *Teknoloji, Gençlik ve Mobil Yaşam*. Konya: Literatürk.
- Bulduklu, Y. & Karaçor, S. (2019). *Kitle İletişim Kuramları*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplunun Yükselişi. (Çev: E. Kılıç), İkinci Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2013). *Bin Yılın Sonu Enformasyon Çağı Ekonomi, Toplum ve Kültür*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çelik, C. (2006). Gökalp'in Bir Değişim Dinamiği Olarak Kültür-Medeniyet Teorisi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 43-63.
- Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (2005). Öteki Kuram Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Yenilenmiş 2. Baskı, Ankara: Erk.
- Gökalp, Z. (1976). *Türkçülüğün Esasları*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Gül, G. (2004). Birey Toplum Eğitim ve Öğretmen. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 223-236.
- Güvenç, B. (1979). İnsan ve Kültür. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Habermas, J. (2003). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*. (Çev.: T. Bora & M. Sancar) 5. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Köselerli, B. (2017). Yeni Medya Ortamının Yeni Kamusal Alan Olarak Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme. *Humanities Sciences*, 12(1), 51-64.
- Mora, N. (2008). Medya ve Kültürel Kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5, 1-14.
- Odabaş, U. K. (2018). Tarihsel Süreçte Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü ve Habermas. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22; 2051-2066.
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*. (Çev: E. Gen), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şener, G. (2013). Toplumsal Mücadele Alanı Olarak Sosyal Medya. *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu- II: Kültür, Kimlik, Siyaset*, (Ed: C. Bilgili & G. Şener), İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık, 253-271.
- Taylan, H. H. & Arklan, Ü. (2008). Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(X), 85-97.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Ahlak ve Bilişim Teknolojileri

Celal Türer

Prof. Dr. Celal Türer / Celal.Turer@ankara.edu.tr

Prof. Dr. Celal Türer, 1987’de Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi’nden mezun oldu. 1993 yılında Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi’nde Felsefe Tarihi A. B. Dalı Araştırma Görevlisi oldu. 1997’de “William James’in Ahlak Anlayışı” çalışmasıyla doktor unvanını aldı. 2001 Ağustos–2002 Temmuz arasında Oklahoma State Üniversitesi Felsefe Bölümünde “Pragmatizm” ile ilgili araştırmalarda bulundu. Mayıs, 2004’te doçent oldu. 2007 yılında Kaliforniya Üniversitesinde “Dini Çoğulculuk” ve Southern Illinois Üniversitesinde “John Dewey” ile ilgili araştırmalarda bulundu. 2010 yılında Ankara Üniversitesi’ne Profesör olarak atanan Dr. Türer, 2013 yılında McGill Üniversitesi, İslami Araştırmalar Enstitüsünde alanıyla ilgili araştırmalar yapmıştır. Çalışma alanı pragmatizm, ahlak ve İslam düşüncesidir.

Ahlak ve Bilişim Teknolojileri

Celal Türer

Ankara Üniversitesi

Ahlakı Anlamak

Ahlakın dünyada devam eden, tüm toplumlar ve tarihin tüm dönemlerinde tezahür eden bir hadise olduğu açıktır. Gerçekten, insan ve toplumda ahlaki ideal-lerin gerçekleşip-gerçekleşemediğinden şüphe edilse ve ahlakın belirli bir insan başarısı veya başarısızlığı olup olmadığı sorgulansa da onun kendi idealine sahip bir zemin, bir arayış olarak her daim var olduğu inkâr edilemez. Bu durum, ahlakın her zaman sadece ideallere ya da ilke ve zorunluluklara sahip olmakla ilgili olmadığı, aynı zamanda içinde kurucu birer unsur olarak yükümlülük ve fedakârlığın da bulunduğu bir yapıyı gerektirdiğini akla getirir.

Ahlaki yapının tüm yaşamı ve ilişkileri varoluşsal olarak kuşattığı kabul edilir. Bu açıdan bakıldığında ahlak, varoluştaki tüm münasebetleri kuşatan *Manevi* ve *Aşkın* bir Alan’a ya da insan olma süreci içerisinde hem oluşturduğumuz hem de içinde olduğumuz bir varlık sahasına işaret eder. Bu varlık sahasının iki temel niteliğe sahip olduğu söylenebilir: Bunlardan ilki, söz konusu sahanın dinamik, bitmek tükenmez bir sürece gönderme yapması; ikincisi, dinamik sürecin onu anlamayı beraberinde getirdiği, yani beşerî bilinç içerisinde ahlakı anlama çabalarının sürekli olması gerektiği ve ahlaki ufkumuzun onu sorgulama süreciyle ilerleyeceği gerçeğidir. Tüm bunların anlamı, ahlakın yaşarken ya da insanlaşma sürecinde varoluşsal bir hadise olarak hem karşılaştığımız hem de idrak ettiğimiz bir süreç olduğudur. Bu sürecin niyet-irade-davranış üçgeninde kendimizi nasıl deneyimlediğimiz ya da insanlığımızı nasıl tezahür ettirdiğimiz meselesi olarak da görülebileceği açıktır.

Ahlak hadisesini anlamada öncelikle ahlaki faile odaklanmak akla gelse de kaçır-mamamız gereken husus, ahlakın özneyi aşan, her daim bize dışardan seslenilen ve bilincimizin de bigâne kalamadığı varoluşsal bir hal oluşudur. Nitekim bu hususu fark eden araştırmacılar, ahlaki failde kurallı yaşama ilişkin bir anlayış ya da bir ahlak dili oluşmadan “iyi, erdem, ödev, değer vb.” kavramların açıklanamaya-cağını ve ancak böyle bir oluşumdan sonra “ahlaki açıdan iyi nedir?” sorusunun cevabını aramaya girişilebileceğini görmüşlerdir. Bunun anlamı, ahlakın *Varlığın*

Çağrı'sı olarak bizi her daim varoluşsal bir tutum ve tavır almaya ya da iyi/kötü yaşam idealleriyle çevrili olarak seçimler yapmaya zorlayan bir hadiseyi yansıtmaktadır. Bu hadise, insani ilişkilerimizde iddialarımızın, görev, hak ve sorumluluklarımızın birbiriyle çatıştığı durumlarda ne yapmamız gerektiği hususunda bize yol gösteren; her durumda "İyi"nin gücüne duyulan inancı seslendirir.

Ahlak hadisesinde, *Varlık*'tan gelen çağrı ya da davetin ahlaki fail tarafından işitilip, anlaşılması gerekir. Bu durum, ahlaki talep ister *Aşkın bir Varlık*, isterse *Akıl* ya da *Doğa* veya *Toplum* tarafından seslendirilsin, ancak onu duyabilen, onu içselleştirebilen bir bilinçle mevcut olduğu gerçeğini ifşa eder. Başka bir ifadeyle, ahlak *Varlık*'ın çağrısıyla başlasa da ahlaki öznenin bu çağrıya kulak vermesi, çağrının gücünü hissetmesi ve oluşan yükümlülüğü yerine getirmesiyle gerçekleşir. Bizi ihata eden erdemler/değerler en yüce muhtevalara sahip olsa bile, onların farkında olmayan, onları anlamayan bilinçlerde tezahür etmez. Bu husus ahlakın öncelikle bir duyarlılık kazanma hadisesi olduğunu bize söyler. Ahlaki fail ahlaki bilincini ne denli geliştirir ve ahlaki ilke ve kavramlar göre davranışları üzerine ne kadar teemmül ederse, onun ahlak bilinci/şuuru o kadar gelişir. Böyle bir bilinç, insani durumları ahlaki açıdan tahlil etmenin kullanışlı ve derinlikli yolunu gösterir. Diğer taraftan ahlaka dair hassas ayrımlar yapma kapasitesini kaybedenlerin karmaşık ya da belirsiz durumlarda yanlış seçimler yaparak ahlaki çürümeye sebep olmaları da kaçınılmazdır.

Ahlaki *Varlık*'ın sesi ile öznenin bilincine indirgemek bu hadisenin gerçekleştiği üçüncü unsur olan tarih sahnesinin, tarihsel ilişkilerin, yapı ve kurumların etkisinin göz ardı edilmesine sebep olur. Unutulmamalıdır ki ahlak; bir toplumun varoluş tarzı ile onun hangi süreçlerden nasıl geçerek var olduğuyla da alakalıdır. Zira ahlak, toplumun kurucu dinamikleri ve bunların düzenlenme tarzına göre şekillenmektedir. Tarihsel süreçte değişik güçlerin insanlığın ahlaki yapılarını belirlemiş olduğunu göz önüne alırsak; insanlığın çoğunlukla politik organizasyonlar (klanlar, despotik krallar, şehrin oluşması, demokrasiler, politik talepler); ekonomik sorunlar ve endüstri pratikleri; ticaret ve bankacılık tarafından etkilendiğini; benzer şekilde hukuki süreçlerin de ahlaki yaşayış üzerinde önemli tesirler yapmış olduğunu kabul edebiliriz. Günümüzde kapitalist üretim ve tüketim mekanizmalarının ahlaki failin iradesini ve davranışını görülmedik bir biçimde zorladığını hatta engellediğini söylemek mümkündür. Buna ilaveten, ahlaki hayatın giderek karmaşılaşan ve farklı bağımsız güçler tarafından etkilenen bir hususiyete sahip olduğu da hesaba katılmalıdır. Sözelimi, zayıflama ya da kilo verme şu ana kadar insanı belirleyen iradi bir faaliyet olarak görünürken, mideye takılan birtakım aletlerle gerçekleştirilen bir hadise olmaya doğru yol almaktadır. İradenin yerini sanki teknolojik uygulama ve aletlerin alması, aynı hususun ahlaki alanda da gerçekleşip gerçekleşmeyeceği sorunuyla bizi karşılaştırmaktadır. Özellikle günümüzde bilişim teknolojileri, yapay zekâ, dijital dönüşüm vb. hususları göz önüne aldığımızda, ahlaki hayatın biçim değiştirdiğini pek ala düşünebiliriz. Bu durum, toplumsal hayatın kalıpları ve değişimlerinin ahlaki hayat üzerindeki etkisini anlamayı ve günümüzde ahlakın nasıl tezahür ettiğine dair anlama ufkumuzu incelikli bir şekilde araştırmayı gerektirmektedir.

Ahlak ve Teknoloji

Yaşadığımız yüzyılda pek çok alanda deneyimlerimizi değiştiren ve dönüştüren gelişmelere tanık olduk. Daha önce ifade ettiğimiz gibi, bilişim teknolojilerinin gelişimi ve kullanımı toplumun kendisini yeniden şekillendirmesinde ve yeteneklerini çoğaltmasında oldukça önemli fırsatlar sunmuştur. Zaman ve mekân algısını değiştirerek, yeni bir gerçekliği deneyimlemeye imkân sağlayan söz konusu teknolojiler, kendi kendimizle, başkalarıyla ve dünyayla olan ilişkilerimizi ve genel anlamda varoluş şartlarını değiştirmenin yanında, oldukça tehlikeli ve nispeten zararlı kabul edilebilecek hususları da beraberinde getirmiştir. Bu gelişme ve değişmeden en çok etkilenen alanın ahlak olduğu aşîkârdır.

Bugün ahlaki hayatımızda hüküm süren belirsizlik, karmaşa ve gerilimin ahlaki düşüncemizdeki etkisinin ufuk daralması şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Ahlak konusunda hem teorik hem de pratik kavrayışımızı, büsbütün değilse de büyük ölçüde kaybetmiş olduğumuz; bilgeliğe en çok ihtiyaç duyulan ve fakat paradoksal olarak ona en az inanılan bir dönemde yaşadığımız bir gerçektir (McIntyre, 1981: 2). Buna ilaveten, yaşanan dramatik değişimlerin ortaya çıkardığı ahlaki sorunlarla baş edemediğimiz; “iyi yaşam”a ilişkin ideallerde ortaya çıkan boşluğun değerlere dair sübjektif kanaatlerle doldurulmasının ahlaki alanda bir kaos yaşattığına şahit olmaktayız. Bu durumdan olup biten gelişme ve değişimleri sorumlu tutarak kaçmak yerine ahlaki çağın anlayış ve kavramlarıyla yeniden yorumlamak ve ahlaki davranışların yeni durumlara makul bir şekilde nasıl uyarlanacağını analiz etmek durumundayız. Ahlakın amacının seçim ve eylemlerimizde özgürlüğü gerçekleştirmek, korumak veya onu yok etmemek olduğunu göz önüne aldığımızda teknolojik yenilikler karşısında ahlaki eylemlerimizi organize ederek uyumlu hale getirmenin ne denli zor bir görev olduğunu fark edebiliriz.

Bilişim teknolojilerinin, potansiyel fayda ve risklerinin ötesinde, insan ve toplumsal yaşamla ilişkili olması bakımından ahlaki çerçeveye dâhil olabileceğini akılda tutmak gerekir. Bu açıdan, bilişim teknolojilerine ilişkin meseleler değerlendirilirken ahlakla ilişkili boyutum nasıl gündeme getirileceği sorusu bir hayli önemlidir. Eğer 1) bilişim teknolojilerinin toplumsal kurum ve yapıları geliştirdiğini ve belli başlı değerleri dayatarak insan yaşamı ile kültürünü değiştirdiğini varsayıyorsak ahlak meselesini teknolojik determinizm düşüncesi içinde ele almak gerekecektir. Bu görüşün daha ileri versiyonu ise 2) insanın irade sahibi bir varlık olduğu anlayışını sarsan “özerk teknoloji” görüşüdür. Buna göre; sadece bilişim teknolojileri değil tüm teknolojiler, yalnızca bir alet olmanın ötesinde, insanın niyet ve planlarının haricinde gelişen; toplumsal referanslara başvurmaksızın açıklayabileceğimiz kendi iç mantığına sahip, bağımsız güç haline gelen araçlardır. Bu görüşlerin karşısında; 3) bilişim teknolojilerinin özerk olmadığını, iradi olarak belli amaçları ifa için üretildiğini yahut inşai bir faaliyet olarak onu üreten ve kullanan kişilerin özgür iradeleriyle veya toplumun ya da ideolojilerin belli başlı değerleri ile yönlendirildiğini savunan görüş vardır (Umut, 2018: 215).

Umut (2018), *Teknoloji-Değer İlişkisi* adlı çalışmasında Heidegger, Jacques Ellul, Langdon Winner, Marshall McLuhan ve Deborah G. Johnson gibi filozoflara referansla, teknolojinin insanlığı tehdit eden, yabancılaştıran ve insanı insanlığından eden yönlerine vurgu yaparak teknolojik determinizmin görüşüne karşı çıkıldığını ve kaygıların a) teknolojik sistemlerin daha yüksek bir amacı motive etmediği; aksine, daha fazla üretimi ve kontrolü dikte ettiği, b) tabiat da dahil pek çok alanı yeni bir sosyal çevre içine yerleştirdiği, c) insanın dahi teknolojinin nesnesi haline geldiği, d) teknolojinin tüm geleneksel kavramları değiştirdiği; benzer şekilde fikirlerin, yargıların, inançların, mitlerin çok esaslı biçimde teknoloji tarafından değiştirildiği ve onun kendi yargılarını koyduğu, e) teknolojik organizasyonların politik amaçları yönlendirdiği ve kendine hizmet edecek alanlar ürettiği, f) iletişim formlarının insanların dünyayı görme tarzlarını şekillendirdiği, merkezi sinir sistemini genişleterek insanlığı küresel bir ağa bağlayarak hem kamusal hem de kurumsal davranışlarda değişikliğe sebep olduğunu, g) teleolojik, doğrusal ve tek boyutlu olduğu için entelektüel olarak zayıf bir temele dayandığı hususlarına vurgu yapar (Umut, 2018: 216-227). Teknolojik determinizmin irrasyonel biçimde teknofobi ve kötümserlik ürettiğini savunan bu görüşler, teknolojinin nötr bir araç olmadığını, tamamıyla insan kontrolünde olduğu ve bu yönüyle özerk teknolojinin kendisiyle çeliştiğini iddia ederler. Dahası onlar, teknolojik determinizm kabul edildiğinde oluşan durumu değiştirmek için herhangi bir anlamlı çabanın olamayacağı ve böylesi bir teknolojik toplumda daha iyi bir gelecek aranamayacağını ileri sürerler (Umut, 2018: 228). Diğer taraftan teknolojinin tamamen insan kontrolünde olan tarafsız aletler olduğu görüşü ne doğanın ne de kültürün birincil olduğu, insan olmayan nesnelerin de insanlarla simetrik olarak “aktant/çift taraflı” fail olarak ele alınması gerektiği; teknoloji ile artık nesne ve öznelere değişikliğe uğradığı; toplum ve teknoloji arasındaki *a priori* ayrımın olmadığını iddia eden Bruno Latour tarafından eleştirilmiştir (aktaran, Umut, 2018: 23-232). Bu noktada teknolojinin insan için faydalı yenilikler getirdiği, insan ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılabileceği ve onun kontrolü ile ilgili herhangi bir problemin olmadığı iddiasının naif kaldığını söyleyebiliriz. Nitekim Umut bu durumu şöyle ifade etmektedir (Umut, 2018: 234 -235):

...ihtiyaç hissedilmediği halde, ortaya konulan teknolojik yenilikler, amaçlandığından farklı seyreden teknolojiler veya amaçladığı husus haricinde istenmeyen etkileri ortaya çıkan birçok teknoloji mevcuttur. Dolayısıyla, mevcut durumun daha karmaşık bir yapı arz ettiği görülmektedir.

İnsanın teknolojiyi kontrol edebileceği söylemi, teknolojinin bireylerin ya da toplumun kontrolünde olduğu izlenimini oluşturmaktadır. Oysa, günümüzde ilerleyen dijital teknoloji başta olmak üzere teknolojik yapılar düşünüldüğünde, bu yapıların çok karmaşık olduğu; nasıl işlediklerini sistemin içerisinde yer alan teknisyenlerin bile tam olarak anlayamadığı yahut belirleyemediği malumdur. Özellikle, teknolojinin öngörülemez ya da istenmeyen sonuçlarına dair örnekler ve bazı teknolojilerin tasarlandığı amaçtan farklı sonuçlar üretmesi, bu durumlara örnek teşkil eder.

Kanaatimce mesele hakkında bu üç görüşten birini tercih ederek ahlaki anlamak zorunda değiliz. Bu üç görüşü daha ziyade teknoloji ve özelde bilişim teknolojileri ile ahlak arasındaki ilişkileri daha iyi kavramak için birer perspektif ya da ufuk olarak idrak etmek gerekir. Nitekim, endüstride 3. ve 4. aşamayı resmeden “insan-makine” ve “insan-makine-insan” meselesi ve 20. yüzyıl başlarında yaygın olan teknolojik determinizm söylemi, geçen yüzyılın son çeyreğinde, yerini teknolojinin toplumsal-politik inşası söylemine bırakmasıyla bir hayli karmaşıklaşmıştır. Buna ilaveten yapay zekâ sürecinde, belli toplumsal-teknokratik-politik-ekonomik yapıların tek başlarına teknolojiyi yönlendirmediği, sürecin artık doğrudan birilerinin kontrolünde kalmayacağı anlaşılınca umutların azalıp, kaygıların derinleştiğini görebiliriz.

Umut’un (2018) ifade ettiği gibi gösterdiği tüm gelişmelere rağmen, teknolojinin belli bazı problemleri çözebilmesi, tüm insani problemleri çözebileceği anlamına gelmemektedir. Üstelik insani meselelerle uğraşmayı bırakıp sorunların teknolojik mekanizmalar yoluyla çözülmesini beklemek, irade sahibi, sorumlu failler olmaktan bizi uzaklaştıracağı, ahlâki çözüm üretme kapasite ve yeteneklerimizi pasif hale getirebileceği de gözden uzak tutulmamalıdır. Bu noktada ahlaki normlar, değerler ve eğitimi, teknolojik gelişmeler eşliğinde devreye sokarak daha kökten çözümler bulmayı deneyebilir; tek başına teknolojik düzenlemelerden medet ummak yerine, madde ve manadan ibaret gördüğümüz insanın manevi, yani metafiziksel yanını geliştirecek çabalara yoğunlaşabiliriz. Zira günümüzde *insan-sonrası* ve özellikle teknolojinin imkânları ile insanın biyolojik varlığını dönüştürmeye çalışan *insan-ötesi* kavramların geleneksel insan anlayışından radikal bir kopuşa neden olduğunu dikkate aldığımızda ve Haraway’ci anlamda sınır durumların bulanıklaştığı ve insanın ‘ne’liğine dair bir sabitemizin olmadığı teknolojik bir çağda, insanoğlunun sınır tanımaksızın yapılacak müdahalelere açık hale geleceğini hatırla tutmalıyız (Umut, 2018: 258-262).

Ahlaki Etkin Kılmak

Teknoloji çağında ahlakın etkin kılınmasında bir yandan daha insani teknolojilerin nasıl mümkün olacağına diğer yandan teknoloji çağına uygun bir ahlaki düşüncenin nasıl geliştirileceği konusunda çokça düşünmeliyiz. Söz konusu ilk çaba, teknoloji uzmanlarının ya da üreticilerinin ahlaki kılavuzluğuna müracaat ile bu teknolojilerin kamu kontrolüne tabi olması, ikinci çaba ise, hem ahlaki değerleri korumak için sağlam bir zemin hem de pratikteki tartışma noktaları için yönlendirici ahlaki bir bakış açısı ve ilkeler sağlama yönünde ilerlemelidir. Esasen her iki çabanın da iç içe geçtiği bir duyarlılık sürecinin olması umulur. Ancak teknolojik gelişmenin hızına ahlaki derinliğimiz yetişemediği için, ikinci çabanın mevcut süreçleri etkileyecek tarzda kapsamlı olması beklenmektedir. Bu doğrultuda ilk örnek Hans Jonas’ın küresel çapta sorumluluk ilkesini merkeze alan radikal bir ahlak dönüşümü projesidir (Jonas, 1984: 6). Bu düşünce, teknolojik kapasitemiz ile ahlaki bilgimiz arasındaki boşluğu kapatmayı deneyen, süreçte uzak sonuçları da ahlâkın bir parçası haline getiren, yalnızca sorumluluğu değil tevazuyu da beraberinde taşıyan yeni bir “insan fikri” ile şümüllü bir kamu

politikasını” temel alır. Diğer bir girişim ise Anscombe, MacIntyre ve Nussbaum gibi felsefecilerle canlandırılmaya çalışılan erdem ahlâkıdır. Hatırlanacağı üzere ahlaki karakter yetiştirme pratiği olarak erdem ahlâkı; hazır bir liste üzerinden değil kişinin donandığı erdemlerle karşı karşıya kaldığı her durum için uygun bir cevap arayışını temsil eder. Bu arayışın teknolojilerin sunduğu karmaşık durumlar için “ödev” ve “faydacı” ahlaklardan daha uygun olduğu savunulur. Zira erdem ahlaki sorularını, “şu ya da bu teknoloji ahlaki midir ya da değil midir; kullanımı yasaklanmalı mıdır?” gibi yanlış soruları değil; sosyal robotlar bizi nasıl etkileyecektir? İnsanlığın ahlaki gelişimine nasıl zararlar verebilir ve zarar verici boyutları nasıl bertaraf ederiz? şeklindeki sorulara ve bilgece arayışlara yöneltir. Sözelimi dürüstlüğü, irade sahibi olmanın, kendimizi kontrol etmenin, tevazu göstermenin, sorumlu ve adil tarzda davranmanın, yardımseverliğin kısaca her durumda ahlaki kaygıların nasıl yer bulacağını düşünmenin insanoğlunun teknoloji çağında en acil çabası olduğunu ifade eder (Umut, 2018: 298-305).

Ahlakın etkin kılınmasında üçüncü bir arayış, varoluşa daha derinden dokunan dini-manevi referanslardan gelir. Teknolojik gelişmenin maddi olana tekabül ettiğini, anlam arayışına tatmin edici bir cevap vermediğini savunan düşünürler, teknolojik imkânların sunduklarına zihni bir mesafe alıp değerlendirmede dini değerlerin etkin olabileceğini vurgularlar. Onlar, özellikle insanın gücünün ahlaki kullanımı (had/sınır) meselesinin daha deruni bir bakışla ele alınmasının; varlık, bilgi ve değer birlikteliğini kurmasının ve hikmetli bir tarzda eşyaya, tabiata, insana muamele etmesinin gerekli olduğunu savunurlar.

Kanaatimizce tüm arayışlar, türümüz ve gezegeni paylaştığımız türlerin yaşamını da şekillendireceği bilinciyle bugünü ve geleceği daha yaşanılır kılmaya ilişkin olduğu için eş zamanlı olarak devreye sokulması gerekir. Günümüz dünyasında ahlaki-insani kriz derinleşirken insanlık dünyasının büyük bir sağlık krizi ile karşı karşıya gelmesi, yani Korona Salgını; toplumlar, halklar, kültürler arasında yaşanagelen bütün utanç verici asimetriteri ve hiyerarşileri ortadan kaldırarak, toplumların, halkların, kültürlerin, bütün insanlığın ortak kaderi konusunda hepimizin çok yoğun ve çok yönlü sorumluluklarımız olduğunu göstermiştir.

Günümüzde küresel sorunlarla, küresel tehditlerle, küresel kuşatmalarla hiçbir ulus-devlet, hiçbir milliyetçilik, hiçbir mezhepçiliğin kendi başına yüzleşemez/hesaplaşamaz olduğu açığa çıkmıştır. Bunun için bütün bencillikleri/kibir ve ihtirasları aşan nitelikli ortak-kolektif çalışmalar/dayanışmalar ve çözümlemeler üzerinde yoğunlaşmak zorunludur. En yüksek üretim ve bilimsel bilginin dünya nüfusunun kullanımına sunulması ve bu hususa uygun sorumlulukların çerçevesinin çizilmesi, manevi bir duyarlılığın muhtevasının oluşturması gereklidir. Bu noktada yeni bir dünya düzenin kurulmasını tüm toplumlar, ideolojiler ve dinler hedef edinmelidir. Bu yerelliklerin kaybolması değil; farklılıklar içinde insanlık ailesini yeniden kurulmasıdır.

Bilişim Teknolojileri ve Ahlaki Meseleler

Bilişim teknolojilerini kısmen inşai bir faaliyet kısmen de yeni tarzlarda yönlendirilebilecek unsurlar olarak kabul etmek ve nihayetinde teknolojik deterministlerin öne sürdüğü iddiaları da hesaba katan bir çerçevede değerlendirmek makul bir zemindir. Bu çerçevede bilişim teknolojilerini karşı konulması gereken değil; aksine deneyimdeki aracılık rolleri analiz edilmesi gereken yapılar olarak ele almak ahlaki arayışlarımıza bir taban sağlayabilir. Nitekim çağımız insanının deneyimini dönüştüren bilişim teknolojileri de bu tarzda ele alınmış ve bilim-teknoloji-toplum çalışmalarında potansiyel risklerine ilişkin önlemler alınması için küresel, hukuki ve bireysel çabaların gerekliliğine işaret edilen bir mesele olarak görülmüştür. Bu hususla ilgili meseleler ana hatlarıyla dört başlık altında tartışılabilir.

Bilişim Teknolojileri ve Veri Güvenliği

Bilgiye hızlı erişimi, üretilen büyük miktarlardaki veriyi saklamayı ve üçüncü kişiler ile bu verileri paylaşmayı oldukça kolay hale getiren bilişim teknolojileri, hâlihazırda birçok kimsenin mahrem diyebileceğimiz verilerinin yer aldığı kişisel bilgilerin depolandığı bir platforma işaret etmektedir. Bu özelliği ile birçok şirketin kâr amacına, politik çıkarlarına hizmet edebilecek bir potansiyele de sahiptir. Geçtiğimiz yıllarda gündeme gelen *Cambridge Analytica* skandalı bu durumun canlı örneğidir. ABD seçimlerinde Facebook'un kişisel verileri usulsüz kullanması, veri güvenliği tartışmalarını artırmıştır. Sözgelimi, bir kişinin ergenlik döneminde yaptıklarının otuz-kırk yıl sonra önemli bir göreve geldiğinde önüne konarak şantaj ya da tehdit olarak kullanılması imkânı üzerinden değerlendirirsek, tüm insanların hürriyetlerinin tehlikede olduğunu varsayabiliriz. Öte yandan, ABD başta olmak üzere birçok ülkede sağlığa ilişkin verilerin, genetik verilerin sağlık sigortası şirketlerine satılması ve onların bu bilgileri “pazarlık” konusu kılması gibi hususlar “big data” meselesine ilişkin tartışmaları da alevlendirmektedir (Dedeoğlu, 2006).

Veri güvenliği kapsamına nesnelerin interneti teknolojisi, yani giyilebilir teknolojiler, hastalık takibi açısından oldukça işlevsel neticeler barındırmaktadır. Yaşlanan nüfus göz önüne alınca belli hastalıkların takibinin yeni teknolojiler yoluyla sağlanması nedeniyle bu teknolojilerin kullanımını devletler desteklemekte; sağlanan verilerle krizlerin, şeker komalarının vs. önüne geçileceğini ve bunun da sağlık masraflarını uzun vadede azaltacağını düşünmektedirler. Ancak bu nesnelerin internet verileri herkesin değil; şimdilik sadece üreticilerinin hizmetine sunmaktadır. Bu bağlamda yeni üretilen pek çok cihaz ve otomobillerde sensor ya da veri sağlayıcıların dataları, kullananlara değil; üreticilerine muhtemelen yazılımcı kurumlara verilmektedir.

Ülkemizde hâlihazırda kullanılan e-nabız, MHRS gibi çevrimiçi platformlar sağlık verilerini ve hastalık geçmişini göstermesi açısından oldukça işlevseldir. Bununla birlikte tüm bu teknolojiler, verilerin korunmasına dair gerekli önlemlerin alınmadığı takdirde çok büyük bir suiistimale sebebiyet verebilecektir. Aynı

şekilde bankacılık işlemlerinden haberleşmeye, satın almaya, her türlü işlemimizi online yaptığımız bir dönemde kişisel verilerin gizliliğinin temini, koruma mekanizmalarının oluşturulması en önemli hususlardan biri olmaya devam edecektir.

Söz konusu veriler nasıl doğru kullanılacak ve kimin yararına kullanılacak gibi sorular ekseninde; gizlilik, mahremiyet, vb. değerler gözetilerek mesele ele alınmalıdır. Kişisel verilerin gizliliğinin temini hususunda teknolojik açıkların kapatılması gibi teknik önlemler yanında, caydırıcı hukuki tedbir ve yaptırımlar da yer bulmalıdır. Bu mesele bireysel güvenlik açısından olduğu kadar kamu güvenliği açısından da önemlidir.

Bilişim ve Gözetleme Teknolojileri

İlk hususla bağlantılı olan bu başlık, internetin Foucault'cu tabirle, bir *panoptikon* inşasına dönüşmesi ihtimalini seslendirir. İnternet bir yandan kamu güvenliğini tehdit eden durumları, örgütleri izleyerek takibi kolaylaştırmakta ve gerekli önlemlerin alınmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte bu teknolojilerin toplumu rahatsız edecek bir tür gözetleme teknolojilerine dönüşme, geniş kitleleri denetim altına alma amacına yönelik kullanılması ihtimali söz konusudur. Nitekim Çin Halk Cumhuriyeti'nin oldukça gelişmiş bir kitlesel gözetim sistemini uygulamaya koyma hazırlığında olduğu bilinmektedir. Bu programda, yapay zekâ ve kuantum bilgisayarlarla vatandaşların her aktivitelerinin fişleneceği, bu fişleme neticesinde vatandaşlara dair devletin bir değerlendirme puanı oluşturacağı, söz konusu puana göre bazı kamusal haklardan ve hizmetlerden yararlanamama gibi bir karşılığın olacağı ifade edilmektedir. Böylesi teknolojilerle yapılması muhtemel sosyal derecelendirmeler beraberinde, yeni bir toplum ve devlet algısı da getirecektir. Ayrıca, ilk maddeye atıfla, politik amaçla art niyetli bir şekilde bu tür verilerin yanlış kullanımı gibi bir risk her zaman mevcut olacaktır.

Görünen odur ki, bilişim teknolojileri ile dijital köye dönüşen dünyamızda panoptikon bu yeni süreçte kapasitesini de artırmış, yeniden inşa olmuştur. Yaptığımız her aramanın, alışverişin ya da online olmadığımız halde yaptığımız telefon konuşmalarında bahsettiğimiz konuların, ürünlerin reklam olarak karşımıza çıkması, izlendiğimizi her daim hissettirmektedir. Davranışsal ekonomi alanında yapılan çalışmalarla, alışveriş sitelerinde sadece tıkladığımız değil, ama Mouse'u üzerinde gezdirdiğimiz ürünlere dair bile belli algoritmalarla yönelimlerimize dair veriler toplanmaktadır. Küresel düzeyde izlenmenin zaman zaman oluşturduğu rahatsızlık yanında, takip edildiğini, dinlendiğini bilmenin sıradan vatandaşta devlete karşı bir tür güvensizlik hissi ortaya çıkarması durumu da göz önünde bulundurulmalıdır.

Yapay Zekâ

Yapay zekâ alanındaki çalışmalar, dünyada önemli bütçeler ayrılarak, dile getirilen bütün risklerine rağmen sürdürülmektedir. Yapay zeka teknolojileri, bir kısmı hali hazırda var olan, bir kısmı geliştirme aşamasında olan, bir kısmı ise ütöpik olsa da üzerinde çalışmalar yapılan teknolojileri kapsayan bir alandır.

Günümüzde halen bilinç sahibi olan yapay zekâ geliştirilememiş olsa da sağlık, siyaset, güvenlik, hukuk ve bankacılık gibi insanla birebir ilişkili olan önemli alanlarda yaygınlaşmaktadır. Bu çalışmalar, bilişim teknolojilerine dair tartışmaları da gelecekte farklı bir boyuta taşıyacaktır.

Gerçeklik algısını dönüştüren “artırılmış gerçeklik”, “sanal gerçeklik” gibi uygulamalar toplumsal boyutta da etkiler oluşturacaktır. Sözgelimi “Google glass” projesi gibi teknolojilerin, “toplumsallık” mefhumunu, kamusal alanın karakterini dönüştüreceği ifade edilmektedir. Zira Google glass kullanıcıları, bulunduğu ortamı kaydedebilmekte, potansiyel olarak gördükleri nesneler, binalar ve insanlar hakkında bilgi alabilmekte ve bunları işlemcilere depolamaktadır.

Akıllı şehirlerde, sürücüsüz araçlar ve sürücüsüz araçların içinde yer aldığı kazalarda sorumluluğun kime ait olacağı gibi meseleler ise etik ve hukuki açılardan hali-hazırda tartışılmaktadır. Şimdiye kadar sürücüsüz araçlar test sürüşlerinde 10’un üzerinde ölümlü kazaya sebebiyet vermiştir. Suçun kime ait olduğu ve kimin sorumlu olduğu hususlarında farklı anlayışlar ve tartışmalar devam etmektedir.

Diğer taraftan hasta bakımında ya da çocuk bakımında kullanılan robotlar, toplumumuzda henüz kullanımı yaygın olmasa da toplumsal alanda uzun vadede etkileri tartışılacak hususlar arasındadır.

Gerçekleşip gerçekleşmeyeceği belli olmamakla birlikte dijital ortama hafıza aktarımından (mind uploading) ortak hafıza teşkiline kadar, üzerinde çalışılan birçok teknoloji, etkileri ve sonuçları ile uzun vadede yüzleşilecek olsa da hazırlıklı olmak adına gündemde tutulmaktadır. Yapay zekâ alanındaki ilerlemeler, eğer gerçekleşirse, sorumluluk, özgür irade, benlik, kimlik, özdeşlik, özel-kamusal gibi kavramlara atfettiğimiz manalarda ciddi değişimlere yol açacağından ahlaki ve politik açıdan incelenmelidir.

Bilişim Teknolojileri Meseleleri ve Gelecek

İnternetin çok sayıda insanı birbirine bağladığı halde toplumdan izole, sahte kimlikler üzerinden iletişim kurmaya, derinlemesine araştırmalar yerine yüzeysel olanla yetinmeye meyilli bireyler üretmesi gibi hususlar sıklıkla dile getirilmektedir. Kullanıma ilişkin bu durumlar yanında dikkat çekilmesi gereken bir durum, Web 2.0’ın sunduğu imkanlarla internet kullanıcılarının hem kullanıcı hem de üretici konumunda olmasıdır. Yapılan paylaşımlar, videolar, fotoğraflar, bilgi girişleri, birçok bilgiyi dolaşıma sokmaktadır. Herhangi bir yetkinlik aranmaksızın uzmanlıkları baltalayarak veri üretimine izin veren bir platform, haliyle birçok potansiyel risk de barındıracaktır. Dolaşıma sokulan her verinin kontrolünün yapılması ya da veri üretiminin yasaklanması söz konusu olamayacağından verinin kullanımı kadar “üretimindeki etik boyut” da göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Web 2.0’ın temin ettiği bu interaktif yapı, toplumda bu hususa dair bir bilinç oluşturmaya artık gerekli kılmaktadır. Bu noktada ortaöğretim düzeyinden iti-

baren müfredata dâhil edilerek öğrencilere sosyal medya ve internet ortamında öne çıkması gereken erdemler kazandırılmaya çalışılabilir. Söz konusu müfredatın hazırlanması aşamasında uygulamalı etiğin bir alanı olan “sosyal medya etiği” alanında yapılan çalışmalardan yararlanılabilir, toplumsal değerlerimizin bu platformlarda nasıl yer bulacağı üzerinde durulabilir, gündem ve gelişmeler gözetilerek her sene müfredat güncellenebilir. Uzun vadede hedef, bu alanda etik bilincin hâkim olmasıdır. Ancak etik bir çabanın politik olarak da desteklenmesi elzemdir. Bu itibarla somut yaptırımlar da gerekli olacaktır. Yapay zekânın hayatın içerisine yoğun bir şekilde müdahil olmasıyla da Web 3.0 kavramı ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu süreçte artık insanlar değil yazılımlar belirleyici olmaya başlamıştır. Bu süreç kendine has yeni etik kodlar oluşturacaktır.

Özellikle medyada sıklıkla karşılaştığımız şekilde, çocuk ve gençlerin bilişim teknolojileri vasıtasıyla her türden insanla konuşabilme, iletişime geçebilmesi başta cinsel ve zaman zaman da ideolojik suiistimale kapı aralamaktadır. Kamu spotları vs. ile bu tür tehlikelere dikkat çekilmektedir. Aileleri ve yetişkinleri bu hususlarda bilinçlendirme çabası devamlı kılınabilir. Söz konusu suiistimale kalkışan kişilerin maruz kalacağı somut yaptırımlar da belirlenmeli ve taviz verilmeden uygulanmalıdır.

İfade özgürlüğü ile nefret söylemi, iftira, karalama vb. hususlar arasındaki fark daha da açık hale getirilmelidir. Gerek sosyal medyanın gerek haber siteleri, sözlük gibi platformların; hakarete, karalama kampanyalarına imkân veren yapısı, nefret söyleminin yayılmasındaki etkisi, yıkıcı tesirlerinin büyüklüğü, kişilerin onuru açısından var olan potansiyel tehdit göz önünde bulundurulmalı ve teknik önlemler (sansür, yasaklama vb.) yanında cezalandırma süreçleri işletilmelidir.

İnternet ile alakalı olarak günümüz çocuk ve gençler arasında tehlike arz eden bir başka husus ise “meydan okuma videoları/oyunları”dır. Söz konusu videolar, internetin kullanıcılar açısından oluşturduğu riskler üzerine akademik anlamda birçok tartışmaya konu olmuştur. *Mavi Balina* özelinde ülkemizde de söz konusu riskler gündeme getirilmiştir. Bu hususlara dair somut adımların atılması ve bir tür denetlemeye gidilmesi gerekli bir hal olmuştur. Bu hususlar yanında geleceğe yönelik politikalarda internet-toplum ilişkisinde gündeme gelecek bazı hususlara da dikkat çekilebilir:

- *İnternet teknolojisinin evde çalışmaya imkân vermesi; özel sektörde esnek mesai-evden mesai uygulamalarını gündeme getirdiği gibi, bunun kamuda da karşılık bulacağı, verimi artırıp maliyetleri düşürebileceği düşünülmekte ve pek çok ülkede bu hususta düzenlemeler yapılmaktadır. Bu hususta hazırlıklar yapılabilir, hatta yaşadığımız salgın süreci bu hususları daha da anlamlı hale getirmiştir.*
- *Online platformlar, yaygın eğitim için büyük fırsatlar sunmaktadır ve bu hususlara ilişkin projelerin eğitim politikalarında yer alması beklenmektedir. Online derslere, platformlara dair değerlendirmeler ya da ölçütler netleştğinde pek çok eğitim-öğretim programın uzaktan eğitim ile yapılması mümkün görünmektedir.*

- *Endüstri 4.0'ın iş süreçlerini dönüştürmesi ihtimali ve geleceğe yönelik her sektör için planlamaların yapılması da artık düşünülen hususlar arasındadır.*

Sonuç

Ahlakın herhangi bir türden bilim çalışması değil; aksine bir ömür boyu süren hayat işçiliği olduğunu göz önüne aldığımızda nasıl yaşamamız gerektiğine dair anlayışlarımızı en iyi şekilde geliştirmek zorunda olduğumuz ortaya çıkar. Diğer taraftan ahlak, farkında olsak da olmasak da beraberce inşa edildiği ve inşa edilen şey hiçbir zaman onaylanmayan ya da tamamlayan bir ahlak olduğu için onu anlamaya dair çabaların sürekli olacağı; ahlaki ufkumuzun onu sorgulama süreciyle beraber ilerleyeceği akılda tutulmalıdır.

Günümüzde bilimsel ve teknolojik gelişmeler, korkutucu hatta kaygı verici boyutta olsa da bu korkular, özü itibarıyla meşrulaştırıcı normlar değil; aksine ihtiyaten *ahlak anlayışlarımızda* bulunması gereken belirgin verileri temsil etmektedir. Bu yüzden ahlak alanında karşılaştığımız sorunları *makul ya da sağduyulu olduğumuz hususlar* zemininde tutarlı ve bütünüyle *ahlaki* bir görüş ile savunabileceğimizi unutmamalıyız. Hatta acil çözümler üretme ihtiyacında olduğumuz durumlarda *makul* bir görüşün sanki daha bağımsız bir meşruluğa haiz olduğunu -ilk bakışta- düşünsek bile onun normal şartlarda daha geliştirilebilir veya daha tutarlı olabileceğini gözden kaçırmamalıyız. Diğer taraftan ahlaki meseleler, sağduyu meseleleri olduğu için meseleye etki edebilecek aktüel güç kaynaklarını göz ardı eden hiçbir çözümün *daha makulü* temsil etmeyeceğini hatırla tutmalıyız. Bu minvalde hiç kötülüğün olmayacağı bir çözümü aramak yerine, bilişim teknolojileriyle ilgili meseleleri muhtemelen *sağduyu* ve *basiretli kabuller* zemininde görerek çözümlemeye girişmek başlangıç düzeyinde bir adım kabul edilebilir. Varoluşun hâkim olamayacağımız boyutlarının bulunduğu göz önüne aldığımızda insanı elinden gelenin en iyisini yapan bir canlı olarak görmek, varoluştaki konumumuzu anlamlandırmak ve bu konuma göre davranmak bakımından önemli olacaktır.

Kaynakça

- McIntyre, A. (1981). *After Virtue*, Duckworth.
- Göka, E. (2017). *İnternet ve Psikolojimiz*, İstanbul: Kapı Yayınları.
- Dedeoğlu, G. (2006). *Bilişim Toplumunda Etik Sorunlar*, [Bildiri]. II. Uygulamalı Etik Kongresi, 18-20 Ekim 2006, Ankara.
- Jonas, H. (1984). *The Imperative of Responsibility: In Search of an Ethics for the Technological Age*, Chicago: University of Chicago Press.
- Umut, T. N. (2018). *Teknoloji-Değer İlişkisi*, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler Işığında Kripto Paraların Finansal Sisteme Entegrasyonu

Mürsel Doğrul, Cem Korkut

Öğr. Gör. Mürsel Doğrul / murseldogrul@gmail.com

Mürsel Doğrul, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler bölümünden 2014'te mezun olmuştur. Erasmus programı kapsamında Romanya'da bir dönem kalarak lisans eğitimini tamamlamıştır. 2013'te AB Bakanlığı ve Dışişleri Bakanlığı'nda birer ay süre ile stajlar görmüştür. 2015'te hem Abant İzzet Baysal Üniversitesi (Siyaset Bilimi) hem de Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde (Uluslararası İlişkiler) yüksek lisans eğitimine başlamıştır. 2016 yılında üç aylık bir süre için, İspanya'nın Barcelona şehrinde İngilizce öğretmenisi olarak görev almıştır. 2017 yılında Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde Yüksek Lisans programından mezun olarak aynı yıl Milli Savunma Üniversitesi, ATASAREN'de Doktora eğitimine başlamıştır. Şu anda Necmettin Erbakan Üniversitesi Öğretim Görevlisi karosunda yer alan Doğrul, Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA) Başkanlığı'nda görevini yürütmektedir. Japon dış politikası ve güvenlik politikaları üzerine akademik çalışmalarını yürütmektedir ve yayınlanmış makaleleri bulunmaktadır. İleri seviyede İngilizcenin yanında orta seviyede Japonca yetkinliği vardır.

Dr. Öğr. Üyesi Cem Korkut / ckorkut@ybu.edu.tr

Dr. Cem Korkut, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi (AYBÜ), Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü'nde Dr. Öğr. Üyesi olarak görev yapmaktadır. Ayrıca Türkiye Bilimler Akademisi'nde (TÜBA) Başkan danışmanı olarak çalışmaktadır. Lisansını, Türkiye derecesi ile burslu olarak girdiği TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi (TOBB ETÜ) İktisat bölümünde yüksek onur öğrencisi olarak tamamlamıştır. 2011 yılında araştırma görevlisi olarak başladığı AYBÜ'de 2014'te bitirdiği yüksek lisans tezinde günümüzdeki İslami finans kurumlarının öncüsü olarak nitelenen para vakıfları üzerine çalışmıştır. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi'nde (İZÜ) İslam ekonomisinde sermaye oluşumu, birikimi ve yapısı konusundaki tezi ile 2018 yılında doktora derecesi almıştır. İslam ekonomisi, İslami bankacılık ve finans, para vakıfları gibi konularda yayımlanmış ulusal ve uluslararası makaleleri kitap bölümleri bulunan Dr. Korkut aynı zamanda Ankara Düşünce ve Araştırma Merkezi'nin (ADAM) aktif bir üyesi olup bu merkezdeki İslam Ekonomisi Okulu'nun yürütücüsüdür. İslam ekonomisi, İslami Bankacılık ve Finans, Makroekonomik politikalar, uzun dönemde dünya ekonomisi, Osmanlı iktisat tarihi ve farkı toplumların iktisadi kalkınma paradigmatları üzerine çalışmaktadır. TÜBA Bilişim Teknolojileri ve İletişim ve TÜBA Sürdürülebilir Çevre ve Sürdürülebilir Finans Çalışma Grupları Üyesidir.

Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler Işığında Kripto Paraların Finansal Sisteme Entegrasyonu

Mürsel Doğrul

Necmettin Erbakan Üniversitesi

Cem Korkut

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Giriş

Son yıllarda özellikle küresel salgın ve dijital teknolojilerdeki gelişmeler ve dönüşümle beraber gündemde oldukça sık yer kaplayan bir konu kripto paralar-
dır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ABD'nin tartışılmaz şekilde gücünü tasdik
ettirmesiyle tüm dünyada dolara dayalı bir finans ve ticaret sistemi yerleşik hale
gelmiştir. Fakat teknolojinin her alana sirayet etmesi ve Endüstri 4.0 devriminin
etkilerini tüm sektörlerde hissettirmesiyle yeni nesil para birimleri olan kripto
paralar, yerleşik sisteme alternatif oluşturabilir mi sorusunun daha fazla dillen-
dirilmesini sağlamıştır. Bu çalışmada kripto para sisteminin mevcut sistem ile
muhtemel uyumu ve ayrıklığı, farklı boyutları ile irdelenmektedir. Kripto para
birimlerinin dalgalı ve oynak değer değişimleri entegrasyon tartışmalarını da
beraberinde getirmiştir. Buradan hareketle kripto paralar arasında en yaygın
şekilde kullanılan Bitcoin'in yapısı özelinde, kripto paraların uluslararası finans
sistemine entegre olabilirliliği ele alınmaya değer bir konudur. Küresel ekonomik
ekosisteme tamamen yeni bir ödemeler biçimi getiren Bitcoin'in işleyiş biçimin-
den ve yapısından ödünler vermeden yerleşik sistemle bütünleşmesinin müm-
kün olmadığı açıktır. Bu yapısal değişiklikler ve ödünler, kripto paraların gele-
ceği olmadığı manasına gelmemektedir. Mevcut para sisteminin statik yapısı ve
kripto para sisteminin dinamizmi, dünyayı hibrit bir ödemeler sisteminin bek-
lediğini göstermektedir. Bu süreçte Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin daha
proaktif para politikaları izlemesi gerekmektedir. Ayrıca İslami finans gibi alter-
natif ve gelişme potansiyeli bulunan alanlarda da kripto para, finansal teknolo-
jiler ve bilişim altyapısını bir araya getirecek çalışmalara ihtiyaç olduğu açıktır.

Bitcoin, 2009 yılında Satoshi Nakamoto (Craig Wright) tarafından tasarlanmış
olan yeni bir kripto para (*cryptocurrency*) birimidir Nakamoto/Wright, 2008; Vel-
de, 2013; Hern, 2017). Kripto para birimi sözlükte herhangi bir merkez banka-
sından bağımsız olarak çalışan ve para üretimi ile transferi için şifreleme teknik-

lerinin kullanıldığı para birimi olarak tanımlanmaktadır (Lexico, 2020). Fakat bu iddialardan ziyade kripto paraların dönüştürücü etkisi ve oluşturduğu fırsatlar daha fazla gündeme gelmektedir.

Bitcoin gibi sanal para birimlerinin yer aldığı sistemde (blokzinciri -*blockchain* sistemi) para transferleri araçlar ve bankalar olmadan yapılır (Swan, 2015). Bu yüzden ortada işlem bedeli ve gerçek gönderici ismi yoktur. Ayrıca yeni sanal para biriminin, uluslararası finans sisteme nasıl entegre olacağı son yılların merak konusudur. 2009 yılından bu yana aktif bir şekilde kullanılmaya başlanan Bitcoin, kısa bir zaman önce yaşadığı misli değer artışları ile kendinden sıkça söz ettirmiştir (Columbia, 2016). Çünkü bir Bitcoin, bir süre 19 bin ABD doları seviyelerine kadar yükselerek dünyanın en değerli kripto parası olmuştur. 2018 yılı ile beraber hızlı bir şekilde değer kayıpları yaşasa da Bitcoin bir daha kapanması pek de mümkün görülmeyen tartışmaların kapısını aralamıştır. Adem-i merkezi olan ve üçüncü bir taraf olmadan işlemlerin yapılmasını sağlayan Bitcoin, açık kaynak kodlu olup kriptografiktir (Candan & Yaşlak, 2020). Bu açıdan güvenli olduğu iddia edilmektedir. Fakat bu güvene olan inanç, yeterince güçlü olmadığı için finansal sisteme entegrasyon konusu tartışmalara sebep olmaktadır.

Misli değer artışları sonrası gündemden düşmeyen Bitcoin, birçok ülkede finans sektörü bağlamında tartışılmaya başlanmıştır. Ayrıca akademik çevreler (Hileman & Rauchs, 2017) de Bitcoin'in kullanılabilirliği (Naughton, 2015), güvenilirliliği (Vyas & Lunagaria, 2014) ve geleceği (D'Alfonso, 2016) bağlamında çalışmalar ortaya koymuşlardır. Bitcoin konusunda yapılmış çalışmaların önemli bir kısmı incelendiğinde, Bitcoin'in uluslararası finans sistemine entegrasyonuna dair kaygıları içeren çalışmaların (Bonneau, 2015) öne çıktığı görülmüştür. Ancak genel itibarıyla bu çalışmaların birbirinden oldukça kopuk olduğu anlaşılmış ve bu entegrasyonun olup olmayacağına dair muğlaklığın giderilmesi için karşılaştırmalı bir çalışmaya olan ihtiyaç belirmiştir. Bu çalışmanın amacı, eldeki verilerden elde edilen bulgulardan hareketle bu yeni değişim ve yatırım aracı olan Bitcoin'in (Baur vd., 2016) uluslararası finans piyasasına entegrasyonunu muhtemel bulan görüşlerle bu entegrasyonu olmayacağını iddia eden görüşleri analiz ederek öngörülerde bulunmaktadır. Böylece Bitcoin'in entegrasyonu konusundaki var olan varsayım ve kaygıların doğruluğu bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin ışığında saptanmış olacaktır.

Bitcoin ve Entegrasyon

Bitcoin'in entegrasyonu konusunda hukuki, politik, finansal açıdan birçok boyut (Scherbak, 2014) olsa da bu çalışmada daha çok finansal sistemin son dönemde hızla gelişen teknolojinin getirdiği işleyiş açısından ele alınacaktır. Bitcoin kripto paradır ve bu paralar belirli şifreler kullanılarak yüklendikleri sanal cüzdanlardan yine şifreler vasıtasıyla kullanılabilirler (Frisby, 2014). Bu para birimiyle insanlar gerçek hayatta yaptıkları gibi harcama yapabilirler ya da kullanmak üzere para kabul edebilirler. Ancak burada sanal cüzdanlar vardır ve işlem takibini tutan ya da bunu kayda geçen bir kurumun olmaması insanlar ve finans sistemi için bir yeniliktir (Yellin vd., 2017). Bu yeni yapı ile eski (konvansiyonel) banka kayıtları üzerinden işleyen sistem arasında (Scherbak, 2014) uyum konusuna dair belli öneriler ileri sürülmektedir. Kripto paraların değişim aracı olarak kul-

lanılabilirliği, küresel finans sistemine uyum göstermenin temel faktörlerinden birisidir. Öbür yandan en büyük entegrasyon konusu bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ışığında ele alınmalıdır.

Yeni sisteme veri depolama yönünden bakılacak olursa veriler bir noktada tutulmak yerine belirli kodlar altında aynı ağın tamamında saklanır. Bu işlem, kayda alınmış bilgilerin güvenliğini artırır (Ivan, 2016). Aslında günümüzde gelişmiş finansal teknolojiler kullanan konvansiyonel bankalar da buna benzer bir yöntem takip eder ve kullanıcı bilgilerini sürekli farklı sunuculara yedekler. Bilgi saklama yöntemi açısından bakılınca mevcut bir teknolojik uyum söz konusudur (Arnold, 2017). Çünkü blok zincir teknolojisi sadece kripto paralarda kullanılmakla kalmayıp bankacılık başta olmak üzere birçok alanda, yüksek güvenli bir sistem olarak tercih edilmektedir (Forbes, 2017). Blok zincir sisteminin dünya çapında bankacılık işlemlerinde ortaya çıkan işlem maliyetlerini azaltacağı açıktır (Masters, 2017). Para aktarım süreçlerindeki masraflar üzerinden hesaplanan bu tutarı kaybetmek istemeyen mevcut bankaların ve finans kuruluşlarının, blok zincir sistemi konusunda neden isteksiz durdukları da anlaşılabilmektedir. Bununla birlikte tüm kullanıcıların bilgilerinin toplandığı ve erişimin aşamalı kodlar aracılığı ile sağlandığı bu sistem, hem hesap sahibinin istediği ölçüde veri paylaşımına izin vermekte hem de gizliliği günümüz sistemlerine oranla daha sağlıklı bir şekilde muhafaza etmektedir. Bu özellikleri ile dünyaca ünlü VMware, Intel, Oracle, IBM, Amazon ve Microsoft gibi firmalar bu teknolojiye uyum için çalışmalara koyulmuşlardır (Evans, 2017). Ayrıca dünya üzerinde çok uluslu ve kurumsal firmalar da Bitcoin'i ödeme aracı olarak kabul etmeye başlamışlardır (Masters, 2017). Tüm bu gelişmelerin Bitcoin'in mevcut sisteme entegrasyonunu konusunda önemli ipuçları vermektedir.

Kripto paralar herhangi bir ülkenin merkez bankasına bağlı değildir. Dolayısıyla ülkelerde yaşanan finansal ve siyasi olumsuzluklardan diğer para birimlerine oranla daha az etkilenirler. Kripto paraların alım satımlarında kontrolün kısıtlı olması çoğu zaman finansal sistemde arzu edilmeyen bir volatilité oluştursa da kime ait olduğu bilinmediği ve bir merkezi otorite tarafından izlenip denetlenmediği için tercih sebebi olduğu alanlar vardır. Ayrıca kripto paralar ile açılmış hesapların dondurulması, el konulması gibi tehditlerle karşılaşılması da söz konusu değildir. Oldukça esnek ve bağımsız yapısı, kripto paraları klasik sistemin bir adım önüne itmektedir (Hernandez, 2014). Kripto paraların sahip oldukları esneklik ise işgücü piyasası da dâhil olmak üzere ödeme aracı olarak benimsenmesini sağlamıştır (Agence France-Presse, 2017). Ödeme aracı olarak kullanılması ve denetimin kısıtlı olması avantajlarının yanında belirli riskler de oluşturmuştur.

Bitcoin'in ABD'de görülen İpek Yolu davasındaki (BBC, 2013) gibi kanunsuz işlerde kullanılması ve yasadışı bir biçimde kara para aklanmasına/kullanımına imkân sağlaması, ciddi kaygıları beraberinde getirmiştir. Bu noktada sistemin avantajlarını kullanmak ve hızla değişen/dönüşen finansal teknolojilerin getirdiği fırsatları kaçırarak kontrolü elden kaybetmemek için devletlerin de kripto para sistemi içerisinde yerini alması gerektiğini iddia eden görüşler daha sık

gündeme getirilmeye başlanmıştır. Fakat sahip olduğu avantajları büyük ölçüde esnekliğine borçlu olan kripto paraların düzenlenmesine dair çalışmaların getirdiği masrafların bu düzenlemenin sonucu olarak ortaya çıkan getirilerden fazla olma riski mevcuttur. Bu yüzden kurumların ve politika yapımcıların bu tarz sanal para birimlerine özgü stratejiler geliştirmeleri ve mevcut finansal sistemlerini bunlara uyumlu hale getirmeleri pro-aktif bir hamle olacaktır. Bunların sağlanması ile kripto para birimlerine de yasal sürece dâhil olma ve adaptasyon şansı verilmiş olacaktır. Böylece iki sistemin tamamen birinin diğerine uyum sağlamasından ziyade güçlü yönlerin korunduğu bir yapının oluşturulması daha iyi olacaktır.

Kripto paraların entegrasyonunu muhtemel kılan başka bir özellik ise blok zincir sisteminde de yapılan işlemlerin takibinin mümkün olmasıdır. Burada yapılması gereken bu teknolojiyi iyi tanımak ve nitelikli uzmanlarını yetiştirmektir. Kara para aklama ve kötüye kullanım endişeleri arasında gözden kaçan bu özellik aslında en küçük hesap hareketinin bile takibini mümkün kılmaktadır. Böylelikle dikkatli bir takibin sonunda devletler, küçük suçları bile ispat eden mahiyetteki bu işlem belgeleriyle suçluları yakalayabilir hale gelecektir (Doguet, 2013). Bunun için yasak ve kullanımdan kaçınmaktan ziyade sisteme entegre etme daha yerinde olacaktır. Ayrıca kripto paralar çok kısıtlı imkânlarda finansal faaliyetlerini yürüten ya da bankacılık sektörü gelişmemiş ülkelere, kolayca diğer gelişmiş ülkelerin kullanmakta olduğu imkânları kullanabilme şansı sunmaktadır (Barbirationo, 2016). Sunduğu bu imkânlar ile finansal teknolojilerin tüm dünyada etkin kullanımını sağlayacak olan kripto paralar, sanıldığı kadar aksine kontrolsüz para akışlarına değil uygun bir denetim mekanizması kurulduğunda basit usulsüzlükleri dahi tespit eden bir ödemeler sistemi oluşturmaya fayda sağlayacaktır. Devletler de nakit paranın kullanılmadığı ve kara para aklamanın imkansızlaştığı bir denetim mekanizması kurmak için gelecekte kripto paralara daha yakın duracaktır (Para Analiz, 2017a). Yani kripto paralar ancak özünü kaybederek günümüz sistemine entegre olabilir. Bu durumda kripto paralar denetim altında para transferlerinin ve alışverişlerin yapıldığı uluslararası para birimi haline gelecektir. Kripto paralar bu sayede uluslararası piyasada her devletin kendi parasının endeksleyebileceği bir para birimi haline gelecektir.

Finans ve Güven

Geleneksel iktisat teorisinde güven, temel kavramlardan birisidir (Aysan, 2020). Bu bağlamda insanların kripto paralara güveninin nasıl sağlanabileceğine dair tartışmalar entegrasyon konusunda önemli ipuçları vermektedir. Kripto para sisteminde paraya dokunulmaz ve ödemeler internet üzerinden yapılır. Bu hâl, insanoğlunun bu zamana kadar alışageldiği ödeme şekline oldukça farklılaşmaktadır. Ancak paralar ve ödeme şekilleri toplumların ihtiyaçlarına göre şekillenmiştir. Belirli madenler ve kağıtlar tarih boyunca insanlar tarafından para olarak kullanılmıştır (Korkut, 2020). Tarihte olduğu gibi paranın güvenilirliğine ve şekline dair değişimler oldukça muhtemeldir. Zira *kâğıt parçaları*, *plastik kartlar* ya da *elektronik bilgiler*, *hepsi aslı itibarıyla para olan şeyler değildir*. Ama piyasaya sürenin güvenilir bir otorite olması ve değişim aracı olarak kullanılmalariyla paraya dönüştürülmüşlerdir. Yani kâğıt da plastik de ticari olarak kullanılabilir

ve güvenilir bir araç haline geldikleri andan itibaren para olarak adlandırılmıştır (Singh, 2005). Görüleceği üzere ödeme sisteminde öncelikle bir güven ortamının oluşumu sağlanmalıdır. Bu konuda düzenlenmiş finansal sistem, yeni para biriminin geleceğini oldukça etkileyecektir. Yeterli düzeyde ve iyi hesaplanmış düzenlemeler, tüketicinin yeni para sistemini kabul etmesini kolaylaştırması açısından oldukça önemlidir. Bunlar, online bankacılık uygulamaları ve banka ödeme sistemleri gibi öncül sistemlerdir (Bollen, 2013). Kripto paraların konvansiyonel sisteme entegrasyonu da bu öncül girişimlerin artmasına ve yeni uygulamaların tüketicilerin kullanımına sunulmasına bağlıdır. Tüketici ödeme sistemi güvenilir hale geldikten sonra alışkanlıklar da yerini yeni şeylere bırakacaktır. Çünkü marketleri *şekillendiren büyük ölçüde paradır (kullanımı, dolaşımı, biçimi vb.)* ve para değiştiği zaman market de değişecektir (Nishibe, 2014). Bu yüzden değişimin sadece para sisteminde olacağını düşünmek hatalıdır. Tüketici davranışlarına etki edecek çapta büyük bir dönüşümden söz edilebilir.

Diğer yandan Bitcoin'in günümüzdeki değeri, kullanıcıların onu bir değiş tokuş aracı olarak kabul etmelerinden ya da bir emtia gibi görmelerinden kaynaklanmaktadır. Bitcoin'in değeri tıpkı diğer para birimlerinde ya da emtialarda olduğu gibi piyasada anlık olarak arz ve talep koşullarına göre belirlenmektedir (Lo & Wang, 2014). Böylece emtia ya da değişim aracı olarak kabul edilmesi, onu standart bir para birimi haline getirmektedir. Bu durum, tüm dünyada giderek kabul edilmeye de başlanmıştır (Rizzo, 2015; Kawa, 2015). Haliyle bu tarz destekler, kripto paraların sistem ile uyumlu hale gelmesinin yolunu açmaktadır. Burada en önemli hususlardan birisi de kripto para sistemlerinin Bitcoin merkezli ele alınmasıdır. İki binin üzerinde kripto para birimi arasında belirli otoriteler tarafından çıkarılanlar da mevcuttur. Dolayısıyla gayri meşruluk ve denetimsizlik tüm kripto paralar için geçerli değildir (Doğan, 2020). Bu durum, entegrasyon sürecinin güven temeline dayanarak inşa edilmesinin mümkün olduğunu göstermektedir.

Teknoloji, Kripto Paralar ve Riskler

Kripto paraların mevcut sisteme uyumu konusunda (Hileman & Rauchs, 2017) ilk eleştiri, kripto paraların değerli madenler gibi maden değerinden ya da kâğıt para gibi devlet itibarından kaynaklanan bir değeri olmadığınıdır. Bu yüzden yakın bir zamanda bir otorite tarafından güvence verilmeyen kripto paraların normal paranın yerini alması olası görünmemektedir (Reuters Business, 2017). Ayrıca bilişim teknolojileri kullanımının dünyadaki homojen olmayan yaygınlığı da kripto paraların, geleneksel paranın yerini almasının önündeki en büyük engellerden birisidir. Son dönemde yaşanan krizler ve özellikle COVID-19 küresel salgını ile birlikte kâğıt paranın dâhi itibari değeri sorgulanmaya başlamışken kripto paralar daha büyük bir meydan okumayla karşı karşıya kalacaktır.

Kripto paraların değerlerindeki ani dalgalanmalar akla ilk Hollanda'da 16. yüzyılda yaşanan Lale Çılgınlığını (Taskinsoy, 2019; Moosa, 2020) ve genelde spekülâtif furyaları getirmektedir. Örneğin 2017 yılı boyunca Bitcoin beş kez %30 civarında düzelmeye sergilemiş ama ilk dördünde ortalama 38 gün içinde toparlanarak yeniden yükseliş trendine geçiş yapabilmıştır. Daha sonraki yıllarda da

Bitcoin'deki dalgalanmalar devam etmiştir. 2018 yılında değer kaybı %50'nin üzerine çıkmıştır. Grafik 1'de görüneceği üzere kayıplarını sonra tekrar toplayan Bitcoin genellikle dalgalı bir seyir izlemektedir.

Grafik 1. Bitcoin'in ABD doları karşısındaki seyri



Kaynak: (TradingView, 2020)

Grafik 1'de de görülen hızlı iniş-çıkışlar Bitcoin'e olan güveni azaltmakta ve bu durum ise Bitcoin'in sadece yatırım aracı olarak belli güvensizlikler bağlamında ele alınmasına sebep olmaktadır. Nihayetinde uyum için bahsedilmesi gereken Bitcoin'in asıl özelliği onun bir değişim aracı olmasıdır ancak şimdiye kadar Bitcoin çoğunlukla yatırım aracı olarak sınırlı kalmıştır. Günümüzde kripto paralar ile alışveriş imkânlarının fazla gelişmiş olmamasından ötürü kripto paralar aracılığı ile ticaret kısıtlı yapılmakta ve harcama zorluğundan dolayı kripto paralar daha çok tasarruf/yatırım anlamında spekülative gayeler ile kullanılmaktadır. Fakat spekülative hareketlere açıklık sonucu diğer değer saklama araçlarına göre daha oynak olduğundan ötürü kripto paralar uzun vadeli yatırımlar için uygun değildir. Konsept olarak iyi bir işleyiş biçimine sahip olsa da kripto paraların para birimi olamaması ve spekülasyonların yarattığı olumsuz etkilerden ötürü gerekli işlem hacmine ulaşamamıştır (Para Analiz, 2017b). Bu bağlamda kripto paraların yaratacağı riskler (i) iktisadi, (ii) hukuki, (iii) altyapısal ve teknolojik olmak üzere üç ana başlık altında toplanabilir (Candan & Yaşlak, 2020). Bu riskler yanında kripto para birimlerinin yaygınlaşmasının yaratacağı sosyolojik etkiler de iyi analiz edilmelidir.

Amerika Federal Rezerv ve Döviz Güvenlik Komisyonu'na göre Bitcoin özelinde kripto paralar, Amerikan finans sistemi için en büyük tehlikedir. Çünkü Bitcoin ile devlet kurumlarının takibinde olmadan uluslararası para aktarımı gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Merkez Bankası'nın merkezîyetçiliği de devre dışı kalma riski taşımaktadır (Financial Times, 2017). Kripto paraların bu riskleri, birçok ülkede ilk aşamada işleyişlerine sınırlandırmalar getirilmesine sebep olmuştur (Hill, 2014). Dolayısı ile kripto paraların kısa vadede ödeme sistemlerinin ana para birimi olan doların yerini alması veya dolar sistemini devrim niteliğinde

dönüştürmesi gerçekçi bir değerlendirme değildir (Wessel, 2016). Fakat bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ile kripto paralar içerisinde en yaygın olarak Bitcoin'in gelecekte ortak para birimi olarak kullanılacağını söyleyen öngörüler de mevcuttur (Frean, 2018). Dolayısı ile ülkelerin tüm finansal teknoloji alanında tüm yatırım ve yönelimlerini kripto paralara yönlendirmesi doğru olmayacaktır. Bunun yanında finansal teknolojilerindeki gelişmelerin küresel finans sisteminin aksaklıkları çözme potansiyeline sahip özellikleri olduğu da göz önünde tutulmalıdır.

Sonuç

Kripto paraların mevcut finansal sisteme entegrasyonu bir süreç olup zamana yayılan bir uyum sağlama durumu mevcuttur. Bu uyum sağlama süreci, finansal sistemin istikrarını koruyarak dinamikleşmesi ve kripto paraların ise güvenlik ve denetimini arttırarak finansal sisteme entegre olmasıyla mümkün olacaktır. Yani zayıflıklardan ziyade güçlü yönlerin geliştirilerek istikrarlı fakat esnek bir finansal sistem inşa edilmelidir. Bunu sağlamak için kripto paraların spekülatif amaçlı yatırım işlemlerinden arındırılarak sadece alışverişi kolaylaştıran bir değişim aracı olarak görülmesi gerekmektedir. Aksi halde kaydı para sisteminin yol açtığı tüm finansal sorunlar, kripto paraların yaygınlaşması ile tezahür edecektir. Aynı şekilde güvenlik de bu dönüşüm ve entegrasyon sürecinde üzerinde durulması gereken bir husustur. Zira kripto paraların uluslararası finans sistemine entegrasyonu ancak denetlenebilir olma koşulu ile mümkün görülmektedir. Denetlenebilir olma, kripto paraların yaygınlaşmasında devletlerin de önemli rol üstlenmesini sağlayacaktır. Devletlerin müdahil olmadığı bir ödeme sistemi kalıcı olmayacağı için bu husus sağlam ve uzun vadeli bir para birimi oluşturmak için önemlidir. Bu durum, her devletin kendi kripto parasını oluşturacağı bir sürece evrildiğinde ise yeni tartışmalar ortaya çıkacaktır.

Teknolojik gelişmelerin hızı tüm sektörleri adaptasyona zorlarken ekonomi ve finansın bundan ayrı kalması düşünülemez. Hatta güvenlik sistemlerinin gelişmesi ve küreselleşme ile artan ticaret neticesinde uluslararası para hareketleri için bilişim teknolojilerine ihtiyaç duyulması yeni durumlar için yeni kavramlar ortaya çıkarmıştır. Bu kavramlardan birisi olan kripto paraların yaygınlaşması öngörülebilir bir olgu iken ortaya çıkabilecek potansiyel sorunlar için hazırlıklı olunması gereklidir. Bunun için süreç içerisinde harekete geçmek yerine planlı bir geçiş için kurumsal altyapı pro-aktif şekilde hazır hale getirilmelidir. İleriki dönemlerde vatandaşların yaşayacağı mağduriyetleri gidermek üzere de mevzuat/yasa çalışmaları tüm paydaşlar ile beraber karşılıklı görüş alışverişi ile düzenlenmelidir.

Kaynakça

- Agence France-Presse. (2017). Japanese company to start paying employees in bitcoin. *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/technology/2017/dec/15/japanese-company-paying-employees-bitcoin> [03.06.2020].
- Arnold, M. (2017). Five ways banks are using blockchain. *Financial Times*: <https://www.ft.com/content/615b3bd8-97a9-11e7-a652-cde3f882dd7b> [03.06.2020].

- Aysan, A.F. (2020). COVID-19 Salgınının Dünya Ekonomisini Etkilemesinde Belirsizlik ve Güven Kavramsallaştırması. *Küresel Salgının Anatomisi: İnsan ve Toplumun Geleceği* (ss. 521-541). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Bambrough, B. (2020). John McAfee Thinks He's Solved Bitcoin's Greatest Mystery—Who Is Satoshi Nakamoto?. *Forbes*: <https://www.forbes.com/sites/billybambrough/2020/05/05/john-mc-afee-thinks-hes-solved-bitcoins-greatest-mystery-who-is-satoshi-nakamoto/#145df5b956d4> [01.06.2020].
- Barbirato, B. B. (2014). *Bitcoin: A Political Analysis*. King's College London. Yüksek Lisans Tezi.
- Baur, D. G., Hong, K. J., & Lee, A. D. (2016). Bitcoin—Currency or Asset?. *Melbourne Business School, 2016 Financial Institutions, Regulation & Corporate Governance (FIRCG) Conference*: https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2736020_code2513688.pdf?abstractid=2736020&mirid=1 [03.06.2020].
- BBC. (2013). *FBI arrests Silk Road drugs site suspect*: <https://www.bbc.com/news/technology-24373759> [03.06.2020].
- Bollen, R. (2013). The legal status of online currencies: are Bitcoins the future?. *Journal of Banking and Finance Law and Practice*, 24(4), 272-293.
- Bonneau, J., Miller, A., Clark, J., Narayanan, A., Kroll, J. A., & Felten, E. W. (2015, May). Sok: Research perspectives and challenges for bitcoin and cryptocurrencies. In *2015 IEEE symposium on security and privacy* (pp. 104-121). IEEE: https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7163021?casa_token=LtEphkTcWFYAAAAA:uz1XVmrZ-XBxev9vs3eXDD9-zdl2uCZO-AWXrSUE-nEXAzce9DKWotUBIGV5wCISNLXTvITPurj4 [02.06.2020].
- Brito, J., Shadab, H., & Castillo, A. (2014). Bitcoin financial regulation: Securities, derivatives, prediction markets, and gambling. *Columbia Science and Technology Law Review*, 16, 144-221.
- Candan, A., & Yaşlak H. İ. (2020). Bitcoin Örneği Üzerinden Fıkıhın Kripto Paralara Bakış Açısı. *İslam İktisadında Para – Bakırdan Dijitale* (ss. 257-292). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- D'Alfonso, A., Langer, P., & Vandelis, Z. (2016). *The Future of Cryptocurrency An Investor's Comparison of Bitcoin and Ethereum*. Ryerson University, 1-16.
- Doguet, J. J. (2013). The Nature of the Form: Legal and Regulatory issues surrounding the Bitcoin digital currency system. *Louisiana Law Review*, 73(4), 1119-1153.
- Doğan, H. (2020). İslâm Hukuku Bakımından Kripto Para Uygulamaları. *İslam İktisadında Para – Bakırdan Dijitale* (ss. 229-256). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Evans, B. (2017). Microsoft, Oracle Jump Into Blockchain On Same Day -- And Microsoft Is Clear Leader. *Forbes*: <https://www.forbes.com/sites/bobevans1/2017/08/22/microsoft-oracle-jump-in-to-blockchain-on-same-day-and-microsoft-is-clear-leader/#3ea2f1f14b04> [01.06.2020].
- Financial Times. (2017). *Regulators say bitcoin poses 'financial stability risks'*: <https://www.ft.com/content/e0880cf6-3800-11e6-9a05-82a9b15a8ee7> [01.06.2020].
- Forbes. (2017). *What Is Blockchain Used For Besides Bitcoin?*: <https://www.forbes.com/sites/quo-ra/2017/11/17/what-is-blockchain-used-for-besides-bitcoin/#2e70646b446e> [02.06.2020].
- Frean, A. (2018). Bitcoin will become the world's single currency. *The Times*: <https://www.thetimes.co.uk/article/bitcoin-will-become-the-worlds-single-currency-tech-chief-says-66slm0p6b> [02.06.2020].
- Frisby, D. (2014). *Bitcoin: the future of money?*. Unbound Publishing.
- Golumbia, D. (2016). *The politics of Bitcoin: software as right-wing extremism*. U of Minnesota Press.
- Hern, A. (2017). Everything you wanted to know about bitcoin but were afraid to ask. *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/technology/2017/nov/11/everything-you-ever-wanted-to-know-about-bitcoin-but-were-to-afraid-to-ask-cryptocurrencies> [01.06.2020].

- Hernandez, W. (2014). Bitcoin has advantages over traditional banking services. *Mobilepayments Today*: <https://www.mobilepaymentstoday.com/articles/futureofpayments-bitcoin-has-advantages-over-traditional-banking-services/> [01.06.2020].
- Hileman, G., & Rauchs, M. (2017). Global cryptocurrency benchmarking study. *Cambridge Centre for Alternative Finance*, 33, 33-113.
- Hill, K. (2014). Bitcoin's Legality Around The World. *Forbes*: <https://www.forbes.com/sites/kashmir-hill/2014/01/31/bitcoins-legality-around-the-world/#1dd51a893ccd> [04.06.2020].
- Ivan, D. (2016). Moving toward a blockchain-based method for the secure storage of patient records. In *ONC/NIST Use of Blockchain for Healthcare and Research Workshop*. Gaithersburg, Maryland, United States: ONC/NIST (pp. 1-11). https://www.healthit.gov/sites/default/files/9-16-drew_ivan_20160804_blockchain_for_healthcare_final.pdf [03.06.2020].
- Kawa, L. (2015). Bitcoin Is Officially a Commodity, According to U.S. Regulator. *Bloomberg*: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-09-17/bitcoin-is-officially-a-commodity-according-to-u-s-regulator> [02.06.2020].
- Korkut, C. (2020). İslâm İktisadında Para ve Para Politikası Uygulaması. *İslam İktisadında Para – Bakırdan Dijitale* (ss. 1-28). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Lexico. (2020). *Cryptocurrency*: <https://www.lexico.com/definition/cryptocurrency> [01.06.2020].
- Lo, S., & Wang, J. C. (2014). Bitcoin as Money?. *Current Policy Perspectives*. Federal Reserve Bank of Boston. No. 14-4: <https://cryptochainuni.com/wp-content/uploads/Federal-Reserve-Bank-of-Boston-Current-Policy-Persepctives.pdf> [04.06.2020].
- Masters, B. (2017). Can Blockchain Become the Infrastructure of Financial Services?. *Yale Insights*: <https://insights.som.yale.edu/insights/can-blockchain-become-the-infrastructure-of-financial-services> [01.06.2020].
- Moosa, I. A. (2020). The bitcoin: a sparkling bubble or price discovery?. *Journal of Industrial and Business Economics*, 47(1), 93-113.
- Nakamoto, S. (Wright, C.). (2008). Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf> [01.06.2020] https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3440802_code2682943.pdf?abstractid=3440802&mirid=1 [01.06.2020].
- Naughton, J. (2015). Bitcoin really is useful. Just not in the way you think. *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/23/bitcoin-really-useful-not-in-way-you-think> [02.06.2020].
- Nishibe, M. (2016). *The Enigma of Money: Gold, Central Banknotes, and Bitcoin*. Springer.
- Para Analiz. (2017a). *Bitcoin "Bitik" coin oldu*: <https://www.paraanaliz.com/2017/piyasalar/bitcoin-bitik-coin-oldu-19468/> [02.06.2020].
- Para Analiz. (2017b). *Bitcoin diğer tüm balonların sonunu getirecek bir balon mu?:* <https://www.paraanaliz.com/2017/guncel/bitcoin-diger-tum-balonlarin-sonunu-getirecek-buyuklukte-bir-balon-mu-19289/> [02.06.2020].
- Reuters Business. (2017). *Digital currencies will not replace physical money soon: Bank of Japan official*: <https://www.reuters.com/article/us-japan-economy-boj-fintech/digital-currencies-will-not-replace-physical-money-soon-bank-of-japan-official-idUSKBN1DM1D8> [02.06.2020].
- Rizzo, P. (2015). CFTC Ruling Defines Bitcoin and Digital Currencies as Commodities. *CoinDesk*: <https://www.coindesk.com/cftc-ruling-defines-bitcoin-and-digital-currencies-as-commodities> [01.06.2020].
- Shcherbak, S. (2014). How should Bitcoin be regulated. *European Journal of Legal Studies*, 7, 41-83.
- Singh, S. (2005). Designing for money across borders. *Proceedings of HCI International* (Las Vegas, Nevada, USA, 2005).

- Swan, M. (2015). *Blockchain: Blueprint for a new economy*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.
- Taskinsoy, J. (2019). Bitcoin: The Longest Running Mania–Tulips of the 21st Century?. *SSRN*: https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3505953_code3200906.pdf?abstractid=3505953&mirid=1 [05.06.2020].
- TradingView. (2020). *Bitcoin/Dolar*: <https://tr.tradingview.com/symbols/BTCUSD/> [02.07.2020].
- Velde, F. R. (2013). Bitcoin: A primer, *The Federal Reserve Bank of Chicago. Chicago Fed Letter*. No: 317: https://www.chicagofed.org/digital_assets/publications/chicago_fed_letter/2013/cfldecember2013_317.pdf [01.06.2020].
- Vyas, C. A., & Lunagaria, M. (2014). Security concerns and issues for bitcoin. *International Journal of Computer Applications*, 10-12.
- Wessel, D. (2016). The Hutchins Center Explains: How blockchain could change the financial system (part 1). *Brookings*: <https://www.brookings.edu/blog/up-front/2016/01/11/the-hutchins-center-explains-how-blockchain-could-change-the-financial-system-part-1/> [01.06.2020].
- Yellin, T., Aratari, D., & Pagliery, J. (2017). What is bitcoin?. *CNN Money*: <https://money.cnn.com/infographic/technology/what-is-bitcoin/> [03.06.2020].

**TÜBA-Bilişim Teknolojileri
ve İletişim Çalışma Grubu Üyelerimiz**

Prof. Dr. Hacı Ali Mantar
ali.mantar@tubitak.gov.tr

Prof. Dr. Aydın Gülan
aydingulan@gmail.com

Prof. Dr. Özcan Öztürk
ozturk@cs.bilkent.edu.tr

Prof. Dr. Hayrunnisa Bolay Belen
hbolay@gazi.edu.tr

Prof. Dr. Seydi Doğan
dogans@balikesir.edu.tr

Doç. Dr. Yasin Bulduklu
drbulduklu@gmail.com

Dr. Fatih Kaplanhan
kaplanhan@yandex.com

Dr. Cem Korkut
ckorkut@ybu.edu.tr

BİLİŞİM TEKNOLOJİSİ ve İLETİŞİM: İNTERNET ve TOPLUMSAL ETKİLERİ

Program

8 Şubat 2020 Cumartesi

Açılış - Rektörlük Binası Konferans Salonu – Güney Kampüs

09.30-10.00	Kayıt
10.00-10.45	Açılış Konuşmaları <i>Prof. Dr. Mehmed Özkan Boğaziçi Üniversitesi Rektörü</i> <i>Prof. Dr. Hasan Mandal TÜBİTAK Başkanı</i> <i>Prof. Dr. Muzaffer Şeker TUBA Başkanı</i> <i>Mehmet Fatih Kacır T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı</i> <i>Prof. Dr. Necdet Ünüvar T.C. Cumhurbaşkanlığı Sağlık ve</i> <i>Gıda Politikaları Kurulu Üyesi</i> <i>Mustafa Varank T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanı</i>
10.45-11.00	Çay/kahve arası
	Davetli Konuşmacılar
11.00-11.40	İnternet Çağında Birey, Aile ve Toplum <i>Prof. Dr. Nabi Azıcı Eskişehir Milletvekili</i>
11.40-12.10	Bireysel Verinin Gücü ve Güçlendirdikleri <i>Prof. Dr. Hüseyin Şeker Staffordshire Üniversitesi</i>
12.10-12.50	İnsanın İçindeki Firewall ve Açıkları <i>Cem Karakaya Münih Kriminalpolis Başkanlığı, Siber Suçlar Dairesi</i>
13.00-14.00	Öğle arası/yemeği

Akademik Oturumlar

Nafi Baba Binası – Güney Kampüs

14.00-15.30	1. OTURUM İNTERNET ve TOPLUMSAL PSİKOLOJİ / NFB-204 <i>Moderatör: Prof. Dr. Birol Akgün</i> <i>Prof. Dr. Yasin Aktay Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi</i> <i>Prof. Dr. Ayşegül Toker Boğaziçi Üniversitesi</i> <i>Prof. Dr. Veysel Bozkurt İstanbul Üniversitesi</i> <i>Ali Saydam Bersay İletişim Grubu</i>
-------------	--

YAPAY ZEKA ve İNSANLIĞIN GELECEĞİ / NFB-103

-TÜBİTAK-BİLGEM Oturumu-

Moderatör: Dr. Ahmet Onur Durahim

Prof. Dr. Hacı Ali Mantar TÜBİTAK-BİLGEM

Prof. Dr. Hüseyin Şeker Staffordshire Üniversitesi

Prof. Dr. Türkay Dereli İskenderun Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Zekai Şen İstanbul Medipol Üniversitesi

Prof. Dr. Ercan Öztemel Marmara Üniversitesi

15.30-16.00

Çay/kahve arası

16.00-17.30

2. OTURUM

İNTERNET KAYNAKLI AHLAKİ ve HUKUKİ PROBLEMLER / NFB-204

Moderatör: Prof. Dr. Yasin Aktay

Prof. Dr. Celal Türer Ankara Üniversitesi

Doç. Dr. Bilgin Metin Boğaziçi Üniversitesi

Doç. Dr. Yasin Bulduklu İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Cem Karakaya Münih Kriminalpolis Başkanlığı

TOPLUMSAL HAREKETLER ve OLAYLARIN YAYILMASINDA

İNTERNETİN/SOSYAL MEDYANIN ROLÜ / NFB-103

Moderatör: Prof. Dr. Ayşegül Toker

Prof. Dr. Edibe Sözen Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Prof. Dr. Kudret Bülbül Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Prof. Dr. Ömer Çaha İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan İbn Haldun Üniversitesi

Dr. Bilal Eren TBMM Başkanlığı Teknoloji Danışmanı

17.30-18.30

Genel Değerlendirme ve Raporlama

Prof. Dr. Muhsin Kar Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Prof. Dr. Ayşegül Toker Boğaziçi Üniversitesi

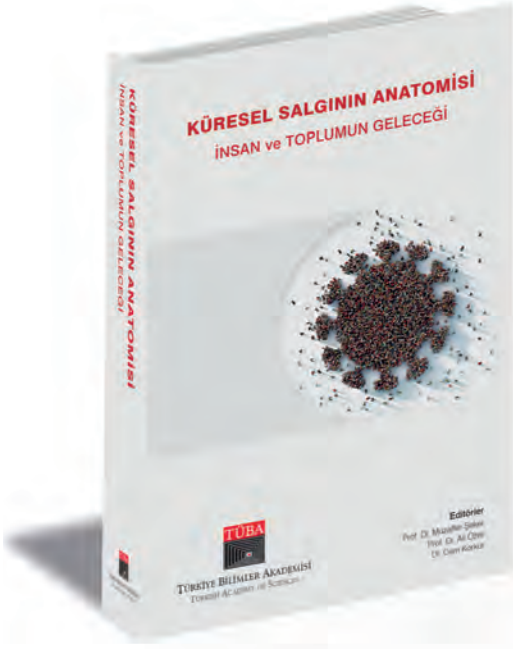
Prof. Dr. Kudret Bülbül Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Prof. Dr. Veysel Bozkurt İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Yasin Bulduklu İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Dr. Ahmet Onur Durahim Boğaziçi Üniversitesi

Dr. Umut Demirezen T.C. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi



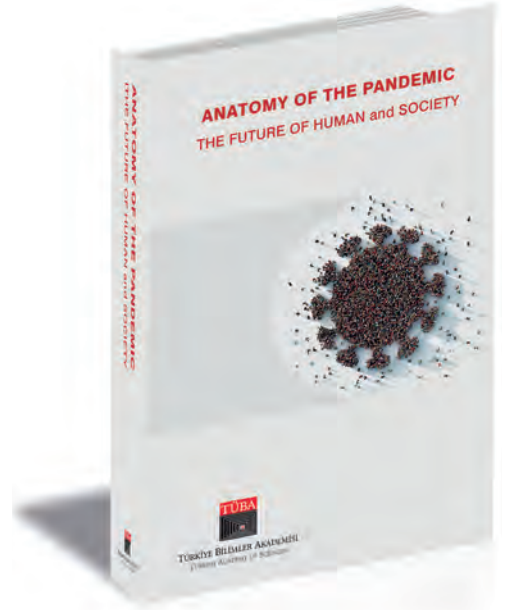
KÜRESEL SALGININ ANATOMİSİ İNSAN ve TOPLUM GELECEĞİ

Editörler:

- 1) Prof. Dr. Muzaffer Şeker
Akademi Başkanı
- 2) Prof. Dr. Ali Özer
Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu Üyesi
- 3) Yrd. Cem Korkut
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Kitap 49 bölümden oluşmaktadır. Sağlık hizmetlerinden eğitime, bilgi teknolojilerinden siyaset bilimine, ekonomiden uluslararası ilişkilere, ticaretten felsefeye, yapay zeka çalışmalarına, sosyolojik analizlere, çevre ve tarıma, mekana ve kutupsal çalışmalara kadar çok çeşitli salgın sonrası dönemler için öngörüler sunmaktadır.

Kitabın İngilizce sürümünün yayın durumu: Baskıda
Sayfa sayısı: 1066



ANATOMY OF THE PANDEMIC THE FUTURE OF HUMAN and SOCIETY

Editors:

- 1) Prof. Dr. Muzaffer Şeker
TÜBA President
- 2) Prof. Dr. Ali Özer
Ministry of Health, Scientific Committee Member
- 3) Assis. Prof. Cem Korkut
Ankara Yıldırım Beyazıt University

The book consists of 49 thematic articles. There are projections for a wide range of post-epidemic periods, from healthcare to education, information technologies to political science, economics to international relations, trade to philosophy, artificial intelligence studies, sociological analysis, environment and agriculture, space, and polar studies.

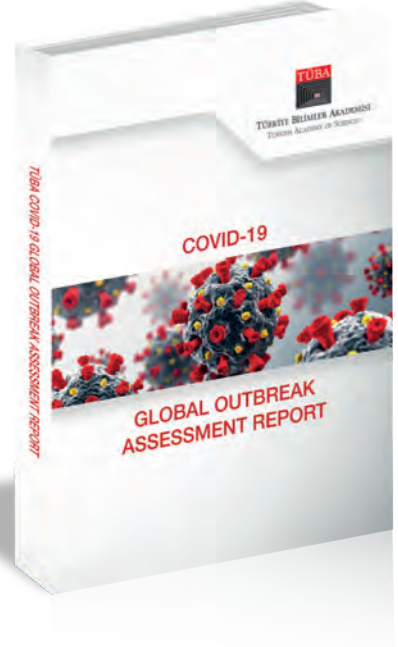
The publication status for English version: In press



TÜBA COVID-19 KÜRESEL SALGIN DEĞERLENDİRME RAPORU

İlk olarak 17 Nisan 2020 tarihinde açık kaynak olarak sunulan ve 4 Haziran 2020 itibarıyla güncel veriler ile kitaplaştırılan TÜBA - COVID-19 Küresel Salgın Değerlendirme Raporu'na kütüphanelerden ve TÜBA internet sitesinden (www.tuba.gov.tr) ulaşabilirsiniz. 5 bölümden oluşan rapor disiplinlerarası bir yaklaşımla hazırlanmıştır.

- Terminoloji, Tanımlar, Tarihçe ve Türkiye'de Mevcut Durum
- Pandemi Süreç Yönetimi, Bilim Disiplinleri Etkileşimi ve Bilişim Teknolojileri
- Post-pandemide Toplumsal ve Ekonomik Projeksiyon
- COVID-19 Güncel Veri Takip Platformları
- COVID-19: Bilimsel Yaklaşımlar



TÜBA COVID-19 GLOBAL OUTBREAK ASSESSMENT REPORT

TÜBA - COVID-19 Global Outbreak Assessment Report, which has been presented as open source on April 17, 2020 and published with the recent data on June 4, 2020, can be accessed from libraries and TÜBA internet site (www.tuba.gov.tr/en). The report, consisting of 5 parts, is prepared with an interdisciplinary approach.

- Terminology, Definitions, History and Current Situation in Turkey
- Process Management of Pandemic, Interaction of Science Disciplines, and Information Technologies
- Social and Economic Projection in the Post-Pandemic Period
- COVID-19 Data Tracking Platforms
- COVID-19: Scientific Approaches



**TÜBA COVID-19 KÜRESEL SALGINI:
Hukuki Değişim ve Etkileşimler Raporu**



**TÜBA-ENERJİ DEPOLAMA
TEKNOLOJİLERİ RAPORU**



TÜRKİYE BİLİMLER AKADEMİSİ

Piyade Sokak No: 27, 06690 Çankaya/ANKARA
Tel: +90 (312) 442 29 03 Faks: +90 (312) 442 72 36

 www.tuba.gov.tr

 www.facebook.com/TUBAakademi

 twitter.com/TUBAakademi

ISBN: 978-605-2249-48-2

