

# AKLI(!) TELEFONLARA DEVRETMEK: AKILLI TELEFONLARLA YAŞAM DENEYİMLERİ

**Bilimser Yağmur Bayrak**

Ankara Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Doktora, Ankara

Yagmur.Bayrak@ankara.edu.tr

**Özet:** Bu çalışmada akıllı telefonların gündelik yaşamdaki yeri üzerinde durulmaktadır. Akıllı telefonların kullanım amaçları ve kullanım süreçleri, hayatımızdaki yeri, anlamının ne olduğu sorularına cevap aranırken diğer taraftan bireylerin kimlik tanımlamasında, sosyalleşmesinde, gündelik aktivitelerinde akıllı telefon kullanımının yeri tartışılmaktadır. Gözetlenirken gözetlenilmesini, özgürleşildiği düşünülürken tutsaklaşmayı yaratan akıllı telefonların yeni medya ortamlarının özellikleriyle birlikte günlük yaşamda yarattığı değişimler üzerinde durulmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** Akıllı Telefon, Yeni Medya, İletişim, Panoptikon, Simülasyon

IDC(International Data Corporation) araştırma şirketinin dünya genelinde yaptığı araştırmaya göre, akıllı telefon satışları 2013 son çeyreğinde ilk kez 1 milyarın üstünde, Almanya merkezli araştırma kuruluşu GFK'nın Türkiye bazlı araştırma raporuna göre ise Türkiye'deki toplam cihaz satışları 12 milyon ve bu satışların yüzde 74'ünü(8,95 milyon) akıllı telefonlar oluşturuyor. Rakamlar bunu söylerken akıllı telefonların gündelik yaşamımızdaki yeri üzerine düşünmek bireysel ve toplumsal yaşamdaki değişimi, farklılıkları ortaya çıkarmak adına anlamlı bir yerde duruyor. Peki hayatımızda akıllı telefonları kullanım amaçlarımız neler ve kullanım süreçlerimiz nasıl geliyor, hayatımızda akıllı telefonların yeri, anlamı ne? Bireylerin kimlik tanımlamasında, sosyalleşmesinde, gündelik aktivitelerindeki yeri nedir? Gözetlerken gözetlendiğimiz, özgürleşirken

tutsaklaştığımız akıllı telefonlarımızla yeni medya ortamlarının özellikleriyle birlikte günlük yaşam pratiklerimizde ne gibi değişimler oluyor?

Sabah uyandığımız andan itibaren günlük hava-haber-yol vs. durumunu, maillerimizi kontrol ettiğimiz, arkadaşlarımızla sesli, görüntülü, aktif, pasif iletişim kurduğumuz akıllı telefonlarımızla birlikte hayatımızda birçok değişim oldu. Eskiden nerede yemek yesek nereye gitsek sorusunun cevabı sadece yakın çevremiz ve en fazla yakınlarımızın çevresinin düşüncesiyle sınırlıyken şimdi dünyanın bir başka köşesinde bizden kilometrelerce uzaktaki, hayat çizgimizin, yollarımızın kesişme ihtimali dahi olmayan birisiyle tek yönlü ya da karşılıklı iletişime girip bu hiç görmediğimiz tanımadığımız insanın görüşleriyle hayatımıza, yemek yiyeceğimiz

mekana, kalacağımız otele, gezeceğimiz müzeye karar veriyoruz. Diğer taraftan hiç tanımadığımız insanların hayat bakışıyla şekillenen, kendi özgün ya da planlı yaratımı, ürünü olan profilinin gözünden dünyayı görüyor, hayatı, fikir ve düşüncelerini oluşturma şekillerine, görsellere şahit oluyor, gözetleyerek, gözlemekle izlemekle kalmayıp yorum ve beğenilerimizle bizde bu tanımadığımız sadece sosyal ağ tanıdığı olduğumuz arkadaşlarımızla iletişim kuruyoruz. Potansiyel olarak arkadaş olabileceğimiz, aynı zevkleri paylaştığımız kişilerle iletişim kuruyor, profesyonel ilişkilerimizi yönetiyor, entelektüel birikimlerimizi, düşüncelerimizi paylaşıyoruz. Sanal kimlikler yaratıp, hayalimizdeki olduğumuz ya da hem var hem yok sadece gözetleyen konumundaki halimizle çevrimiçi arkadaşlıklar ortaklıklar paylaşımlar kuruyoruz. Sanal kimliklerimizi yaratırken, sosyal medyada varoluş halimizi, Baudrillard'ın imgeye özgü çeşitli aşamaları/basamakları tanımlarken kullandığı ifadelerle de açıklayabiliriz. Bu aşamalar, derin bir gerçekliğin yansıması olarak imge(çevrimdışı yaşamda ne isek çevrimiçinde de o şekilde yer aldığımız), derin bir gerçekliği değiştiren ve gizleyen imge (çevrimdışındaki bizden çok daha farklı bir şekilde çevrimiçinde yer aldığımız, gizlemelerin olduğu), derin bir gerçekliğin yokluğunu gizleyen imge(çevrimdışında eksikliğini hissettiğimiz şeyleri çevrimiçinde gizleyerek sunduğumuz), gerçekliğin hiçbir çeşidiyle ilişkisi olmayan, kendi kendinin saf simülakrı olan imge(sadece çevrimiçinde çevrimdışı gerçeklikle alakası olmayan varoluş) şeklindedir. Kendi aksini suda izleyen Narsis'ten bu yana, gerçekliği tüm canlılığıyla hemen o an yakalayabilme hayali bugünlere kadar sürüp gelmiştir. Gerçeği dondurabilmek (kaydedebilmek) amacıyla yakalamanın farklı tezahürlerini gelişen teknolojiyle değişen farklı araçlar aracılığıyla sürekli deneyimliyoruz. Şimdi de akıllı

telefonlarımızla hem anı kaydedip fotoğraf çekiyor, video kaydı yapıyor ve bunları istediğimiz herkesle, bizden kilometrelerce uzaktaki tanıdıklarımızla, sosyal ağ tanıdığı olduğumuz arkadaşlarımızla canlı bağlantıyla paylaşıyor, iletişim kuruyoruz. Namaz hocası uygulamasından, su içmeyi hatırlatan uygulamaya kadar geniş bir yelpazede akıllı telefonlarımızla hayatımızı yönlendiriyor, kontrol ediyor, farklı etkinlikleri deneyimliyoruz. Fatura takip, navigasyon, kahve falımıza baktırdığımız uygulamalar, oyunlar, fotoğraf, video paylaşımlarıyla hem eğleniyor, hem hayatımızı düzene(!) sokuyor ve aynı zamanda tüm kişisel bilgilerimiz, bulunduğumuz mekan bilgisini de paylaşan gönüllüler olarak çevrimiçi uygulamaları çevrimdışı hayatlarımızın vazgeçilmezi yaparak bağımlılıklar yaratıyoruz. Peki gündelik yaşam pratiklerimizde bu kadar etkin bir rolü olan akıllı telefonlarımız sahnede hayatlarımızı kolaylaştırıyor görünürken arka planda neler oluyor?

Akıllı telefonlarımız gündelik hayatımızı kolaylaştıran bu ve benzer uygulamalar ile adeta el, kol, bacak gibi bir uzvumuz haline geliyor demek mümkün. Hatta bu bağımlılık halini tanımlamak için İngiliz bilim insanları 2008'de "nomofobi" (No Mobile Phobia) terimini kullanmışlardır( Nomofobi, mobil cihazlara erişimi olmadığında endişe ve panik yaşama hali). Artık hiçbir randevumuzu hatırlamak zorunda değiliz, çünkü yanımızda alarmlı bir ajandamız, hesap makinemiz, yazım kılavuzumuz var ve böylece hiçbir şeyi hatırlamamız ya da beynimizi zorlamamız gerekmiyor. Akıllı telefonlara bağımlı haldeyiz, aradığımız her şey artık adeta elimizin altında, sadece bilginin nerede olduğunu hatırlamamız yeterli, içeriği hatırlamaya ise gerek bile duymuyoruz. Ancak bu durum aslında hafızamızın zayıflamasına neden oluyor. Ayrıca mesajların gittikçe daha kısa olması ve örneğin twitter da 140

karakterle tüm duygu-düşünce-durum ve fikirlerimizi aktarma durumumuz, yeni medyanın hipermetinsellik özelliği ile birlikte kısa süreli odaklanmalarla dikkat süremizin kıaldığının göstergesi olarak görebilmek mümkün.

Baudrillard'ın 'Simulakra ve Simulasyon' isimli kitabında bahsettiği yalnızlaşan toplumda, bilgi çağıyla yaratılan 'yapay gerçeklikte' birey, 'virtüel 'avatarı' ile bütünleşmekte ve kimliğinden uzaklaşmaktadır. Bu yapay gerçeklikte birey, kendi kendisinin kölesi olmuştur. Artık tüm sistem ve düzen değişmiştir. Dünya düzeninin değişiyor olduğuna dair ilk sinyalleri veren medyadan örnek olarak Amerika'da Loud Ailesi ile 1971 yılında başlayan ilk 'Reality Show' programında bireyin televizyona değil, televizyonun onun nasıl yaşadığına bakar olması gösterilebilir. Baudrillard, bu bağlamda, 'Panoptik Gözetleme Sistemi'nden, aktifle pasifin yok edildiği bir caydırma sistemine geçildiğine değinmektedir. Model ve gerçeğin birbirine karıştığı bu "hiper-gerçek dünya" artık bireyi haber yapmaktadır. "Haber sizsiniz, toplumsal sizsiniz, olay sizsiniz..." Yedi ay aralıksız sürdürülen çekimler sonucunda Loud ailesinden geriye kalan ne yazık ki sadece 300 saatlik bir film olmuştur; çift boşanmış, çocuklar ise dağılmıştır. Şimdi ise sanal kimlikler yarattığımız sosyal medya ortamlarında her görüntümüzü, özel hayatımızı, düşüncelerimizi bizi tanıyan tanımayan insanlarla paylaşıyoruz. Twitter'ın yeni uygulaması olan Periscope ile her anımızı canlı bağlantıyla paylaşabiliyor ve aynı zamanda bizi izleyenlerle o anda yazılabiliyoruz. Artık sosyal medya ile Baudrillard'ın belirttiği "yapay gerçeklikte' birey, 'virtüel 'avatarı' ile bütünleşmekte ve kimliğinden uzaklaşmaktadır" ın ötesine geçilmekte adeta birey sadece virtüel avatarının kimliği ile yaşamaktadır.

Peki en basitinden, hesap makinesiyle hesap yaptığımız, sadece navigasyonla yol bulduğumuz gündelik yaşamımızı düzenleyen bir akıllı telefonla yaşarken, aklımızı ona devredip aklımızı çok kullanmamamızın(en azından bazı gündelik faaliyetlerde ) bize bu özgürlükler sunan, hayatımızı kolaylaştıran tarafının yanı sıra, bağımlılık ve sanal kölelik yarattığından da bahsetmek mümkün mü? Hayatımızın her anını sanal bir ortamda yaşamamızı sağlayan yeni medya ortamlarında, Platon'un mağara mitosundaki gibi adeta kollarımızda zincirler dışarıdan duvara yansıyan gerçek hayatın görüntüleri, gördüklerimiz ise sadece mağara duvarına yansıyan gerçek nesnelere yansımaları ve bir anda elektrik gider, internet bağlantımız kopar ve biz sanki yüzyıllardır akıllı telefonlarımız olmadan yaşamamışız gibi eli kolu bağlı hayattan kopan varlıklar...

Akıllı telefonlarla birlikte değişen farklı hayat deneyimlerimizle ilgili, New York'ta, bir restorandaki servis süresinin son 10 yıla göre neden yavaşladığıyla ilgili yapılan araştırmanın sonuçlarını örnek olarak vermek mümkün. Araştırmada bir mekandaki kameraların kaydettiği geçmişe dönük görüntüler izlendiğinde insanların 10 yıl önce sekiz dakikada sipariş verip 50 dakikada yemeğini yiyip restorandan ayrıldıkları şimdi ise insanların ne yiyeceğine karar vermelerinin süresinin 21 dakika, yemek yiyip hesabı ödemelerinin ise ortalama bir saat sürdüğü belirtiliyor. 10 yıl içinde değişen şey ise akıllı telefonlarıyla yaşayan günümüz insanların mönüye odaklanmak yerine önce Foursquare'de kendini etiketlemeleri, e-postalarını kontrol edip, Facebook'a 'Arkadaşlarla yemek keyfi' yazarken, WhatsApp'ta yazışıp, yemek geldiğinde önce fotoğrafını çekiyor, yemek yerken ise sosyal medyada yaptığı tüm bu duyurulara gelen yorumları okuyor olmaları. Akıllı telefonların günlük

hayatımıza etkileri ile ilgili bir diğere örnek ise Çin'de yaya yolunun yanına cep telefonuyla konuşanların ya da mesajlaşanların kullanması için 'telefonla yürüme yolu' yapılmış olması gösterilebilir. Ayrıca psikolojik takıntılarımızda da sosyal medyanın etkilerini görmek mümkün, artık terapi odalarındaki paylaşımlarda 'Whatsapp'ta online olmuş mu bakıp duruyorum ya da Facebook'ta onun/eski sevgilisinin profilini ve paylaşımlarını takip edip duruyorum' gibi cümlelerin sıklıkla kullanılıyor olması bu değişimin cisimleştiği alanlardan birisi olduğunu göstermekte. Görüldüğü üzere akıllı telefonlarımızla birlikte gerçekleşen yaşam deneyimlerimizde yeni medya ortamlarının tüm özelliklerinin (sanallık, dijitallik, kullanıcı türevli içerik, etkileşimsellik, hipermetinsellik, yayılım) doğrudan etkisini görüyoruz ve tüm bu özellikler artık gündelik yaşam deneyimimizin hayatı anlamamız, hayata katılmamızın bir parçası haline geliyor. Akıllı telefonlarımızla her an bağlantıda kaldığımız, internette sürekli izler bıraktığımız, veriler düzeyindeki kopyalarımızla kendimizi tanımladığımız bir dünyada yaşıyoruz.

Simülasyon evreninin ortaya çıkışını II. Dünya Savaşının sonuçlarıyla bağlantılandıran Baudrillard II. Dünya Savaşı sonrasında sağın, solun işlevlerini yerine getirmeye başladığını, sanayi ve tarım sektörlerinin belirleyiciliğinin iletişim ve hizmetler sektörlerinin belirleyiciliğinin ardına düşüğünü belirtir ve bu veriler ile Batıda bir çeşit durağanlık olmuş ve batı kendi eksenini etrafında dönmeye başlamıştır der. Bu kendi etrafında dönüş süreci ise kavramların içlerinin boşaltılması sonucunu doğurmuştur. Artık her kavram televizyonlardan akmakta-çağımızda ise internetten- insanlar teknolojinin onlara sağladığı bu rahatlık sayesinde herhangi bir şeyi derinlemesine düşünememektedir ve iletişimi sağlamak adına yaratılan cansız kitle iletişim araçları(internet+bilgisayar+telefon=akıllı

telefonlar) kendilerine yüklenen işlevden, yani aracı olma konumundan çıkıp bağımsız bir kendilik haline gelmiştir. Birey ise bu durumu çaresizlik içinde izler; her şeyin farkındadır, fakat rahatlığından da taviz vermek istememektedir. Baudrillard " Birey televizyonda Sudan iç savaşını, herhangi bir tuvalet kağıdı reklamıyla aynı duyarsızlıkla izlemektedir. Televizyonu kapattıktan sonra Sudan'daki iç savaş devam etse bile onun için bitmiştir. İşte bireyin yaşadığı bu evren simülasyon evrenidir. Her şey görüntülerden ibarettir ve cansızdır." Kimlikler, görüntüler ve hatta protestolar(2015- İspanya'daki meclis binası önünde düzenlenen sanal protesto örnek olarak verilebilir )... hepsi sadece görüntülerden ibarettir ve cansızdır.

Yeni medya ortamları toplumsal özgürleşmeyi yaratacak olanakları barındırırken aynı zamanda toplumsal yaşamın hücre tipi bir hapisaneyeye dönüştürülmesi için de kullanılmaktadır. Görsel medya özellikle iktidarın şiddetini hem olağanlaştırmakta hem de meşrulaştırmaktadır, küresel iktidarın dünya üzerinde farklı coğrafyalarda yürüttüğü saldırılar ve şiddet, küresel medya ile desteklenmektedir. İnternet süreciyle başlayan küresel ölçekte enformasyon akışının son noktalarından biri olan toplumsal paylaşım ağları, zaman ve mekan kavramlarını bir kere daha yapı bozumuna uğratarak bireysel ve toplumsal hayatın yeniden yorumlanmasını sağlamışlardır. Bu nedenle küresel bir ağ döngüsü içerisinde gerçekleşen bu yeni sürecin tanımlanması ve anlaşılmasına denk düşen en anlamlı toplum tanımlaması 'ağ toplumu'dur. Manuel Castells'in deyişi ile, "bireyler artık küresel ve yerel olarak örülmüş, birbiriyle bağ(ıntı)lı ağ toplumu içinde yaşamaktadır" (Binark ve d., 2009: 25).

Neil Postman da yeni medya ortamlarının hayatımızdaki yerini eleştirel bir yaklaşımla şu

şekilde değerlendirmektedir. "Bilgisayar teknolojisi insan yığınlarına ne derece avantaj sağlamaktadır? İşçilere, manavlara, öğretmenlere, araba tamircilerine... hayatlarına bilgisayarın yeni yeni girdiği diğer insanlara neler kazandırmaktadır? Bu insanların özel hayatlarına ait meseleler, gücü elinde bulunduran kuruluşlar tarafından kolayca ulaşılabilir olmuşlardır. İnsanlar daha kolay izlenir ve kontrol edilebilir oldular, daha fazla incelemelere maruz kaldılar, haklarında alınan kararlar karşısında daha fazla hayrete düşer oldular, genelde sayılarla ifade edilen nesnelere haline geldiler. İnsanlar reklam amaçlı maillerin istilasına uğradı, reklam şirketlerinin ve politik oluşumların kolay hedefleri olmaya başladılar"(Postman, 2004: 20). Postman'ın verdiği örneklerin çok daha ötesinde bir örnek olarak, Amazon.com'un, Wish List\* özelliği sayesinde müşterilerini başkaları tarafından izlendiklerinden haberdar etmesi verilebilir. Wish List aynı zamanda insanların izlenmeyi ne kadar çok sevdiğini de hatırlatır, örneğin danah boyd bu durumu röntgenci ile aylık sosyal medya sayesinde bir araya gelir şeklinde ifade eder. Wish List 'te ise bunun çok ötesinde tüketicilerin kendi kendilerini yönetmelerine, diğerlerine belli bir yüzlerini görmelerine fırsat verir.

Yeni medyanın özellikleriyle birlikte akıllı telefonların hayatımızı kolaylaştıran tarafının arka planında gerçekleşenleri Bauman ve Lyon'un, "Sosyal medyanın varlığı, kullanıcıların izlenmesine ve edinilen bilgilerin diğerlerine satılmasına bağlı. Sosyal medyanın direniş için sunduğu olanaklar çekici ve bazı açılardan yararlı olabilir, fakat gittikçe akıcılaşan bir dünyada kalıcı ilişkiler kurabilmek için gerekli koşulların olmaması ve sosyal medya içerisindeki gözetim gücünün yerleşik ve etkili olması nedeniyle aynı zamanda kısıtlı." ifadeleriyle gözetlenme ve sosyal medya ilişkisi bağlamında okumakta açıklayıcı

olacaktır. Gözetim, denetim ve uygulamaların duygusuzlaşp kayıtsızlaştırması, yetki aşımına ve belirsizleşmesine yol açması Bauman ve Lyon için endişe verici bir gidiştir. Bu da gözetleme, sınıflandırma, kontrol etme ve düzenli olarak izlemeyle bir tür barkodlamayı doğurur. Barkodlama bir ürünün ya da insanın, doğru zamanda doğru yerde olup olmadığını denetlemenin yoluna dönüşür. Kod, izlemeyi kolaylaştırır, kişi de bunu gönüllü olarak bir adım öteye taşır: "Akışkan modernite dünyasında kişisel organizasyonlar tarafından kuvvetle emilen bilgilerin büyük çoğunluğu aslında kişilerin kendileri tarafından cep telefonları kullanılarak, alışveriş merkezlerine gidilerek, tatillerde seyahat ederek, eğlenerek veya internette gezinerek sağlanır. Düzenli olarak, kendiliğimizden ve hatta isteyerek her gün kartlarımızı kullanıyor, posta kodlarımızı söylüyor ve kimliklerimizi gösteriyoruz." Bugünün gözetimi de söz konusu yöntemlerle toplumsal sınıflandırmayı yapılandırıyor. İnternet Bauman'a göre anonimliğin de sonudur "Mahrem olan her şey artık potansiyel olarak kamusal alanda yapılıyor ve kamunun tüketimine açık halde; sayısız sunuculardan herhangi birinde kayıtlı olan herhangi bir şeyi internete 'unutturmak mümkün olmadığı' için sonsuza değin de ulaşılabilir kalacak."

Bauman'a göre hızlı değişim, eski algıları da farklılaştırır, panoptik kâbus ("hiçbir zaman yalnız değilim") bugün "bir daha yalnız kalmama" umuduna dönüşürken ifşa edilme endişesi "fark edilme hazzı" tarafından bastırılıyor. İzlenme ve görülme artık bir tehdit değil, tam tersine arzulan bir hal. Herkes, herkes tarafından görülüp fark edilmeye her şeyden çok ve bu uğurda pek çok şey feda edecek kadar açık. (Fotoğraf paylaşım uygulaması olan Instagram'daki fenomenler bu duruma örnek olarak verilebilir). Nihayet varılan yer, kişinin kendisini satılabilir bir metaya dönüştürmesi. Çünkü tüketim toplumunun altın

kuralı, bu toplumun üyelerinin de bir tüketim metası olması. Bauman ve Lyon, izlenmenin tüketim kültürüyle bağına da şu şekilde aktarır. Pazarlama ve satış şirketleri, gözlediği tüketicinin neyi neden aldığını veya alacağını iyi bildiğinden ona "seçenekler" sunar. Tüketicinin itaatli işbirliği, daha önce aldıklarının kayıtları ve bildirimleri alışverişte baştan çıkarılmasını kolaylaştırır. Web 2.0 ve özellikle Web 3.0 ın kişiselleştirme ve hareketlilik özellikleri tüketicinin baştan çıkarılmasında oldukça etkilidir. Aynı baştan çıkarma, panoptikonun istediği davranışın gerçekleştirilmesini de sağlar. Gözetlenen ve kendisinden istenen davranışı sergileyen de artık bir kişi değil bir şey haline gelir; insanlığı azaltılmış bir bilgi veya veriye dönüşür. Bununla birlikte "içinde yaşamayı bildiği tek sosyal dünya dijital olarak işleyen dünya" olduğundan bu insanlar tarafından "internet ve gözetim, deniz ve dağ gibi son derece doğal" algılanır. Bauman'a göre, bugünkü toplumsal model sadece herkesin görüldüğü, gözetlendiği panoptik bir toplumsal model değil, aynı zamanda ve ötesinde herkesin kendini göstermek istediği, görülmek istendiği bir çeşit sinoptik ya da post-panoptik toplumsal modeldir. Burada herkes gönüllü olarak kendisini gösterir ve gözetlenir. Artık (sadece) biri bizi gözetlemiyor, herkes herkesi gözetliyor. Bir çeşit simülatif demokrasi.... Adorno'ya atfen, "alternatifi bulunmayan ve kendini cennet sanan bir toplama kampı".

Elde edilen kişisel verilere dair "hayatı kolaylaştırma" söyleminin arkasında ise mahremiyetin, anonimliğin, gizliliğin yok edilmesi yatmaktadır ve gözetim temelde toplumsal sınıflandırma amacıyla gerçekleştirilir hale gelmiştir (Bauman ve Lyon, 2013: 21). Bu durumun gündelik yaşamımıza yansıyan şekli ise iktidarların güvenlik vaadi altında özgürlükleri sınırlayan gözetim teknolojileri yaratması,

kullanması ve gözetimi normalleştirdiğimiz için bu durumu oldukça doğal bir şekilde karşılıyor olmamız.

Platon'un mağara mitosunda olduğu gibi elleri kolları bağlı, yanındakilerle iletişim kurmayan, dünyayı sadece mağaranın duvarına( sosyal medya ortamlarına) yansıyan, yaratılan, var olan gerçekliğin yansısıyla algıladığımız, sözün, yazının değil görselin egemen olduğu bir çağda yaşıyoruz. Gerçeğe arkamız dönük, yanımızdakilerle konuşmuyoruz... Tıpkı ellerimizde akıllı telefonlar, gerçek dünyadan uzak biz, bizi özgürleştirirken gerçeğin yansımalarına mahkum eden akıllı telefonlarımızsa ellerimizde, hayatı, gerçekliği, kendimizi, insanları böyle anladığımız, anlamlandırdığımız... Kötü olan, Platon, filozofları (gerçeğe ulaşanları), arkasını dönebilen, ışığa bakıp yansımaları değil de nesnelerin kendisini görebilmeyi başaranlar olarak tanımlarken, şimdi sosyal medyadaki görüntülerin gerçeği yani gerçek nesnelerinin de kurgulanmış gerçeklik olma ihtimali, tek bir mağara değil de iç içe bir çok mağara varmış ve her bir mağaradan çıkışta başka bir mağaranın içinde olduğumuzu fark ettiğimiz, matruşka bebekleri misali iç içe geçen mağaralarda hep bir başka kurgulanmış gerçeklik içerisinde kayboluş hikayesini yaşıyor olmamız... Özgürleşirken tutsaklaşan, sosyalleşirken asosyalleşen, her an her yerde akıllı telefonlarımızla mekan ve zamanın ötesine geçip iletişim kurarken yanı başımızdaki en yakınlarımızla çok az iletişim kurduğumuz bir hayatı deneyimliyoruz. Daha çok, daha kolay daha hızlı iletişim kurmak, enformasyona ulaşmak bir yandan hayatımızı kolaylaştırırken, bir yandan da kurgulanmış gerçeklikler dünyasında kaybolmamıza, bağımlılığa, özgürlük ve sosyalleşme adına (a)sosyal gönüllü köleler olmamıza da neden oluyor. Yeni medya ortamları da tüm özellikleri ile

hayat deneyimimizde madalyonun her iki yüzünü de tüm gerçekliği ile yaşamamızı sağlıyor.

\*Bu özellik sonradan satın almak istediğimiz veya hediye edilmesini istediğimiz ürünlerin listesini çıkarmamızı sağlar ve bu liste dileyen herkes tarafından görülebilmektedir.

#### **Kaynaklar:**

Baudrillard, J. (1998) Simulakrlar ve Simulasyon,İstanbul:Doğubatı Yayınları.

Bauman,Z ve Lyon,D. (2013) Akışkan Gözetim, İstanbul:Ayrıntı Yayınları.

Binark, M. vd. (2009) Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım!, İstanbul:Kalkedon Yayınları.

Postman,N. (2004), Televizyon Öldüren Eğlence, İstanbul:Ayrıntı Yayınları.

<http://haber.star.com.tr/pazar/telefonlar-akillandikca-hayat-yavasladı/haber-942364> (Erişim tarihi: 07.04.2015)

<http://www.e-psikiyatri.com/genclerde-nomofobi-artiyor-31316> (Erişim tarihi: 08.04.2015)

<https://www.youtube.com/watch?v=OINa46HeWg>