

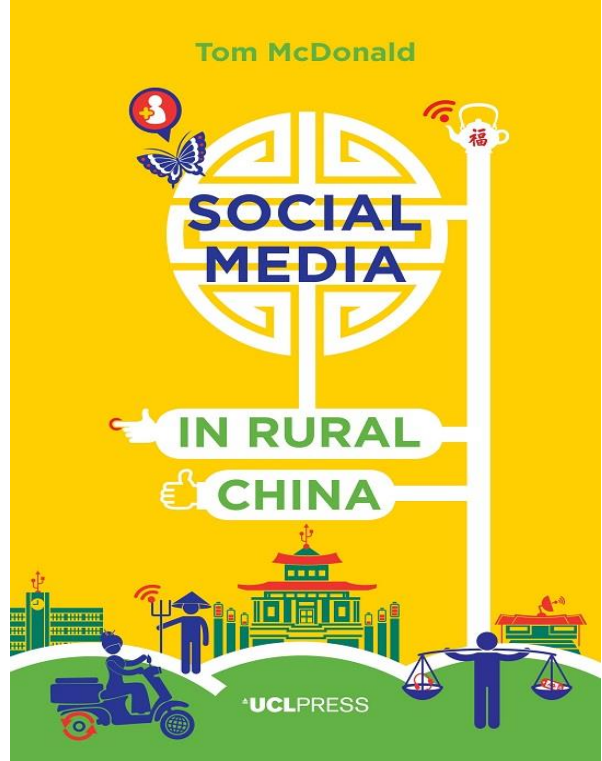
## Kitap Eleştirisi

# KIRSAL ÇİN'DE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: AĞLAŞMIŞ BİREYSELLİKLER VE AHLAKİ ÇERÇEVELERİN YENİDEN İNŞAASI ARASINDAKİ GERGİN HAT

Mutlu Binark\*

Mc Donald, T. (2016). *Social Media in Rural China: Social networks and moral frameworks*. Londra: UCL Press, 215 sayfa, ISBN 978-910634-684.

The University of Hong Kong Sosyoloji Bölümünde öğretim üyesi olarak çalışan Tom Mc Donald'ın Çin'in Anshan kasabasında gerçekleştirdiği 15 aylık etnografik araştırma dijital antropoloji üzerine çalışmalar yapan Daniel Miller'in "Why We Post" genel başlığıyla yürüttüğü Brezilya, Türkiye, Şili, İtalya, İngiltere, Hindistan, Trinidad dahil olmak üzere 9 özgül saha monografisinin bir parçasıdır. Çin saha çalışması kırsal ve endüstriyel Çin



\* Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü, Prof. Dr. Hacettepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Tv. ve Sinema Bölümü, Bilişim ve Enformasyon Teknolojileri Ana Bilim Dalı. binark@hacettepe.edu.tr.

Yazının Geliş Tarihi: 05/04/2017 Yazının Kabul Tarihi:26/05/2017

olmak üzere ikiye ayrılmış ve iki farklı araştırmacı, Tom Mc Donald kırsal Çin olarak seçilen Anshan kasabasında, Xinyuan Wang Good Path adlı 60 yakın büyük fabrikanın endüstriyel üretimlerin yoğunlaştığı bir kentte etnografik çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir. Burada, Mc Donald'ın Anshan kasabasında yaptığı çalışmanın bulgularının yayınlandığı *Social Media in Rural China: Social Networks and Moral Frameworks* (2016) adlı kitap ele alınacaktır. Bu kitabın, diğer ülke monografileri arasından seçilmesinin iki temel nedeni vardır: ilki, araştırmacının çalıştığı sahayı (Çin'de misafir ilişkileri ve yapısı) çok yakından bilmesi<sup>1</sup> ve dahil olduğu alanı nitelikli bir şekilde analiz etmesi, ikincisi de diğer monografilerin çoğunda<sup>2</sup> orta ölçekte kasabalar, kentler veyahut kent merkezlerinde sosyal medya kullanım pratikleri ele alınırken, bu çalışmada doğrudan kırsal bir yerleşim alanının odağa alınmasıdır. Özellikle kırsal alanda gündelik yaşamın rutin akışı içerisinde kültürel tüketim görüngülerinin ve yeni medyanın, sosyal medya platformlarının nasıl dahil olduğunu günümüzde akademik yazında ihmal edilen bir olgudur. Bu bağlamda Ertan Özense'lin *Taşranın Halleri* (2017) içinde yer alan "Taşranın Yetim Çocuğu Kır" başlıklı çalışması, "taşranın bir parçası olan kır (...), gündemden düşerek hem akademik hem de popüler dünyanın objesi olmaktan büyük oranda uzaklaştı. Bir anlamda kır, taşranın yetim çocuğu konuma düştü" (s. 101) iddiasıyla düşündürücüdür. Türkiye'de de kırsal alanda ve taşrada gerek bireysel düzeyde gerekse topluluk düzeyinde ağların kullanımı ve ağlaşmış kamunun (*networked public*) (Boyd, 2014) nasıl bir parçası haline geldiği, hakim dinsel inanç ve inanışlar, heteroseksist cinsiyet rejimi, hakim gelenekler ve değerler ekseninde yaşanan çatışmaların, çelişkilerin ve bu çelişkilerin üstesinden gelme veyahut direnme stratejilerinin incelenmesi gerekmektedir.<sup>3</sup> Jan Van Dijk'in de altını çizdiği gibi ağ toplumunda dünyamız gerçekten de küresel olarak birbirine bağlı hale gelmiştir (2016, s. 13). Bireyler giderek artan bir yoğunlukta kişisel, toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik nedenlerle sosyal medya platformlarına ve ağlar üzerinden birbirlerine bağlanmaktadır. Ağ toplumunda uzam ve zaman olgusu bir yandan genişlerken bir yandan sıkışmaktadır. Uzam ve zaman toplumsallaşırken bir yandan da bireyselleşmektedir. Sosyal çevremizde bir yanda bir genelleşme ve

<sup>1</sup> Tom Mc Donald doktora tez çalışması için 2009-2011 yılları arasında Çin'de saha çalışması gerçekleştirmiştir.

<sup>2</sup> Daniel Miller'in *Social Media in an English Village* (2016) çalışması da köy örneğini saha çalışmasının merkezine almıştır.

<sup>3</sup> Türkiye'de taşrada Facebook kullanımı üzerine nadir saha çalışmalarından biri Tezcan Durna ve Nehir Durna'nın Antalya'nın Elmalı ilçesinde Tekke köyünde yapıları etnografik çalışmadır. Bu araştırma için bakınız: Durna T. ve Durna, N. (2015). Taşranın Facebook ile İmtihani: Bir Akdeniz Köyünde Etnografik Keşif Çalışması. *Folklor/Edebiyat*, 83, 89-124.

standartlaşma görülmektedir. Deneyimlerin ağ üzerinden paylaşımı, ortak bir tüketim kültürü ve örüntüleri oluşturmaktadır. Öte yandan da sosyal çevremiz, özneler arası hale gelmekte, bireyler az ya da çok tanıdıkları ve yahut benzer olduğunu düşündüğü kişilerden oluşan bir arayüzey akışını yeğlemektedir (van Dijk, 2016, s. 242-246). Van Dijk'in deyişiyle, "Sosyal çevrelerin parçalara ayrılması, bireyin kendine has bir dünyasının örneğın, sosyal ağ siteleri sayfaları ve profilleri şeklinde düzenlemiş bir sosyal ağ ile birleştirmesiyle telafi edilmektedir. Böylece parçalara ayrılmış bireysel dünya bir bütün haline gelir: Facebook sayfası, tutarlı bir "benim dünyam" fotoğrafı sunan kişisel bahçenin sınırını belirler" (2016, s. 246). Ancak, bu noktada van Dijk, ağ toplumunda sosyal çevrenin genelleşme ve standartlaşma eğilimin kültürel farklılaşma gibi karşıt eğilimlerle karşı karşıya olduğunu da belirtir: "Küreselleşmiş havaalanları ve Çin kentlerinde yüzeyin altına inilip araştırma yapılırsa yerel kültürün kendine has özelliklerine rastlamak mümkündür" (s. 246) demektedir. Mc Donald'ın kırsal Çin çalışması, tam da bu noktada, yerelin küresel olan ile hem diyalogunu hem de çatışmasını göstermesi açısından önem kazanmaktadır. Mc Donald'ın çalışmasını değerlendirmeye geçmeden önce, Miller ve araştırma ekibinin yürüttüğü bu kapsamlı proje hakkında genel bir çerçeve çizmek istiyorum.

Miller ve araştırma ekibi, "Neden Gönderi Paylaşıyoruz" araştırmalarının amacını, metodolojilerini ve 10 araştırma temasını *How the World Changed Social Media* (2016) adlı yayında açıklamışlardır. Araştırma ekibi, Daniel Miller, Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom Mc Donald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shiram Venkatraman ve Xinyuan Wang'dan oluşmaktadır. Her şeyden önce araştırma projesi, insanların sosyal medya platformları kullanım alışkanlıkları üzerine değil, daha geniş bir bağlama sahiptir: günümüzde insanlar neleri, niçin iletişim platformlarında paylaşıyorlar ve bu gönderilerin sonuçları nelerdir? Bu araştırma projesi iki dünya – sanal uzam ve gerçek dünya- arasında bir ayrım öngörmemektedir (2016, s. 7); tam tersine, sanal uzam, ev yaşamı, iş yaşamı ve topluluk yaşamı gibi gündelik yaşantımızı geçirdiğimiz mekânlardan birisi olarak görülmelidir. Miller ve arkadaşlarına göre, gündelik yaşam pratiklerimiz ve varlığımız sosyal medya kullanımımızı belirlerken, sosyal medya dünyamızı değiştirmektedir. Yeni iletişim teknolojileri kullanımı ve benin kendini gerçekleştirme arasında karşılıklı bir ilişkilene ve etkilenme söz konusudur.

Araştırma projesinde sosyal medya platformları en özelden en kamusal olana ve en küçük grup iletişiminden en geniş grup iletişimine sağladığı olanak temelinde "ölçülebilir toplumsallık" (*scable sociality*) kavramında tasnif edilmiştir. Araştırmanın

bir diğ er başvurdu ğ u kavram da “ç oklum edya” (*polymedia*) olup, sosyal medya platformları kullanım ının birbiri ile ba ğ lantılı olması anlamına gelmektedir. Bireyler kendi sosyal medya platformlarının çe ş itlili ğ ine göre farklı toplumsallık durumları sergileyebilmektedirler. Kendimden örnek vermem gerekirse, Twitter hesabı üzerinden daha akademik paylaşımları görece daha geniş bir takipçi ve takip edilen hesaplar ile yaparken; Line hesabında sadece oldukça özel iletişim prati ğ i gerçekleştiriyorum. Bireyler farklı sosyal medya platformlarının sahip oldu ğ u yapısal a ğ mimarisinin özelliklerini hızla kavramakta ve farklı iletişim ihtiyaçları için kullanmaktadır. Van Dijk, a ğ toplumunda hem sosyal hem de medya a ğ larının kendi içlerinde tamamen birleştiklerine dikkat çeker ve bu olguyu “a ğ ın bireyselleşmesi” olarak adlandırır (2016, s. 253). A ğ ın bireyselleşmesi, bireyin a ğ toplumundaki en önemli dü ğ üm noktası haline gelmesidir. A ğ lar dolayımı ile bireyler hareket halinde, sürekli ba ğ lantıda ve enformasyon akışı içerisinde uzama ve zamana yayılmış bir şekilde gündelik yaşamlarını sürmektedir. A ğ toplumunda kişilerarası iletişim ve kitle iletişimi de bulanık hale gelmiştir. Birey “kitlese l öz iletişim” prati ğ i (*self mass communication*) gerçekleştirmektedir (Castells, 2013). Araştırma projesi kapsamında gerçekleştirilen 9 monografide de a ğ toplumu içerisinde bireyin varoluşu, a ğ ın bireyselleşmesi, kitlese l öz iletişim olguları verili kabul edilerek; platformların sundukları ölçülebilir toplumsallık ve ç oklum edya kullanım ı üzerinde durularak, farklı kültürlerde ve farklı toplumsal cinsiyet kimliklenmeleri temelinde neden farklı sosyal medya ortamlarının kullanıldı ğ ı ele alınmıştır.

Araştırma projesinin metodolojisi etnografi üzerine örülmüştür. 9 monografinin araştırmacıları da sahalarında en az 15 ay katılımlı gözlem, derinlemesine görüşme ve mikro ölçekte anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Her araştırmacı dahil oldukları “yerel” yaşantının “anadilini” anlayabilecek ve iletişim kurabilecek yetkinliktedir. Her araştırmacı sahalarında farklı güçlüklerle karşılaşmışlardır: İnsanların güvenini kazanmaktan, kentte yaşanan depreme, araştırmacının cinsiyetinin kadın olmasından kaynaklı ön yargılar vb. Her araştırmacının etnografik çalışma süresince en az 150 kişiyi çevrimiçi takip etmeleri kararlaştırılmıştır. Her araştırmacı çevrimiçi gözlem için özel bir hesap oluşturmuştur. Burada araştırmacılar, takip ettikleri kişilerin güvenini kazanabilmek ve onları rahat ettirebilmek için arayüzey akışlarında aktif olmayı seçmişlerdir. Saha çalışması boyunca tüm araştırmacılar en az on kısa film çekip bunları YouTube’da paylaşmıştır (<http://www.youtube.com/whywepost>). Bu araştırma projesi işbirli ğ i temelli oldu ğ u ve kültürlerarası farklılıklar ile benzerlikleri serimlemeyi

amaçladığı için, araştırma ekibi saha çalışmasına çıkmadan önce birlikte iki ay geçirmiştir. Her araştırmacının kendi sahasında ele alacağı 10 tema olmakla birlikte, sahanın özgüllüğü de bazı yeni olgular üzerinde yoğunlaşılmasını gerekli kılmıştır. Nisan 2013'den Mayıs 2014'e kadar tüm araştırmacılar kendi sahalarında bulunmuş, Mayıs 2014 de Londra'da fikir alışverişi ve bulguların ön değerlendirilmesi için toplanılmıştır. Bu toplantının ardından araştırmacılar Eylül 2014'e kadar tekrar kendi sahalarına geri dönmüştür. Araştırmalar sırasında UCL ve yerelde ilişkili olunan üniversitelerin Etik Kurullarından gerekli araştırma etik izinleri alınmış, ayrıca katılımcılardan yazılı ya da sözlü onanmış rıza temin edilmiştir. Katılımcıların izin verdikleri görseller araştırmada kullanılmış, küçük yerleşim yerlerindeki katılımcıların kimlikleri takma isimlerle değiştirilmiştir.

Araştırmanın demografik verileri ile sosyal medya kullanım pratiklerini betimsel düzeyde derleyen anketin temaları toplumsal ilişkiler; sosyal medya etkinlikleri; özel yaşamın gizliliği; ticaret; sosyal medya platformlarına yönelik tutumlardan oluşmaktadır. Nitel araştırmanın temaları ise eğitim ve gençlik, iş ve ticaret, çevrimiçi ve çevrimdışı ilişkiler, toplumsal cinsiyet, eşitsizlik; siyaset, görsel imgeler, bireycilik, sosyal medya ve mutluluk, gelecek başlıklarından oluşmaktadır. Tüm bu temaların dokuz monografide de ortak olduğunun altını bir kere daha çizelim. Dokuz monografinin sonucunda ortaklaşan en önemli bulgu, gelecekte akıllı telefonların ağlaşmış bireyselliği ve çoklumedya kullanımını daha da geliştireceğidir. Akıllı telefonlar bireylerin her an her yerde sürekli bağlantıda kalma gereksinimini temin derken, bir yandan da bağlantılı olma durumuna bağımlı hale getirmektedir. Akıllı telefonlar dolayımı ile ağlaşmış bireyselliklerin deneyimlenmesi, farklı kültürlerde kadın ve erkek ilişkilerini değiştirmekte, hetereoseksist cinsiyet rejiminde veyahut Konfüçyanist düşüncenin egemenliğinde kadınların ikincil konumda bulunduğu baba/patriarkın ve ebeveynlere saygının (*xiao*) temel olduğu aile yapılarında yeni toplumsal cinsiyet ilişkilerinin deneyimlenmesine vesile olabilmektedir.

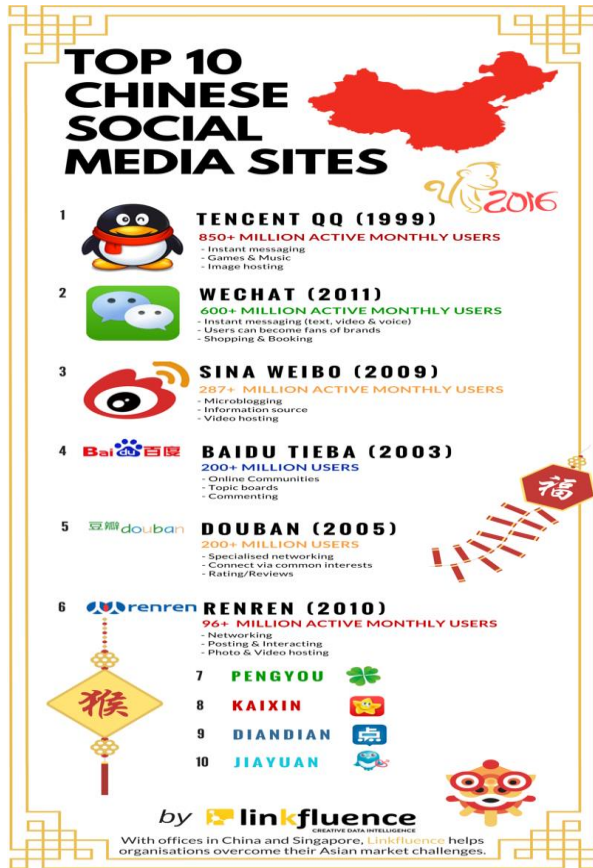
Mc Donald'ın saha çalışması Çin'in Kuzeyinde yer alan Shandong eyaletinde 31.000 kişilik bir nüfusa sahip Anshan kasabasında gerçekleşmiştir. Merkezdeki nüfus 6000 civarında olup, kasabanın temel geçim kaynağı tarımdır. Kasabanın nüfusu, ikamet kayıt sistemine (*hukou*) göre, yerel halktan oluşmakta olup, Çin'de çok yaygın olarak görülen göçmen emekgücü (*liudong renkou* ya da diğer deyişle *nongmin gong*) nüfusu çok azdır ve olanlarda gelip geçici olarak kasabada bulunmaktadır. Anshan'da nüfus planlama kırsal alan olduğu için büyük metropoliten alanlara göre daha esnektir,

evli çiftlerin ilk doğan çocukları kız ise, ikinci çocuk yapmalarına hükümet tarafından izin verilmektedir (Mc Donald, 2016, s. 17). Bu nedenle Anshan'daki çocukların kız veya erkek kardeşleri vardır. Kasabanın çevre yollar ve büyük kent merkezleri ile bağı bulunmasına rağmen, kasaba hala kırsal bir yerleşim yeri olarak kalmıştır. Kasabadaki istihdam ise çiftliklerden 20 ve 40 yaşları arasında erkek iş gücünün, fabrikalarda ise kadın işgücünün istihdam edilmesi şeklinde görülmektedir. Bunun yanı sıra kamu sektörü ve kuaför, bakkal, kırtasiye, kasap, manav, ev eşyaları, fırın, butik, eczane, mobilyacı ve alkolü içecek büfesi gibi hizmet sektörleri de kasabada mevcuttur. Küçük ticarethaneler çoğunlukla aile şirkettir. Kamu sektöründe çalışan nüfus Bai Kasabasında yaşamakta olup, her gün işe gidip gelmektedir. Anshan kasabası Konfüçyanist, Taoist ve Budist kültürel mirası ile övünmektedir (Mc Donald, 2016, s. 13-14). Kasabanın ve kasabalıların bu köklü inanç sistemleriyle olan bağı da, bu etnografik çalışmada geleneksel Çin etik değerleri ve sosyal medya platformları kullanımı arasındaki gergin ilişkiye zemin hazırlamıştır. Çalışmada ortaya çıkan bir diğer önemli gerilim hattı da “arkadaşlar” ve “yabancılar” arasındaki ilişkilerin yönetimidir. Mc Donald, Anshan'daki etnografik araştırmasında katılımlı gözlem, 108 kayıtlı derinlemesine görüşme ve sahada uyguladığı ayrıntılı üç anketin (ilkinde 111, ikincisinde 175, üçüncüsünde 312 katılımcı vardır) yanı sıra kasabanın ilkokulunda İngilizce dil öğretmenliği de yaparak, kasabalılarla gündelik hayatın içinden ilişkilmiştir.<sup>1</sup> Özellikle, yerel halkın güvenini kazanmak ve gündelik rutini deneyimlemek için saatlerce çayhanelerde, küçük alışveriş yerlerinde onlarla birlikte oturmuş, yeni iletişim teknolojileri kullanımı konusunda onların sorularını yanıtlamış, sorunlarının çözümüne yardımcı olmuştur (Mc Donald, 2016, s. 31). Kasabalılarla kurulan bu sıcak ilişki araştırmacının saha çalışmasını görece kolaylaştırmış denilebilir. Katılımcıların verdiği izinle onların sosyal medya hesapları takip edilerek, görsel paylaşımları tematik olarak çözümlenmiştir. Mc Donald çalışmasını yayınlamadan önce, katılımcıların kişilik haklarını ve özel yaşamlarının gizliliğinin korunması için isimlerini takma isimlerle değiştirmiştir. Çin'de İnternet kullanımı oldukça yaygındır. 2014 istatistiklerine göre 650 milyon Çinli İnternet kullanmaktadır. Ancak Çin'de İnternet denince akla gelen en önemli husus “Great Firewall of China”dır. Çin hükümetinin omurga üzerinde kurduğu “Great Firewall of China” (*fanguo chancheng*)

<sup>1</sup>Mc Donald'ın araştırma metodolojisini ve araştırmacı konumunu tartıştığı video için bakınız: <https://www.youtube.com/watch?v=hzdjDWrAXuM>.



(防火 长城) olarak adlandırılan DPI<sup>2</sup> İnternet bir çok web sayfasına, önemli arama motorlarına ve yaygın sosyal medya uygulamalarına erişimi engellemektedir. Hatta Çin’de VPN kullanımı da yasaktır. Bu erişim yasakları Google’ı, Facebook’u, Whatsapp’ı, Line’ı, Twitter’ı, Instagram’ı, YouTube’u da içermektedir. Bu nedenle Çin’de “yerel” sosyal medya uygulamaları kullanılmaktadır. Çin’de sosyal medya “社交媒体” (*shè jiāo méi tǐ*) olarak ifade edilir ve yaygın olarak kullanılan sosyal medya uygulamaları; QQ , WeChat (微信; *Wēixìn*), RenRen (人人), Weibo (微博), Youku Tudou (优酷土豆), DianPing (大众点评; *dà zhòng diǎn píng*), DouBan (豆瓣), Momo olarak sıralanabilir.<sup>3</sup> Çin’in büyük kentlerinde ve kırsal alanda İnternet kullanım yaygınlığı arasında bir fark olsa da, akıllı telefon sahipliği nedeniyle bu fark giderek azalmaktadır.



Özellikle göçmen emek gücü olgusu göz önüne alınrsa, aile fertleri ile bağlantıda olma gereksinimi ve emek gücünün hareketlilik hali akıllı telefonlar üzerinden temel iletişimin kurulmasına yol açmıştır (Wang, 2016). Çin’de dijital eşitsizlik en çok kadınlar ve erkekler arasında görülmektedir: erkek nüfusun %56.4’ü, kadın nüfusun %43.6’sı İnternet’i kullanmaktadır (Mc Donald, 2016, s. 6). Anshan’da 3G akıllı telefon hizmeti 2003 yılında China Unicon firması tarafından ilk olarak sunulmuş olup, kasaba kırsal Çin’e göre yeni iletişim teknolojileri kullanımda erken uygulayıcılardandır. Anshan’da düzenli ve sürekli olarak sosyal medya kullanan nüfus iş yerlerinde İnternet

<sup>2</sup> Projenin resmi adı The Golden Shield Project’ tir (*jindun gongcheng*) (金盾工程).

<sup>3</sup> Çin’deki sosyal medya platformları hakkında Mc Donald’ın ürettiği tanıtım videosu için bakınız: <https://www.youtube.com/watch?v=5qROXrmyMbQ>. Çin’de kullanılan bu sosyal medya uygulamaların ağ mimarisi Facebook, Twitter ve yahut Whatsapp’a benzemekle birlikte, bir çok farklı özellik de mevcuttur. Örneğin, WeChat’te Shake (*yaoyiyao*) özelliği, telefonu elinizde salladığınızda yakınızdaki bulunan ve o anda telefonunu sallayan bir yabancı ile tanışabilmenizi sağlamaktadır. Ayrıca bazı uygulamaların gizlilik ayarları ve arayüzün üçüncü kişilere açık olması durumu daha sıkı bir kullanım politikasına bağlıdır. Tüm bu özellikler “arkadaşlar” ve “yabancılarla” ilişki yönetiminde oldukça önem taşımaktadır.

bağlantısı olan kişilerdir. Bu kişiler sosyal medyayı da çiftliklerde veyahut fabrikalarda çalışan nüfusa göre daha fazla kullanmaktadır. Anshan'da İnternet ve sosyal medya kullanımında temel fark yaş ögesinde ortaya çıkmaktadır (Mc Donald, 2016, s. 64): Gençler daha yoğun kullanıcılar iken, nüfus yaşlandıkça platformların kullanımı ve çeşitliliği azalmaktadır.

Projedeki diğer ülke monografilerin de gösterdiği gibi, Anshanlılar farklı ölçülebilir toplumsallıklar için çoklumedya kullanımına sahiptir. İlkokuldan başlayarak arkadaş çevrelerini, evlilikle birlikte gelen aile çevrelerine ve işle birlikte edinilen sosyal çevreye doğru genişletmekte, bu farklı sosyal çevreler için farklı sosyal medya platformlarını kullanmaktadırlar. Kasabalıların birbirlerini tanıdıkları veya birbirlerine aşına oldukları göz önüne alınırsa, tek gecelik ilişkiler (*yi ye qing*) için kasabaya dışarıdan gelenlerle Momo üzerinden iletişim kurulmaktadır. Yabancılarla kurulan ilişkiler karşılıklı anonimlik üzerine temellidir ve kullanıcılar avatarlarında çoğunlukla anime karakterlerinden görselle kendilerini ifade etmektedir (Mc Donald, 2016, s. 102). Anshanlılar sosyal medya dolayısıyla yabancılarla iletişimi yeğlemektedir: bunun nedenleri sıkıntı gidermek, romantik ilişki arayışı ya da bir gecelik ilişki de olabilir. Monogamik evlilik yapısının hakim olduğu Çin toplumunda erkeklerin eşleri dışında kaçamak ilişkilerini yönetmek için QQ veya We Chat'te farklı sosyal medya hesabı açtıkları araştırmacı tarafından gözlemlenmiştir. Kadınlar da evlendiklerinde sosyal medya arayüzlerinde kalan ve onları rahatsız edecek içerikleri temizlemekte, görünmez kılmaktadırlar. Bireysel ilişkilerde, küçük grup ilişkilerinde veya kamuya açık ağlarda kasabalıların sosyal medya kullanımı oldukça stratejiktir ve Çin'de sosyal ilişkilenmeleri belirleyen "bağlantıların ağı" (*guanxi*) (关系) olgusuyla da yakından ilgilidir. Anshanlılar kimlerin önünde nasıl bir *guanxi* sergileyeceklerine dikkat etmektedir. Üstelik ağlaşmış bireysellik, kırsal Çin'de dahi insanların ne kadar bireyselleştğine ve özel yaşam alanına ne kadar önem verdiklerini göstermektedir. Bireyciliğin yalnızca, egoizm, kendini düşünme, toplumsal değer ve örüntülerle yabancılaşması bağlamında tartışılması Mc Donald'ın Anshan kasabasında "bireyselleşmenin deneyimlenmesi"ni gösterdiği örneğinde olduğu gibi yetersiz kalmaktadır.

Anshanlıların "ebeveyn ve atalara saygı" ilkesini sosyal medya hesaplarında yeniden ürettikleri de görülmektedir. Konfüçyanist öğretisi üç öge, *Xiao* (ebeveyn ve atalara saygı), *Li* (ritüeller) ve *Ren* (insanlık) üzerine kuruludur (Yolaç, 2016, s. 55; Holcombe, 2016, s. 57). *Xiao* Çin toplumunda en temel ahlaki değeri oluşturmaktadır ve



gençlerin anne ve babalarına sadakatini ve saygılarını ifade eder. *Li* ise, insan topluluklarını birbirine bağlarken, esnek kişilerarası ilişkileri tanımlar. *Li* aile içindeki ilişkilerden başlar ve sosyal çevredeki ilişkilere taşınır, günlük selamlaşmadan tutun da, evlilik ve cenaze gibi daha büyük törenlere değin uzanır. *Li*, dini törenleri, edebi-muaşeret kurallarını, toplumsal normları, yönetim kurallarını kapsayan bir yapıdır (Yolaç, 2016, s. 57). *Ren* ise, başka insanlar için kaygı duymak olarak açıklanabilir. *Ren*, bireyin, diğerleriyle empati kurabilme yetisidir (Holcombe, 2016, s. 57). Konfüçyanist öğretinin toplumdaki yeri Mao Zedung'un Kültür Devrimi (1966-1976) sürecinde köklü bir şekilde yerinden edilmiş olsa da, son on yılda Çin'de tekrar yükselişe geçmiştir. Çin hükümeti dünyanın bir çok ülkesinde Konfüçyüs Enstitülerinin kurulmasını teşvik etmekte, Konfüçyüs'un doğduğu farz edilen gün öğretmenler günü olarak kutlanmaya başlanmıştır (s. 65). Çin hükümetinin Konfüçyanist öğretinin Çin tarzı sosyalizm<sup>4</sup> ile harmanlayıp sunmasının ardında Jeffrey N.Wasserstrom'a göre iki temel neden yatmaktadır: ilki, "geçmişten günümüze ihtişamlı bir Çin" imgesi yaratılma arzusu iken, ikincisi de Konfüçyanist öğretinin vurguladığı "toplumsal uyum"un (*Hexie*) Çin hükümetinin de benimsediği temel ahlaki değer olmasıdır (2015, s. 38-39). Bu izlekte, Çin Komünist Partisi tarafından Çin halkına "uyum içinde sosyalist bir toplumun inşası ve toplumsal eşitlik ve adaletin güçlendirilmesi için", Parti'ye yardım etme çağrısında bulunulmuştur (2015, s. 39). Dolayısıyla, Mc Donald'ın saha çalışmasının bulgularında ortaya çıkan sosyal medya hesaplarında yaşlılara hitap ve saygı bu bağlamda anlam kazanmaktadır. Yaşlı nüfus Qzone gönderilerini göremeyecek olsa dahi, hatta sosyal medya ortamlarında Batı dünyasının aksine ebeveyn-çocuk etkileşimi olmasa dahi, gençler ebeveynlerine uygulama üzerinden mesaj göndermekte ve "Sevgili babam, beni sınırsız sevginle büyüttüğün bu yaşam için teşekkür ederim. Gerçekten sana çok teşekkür ederim" diyerek hitap etmektedir (Mc Donald, 2016, s. 85). Bu hitaplar aslında yine Konfüçyanist öğretinin "toplumsal uyum" ögesiyle yakından ilişkilidir ve gençler sosyal medya arayüzeyi üzerinden ebeveyn-çocuk ilişkisindeki uyumu, sosyal çevrelerine göstermekte/görünür kılmaktadırlar.

Çalışmanın bulguları, yukarıda açıklanan projenin ana temaları çerçevesinde ele alınmıştır. Ancak, projenin temalarından farklı olarak, bu sahada ortaya çıkan bazı yeni olgular söz konusudur. Bu hususlardan biri de İnternet kafe kullanım pratikleridir.

---

<sup>4</sup>Başkan Mao'nun ölümünden sonra Deng Xiaoping, "Çin tarzı sosyalizm" (zhongguo tese shehui zhuyi) politikası yürürlüğe koymuştur. Bu politika sosyalist ilkelerden taviz vermeden ekonomik ve toplumsal reformlarla kalkınma hamlesi yapılmasını amaçlamıştır. Bu konuda bakınız: Guoliang, P. (2015). *Çağdaş Çin'in Mimarı: Deng Xiaoping*. (D. Kızılcıç, Çev.). İstanbul: Camut.

Anshan saati, 16-48 cent arasında (1-3 yuan) hizmet veren tek bir İnternet kafeye sahiptir (Mc Donald, 2016, s. 60). Akıllı telefon sahipliğinin ve Wi-Fi hizmetlerinin yaygınlaşması ile kafenin işleri görece azalmıştır. Ancak, kasabada hala evlerinde erişim olmayan gençler ve enformasyon yoksunu nüfus için enformasyona ve sosyal medyaya erişim kaynağı bu kafedir. Kafede Çin hükümetinin İnternet kafe kullanım yönetmeliğine karşı geliştirilen akıllı çözüm de ilginçtir. Çin’de İnternet kafe kullanmak için yaşının 18 yaşın üstünde olduğunu Çin vatandaşlığı nüfus kartı ile beyan etmek ve kayıtlanarak İnternet kafe kullanmak zorunludur. Ancak bu kafenin sahibi, erişkin olmayanların kafeyi kullanması için ellerinde yetişkin nüfusa ait fazla ve yedek kimlik kartları bulundurmakta ve bu kimlik kartlarını kayıtlamaktadır (Mc Donald, 2016, s. 149). Çin’de Taobao, Amazon benzeri bir çevrimiçi alışveriş sitesidir. Anshan’da Taobao’da alışveriş yapmaya destek sağlamak için bir dükkan açılmıştır (Mc Donald, 2016, s. 171). Bu da kırsal alanda çevrimiçi hizmetlerden yararlanamayanlara veya bazı nedenlerle yararlanmak konusunda kaygı duyanlara yönelik yeni bir iş alanının nasıl gerçekleştiğine iyi bir örnektir. Dükkan sahibi, kişinin istediği ürünü, parasını alarak sipariş vermekte, ürün dükkana gelmekte ve oradan sahibine teslim edilmektedir. Bir diğer ilginç bulgu da okulda haftalık 45 dakikalık bilgisayar sınıfında (*weiji ke*) öğretmenin ders izlencesini takip etmenin yanı sıra, öğrencilerin derslikte QQ Messenger kullanmalarına izin vermesidir. Hatta öğretmen dersliğin bilgisayarına FPS oyunu olan Counter-Strike yüklenmesine de izin vermiştir (Mc Donald, 2016, s. 61). Bu durum formel eğitim kurumunda, ergenlerin sosyal medya kullanım ve oyun oynama pratiklerinin derse ve dersliğe nasıl entegre edileceğine ilişkin iyi bir örnek oluşturmaktadır. Çalışmanın bir diğer farklı bulgusu da, gençleri çevrimiçi ortamlarda aşkı ve sevgililiği nasıl performe ettikleri hususundadır. Geleneksel ahlaki değerlerin egemen olduğu kırsal Çin’de gençler sevgililik ilişkilerini ve romantizmi açık bir şekilde sergilememekte, çevrimiçinde anonim sevgili görselleri ve capslerle bu ilişki hali görünür kılınmaktadır (Mc Donald, 2016, s. 79). Anshan’da çok az sayıda yeni evli çift Qzone da evlilik durumunu ifşa etmiştir. Bu performanslarda da aile içi uyum özellikle vurgulanmaktadır. Mc Donald ayrıca Anshan’lıların QQFarm oyunu oynama deneyimlerini de incelemiş, ahlaki değerlerin ve toplumsal hiyerarşilerin oyunda zenginleşme arzusu ile nasıl karşı karşıya kaldığını da tartışmıştır. Anshanlılar sosyal medya uygulamalarında siyasal içerik paylaşmamakta; çünkü platformlar üzerinde uygulanan sansürün farkındadırlar. Siyaset, sosyal medya platformlarının dışında gündelik hayatın içindeki söz edimlerinde yapılmaktadır.

Araştırmacı çalışmasının bir bölümünde özellikle “uygun içerik” tartışması üzerinde Çin’de propaganda ve milliyetçiliğin yeniden üretimi üzerinde durmaktadır. Bu bölüm özellikle tüm dünya ülkelerinde artan milliyetçi eğilimleri ve popülist söylemleri anlamlandırmak için oldukça farklı bir coğrafya ve rejimden örnekler sunmaktadır. Sosyal medya platformlarında Çin hükümetini destekleyen ve iyi dilekler üreten (*zhufu*) gönderiler üretilmektedir. Anshanlılar da Çin hükümetinin propaganda makinesinin ürettiği içeriklerin yanı sıra bizi kendileri Çinli olmaktan gurur duymakta ve bu duydukları övücü arayüzlerinde paylaştıkları görsellerde ve metinlerde somutlaştırmaktadır. Bu sergileme sırasında Japon karşıtlığı kimi zaman ortaya çıkmaktadır. Araştırmacı, Anshanlıların sosyal medya kullanımı “hayali Çin”in bir parçasıdır, yorumunu yapmaktadır (Mc Donald, 2016, s. 179). Çin hükümetinin “ahlaki İnternet duvarı”, ahlaklı aile, ahlaklı yurttaşlar ve ahlaklı bireyler şeklinde bir inşayı da beraberinde getirmektedir. Sosyal medyanın geleneksel değerler ve toplumsal uyum üzerindeki ahlaki yıkıcılığı bu şekilde Çin hükümeti tarafından denetim altına alınmıştır. Anshan’da neredeyse hiç kimse Batılı ve yahut yabancı sosyal medya uygulamaları kullanmamaktadır. Kasabalılardan biri araştırmacı ile sohbetleri sonucu meraktan VPN kurarak, Facebook’a erişmiş ve hesap açtığına, şu yorumu yapmıştır: “Facebook, QQ ve WeChat gibi iyi değil, yapacak hiçbir şey yoktu” (Mc Donald, 2016, s. 146). Bu yanıt, bize tekrar çevrimiçinin çevrimdışı ile ne kadar da ilişkili olduğunu göstermektedir.

Mc Donald’ın Anshan kasabası örneğinde sosyal medya kullanımlarının gelenek ve değerlerle yarattığı gerilimleri ve bu gerilimlerle başa çıkma yollarını serimlediği çalışmasının okunmasını, Türkiye’de benzeri saha çalışmaları için esin kaynağı olması açısından önermekteyim. Okurlara bir diğer önerim de, Mc Donald’ın araştırmasından sonra Wang’ın endüstriyel Çin çalışmasının okunması ve aynı ülke içinde iki farklı ölçekte sosyal medyanın gündelik yaşamın içine nasıl gömülü olduğunun karşılaştırılmasının yapılmasıdır. Her iki çalışma birlikte okunduğunda üstelik değişen dönülen Çinlilik ve Çin toplumu daha yakından kavranabilecektir. Araştırmanın en önemli sonucu, ağ toplumunda ağlaşmış bireysellik deneyimini, ölçülebilir toplumsal ilişkileri ve çoklumedya kullanımındaki stratejileri somutlaştırmasıdır. Sosyal medya platformları Anshanlıların bir yandan idealleştirilmiş toplumsal uyumu sergilemeleri için zemin sağlarken bir yandan da farklı ve yeni bireysel ilişkilenmeleri de tecrübe etmeleri için fırsatlar yaratmaktadır. Bu iki ilişki gergin bir hat üzerinde yürümektedir.

## Kaynakça

- Boyd, D. (2014). *Its Complicated: The social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press.
- Castells, M. (2013). *Umut ve İsyan Ağları: İnternet çağında toplumsal hareketler* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Dillon, M. (2016). *Modernleşen Çin'in Tarihi*. (E. Ü. Atılğan ve A. Atılğan, Çev.). İstanbul: İletişim.
- Halcombe, C. (2016). *Doğu Asya Tarihi: Çin Japonya Kore*. (M.M. Özeren, Çev.). İstanbul: Dergah.
- Miller, Daniel vd. (2016). *How the World Changed Social Media?* Londra: UCL Press. [www.ucl.ac.uk/ucl-press](http://www.ucl.ac.uk/ucl-press).
- Özensel, E. (2017). Taşranın Yetim Çocuğu: Kır. *Taşra Halleri Köksal Alver (Der.)*, içinde. (s. 81-102). Konya: Çizgi.
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Kafka.
- Wang, X. (2016). *Social Media in Industrial China*. Londra: UCL Press. [www.ucl.ac.uk/ucl-press](http://www.ucl.ac.uk/ucl-press).
- Wasserstrom, J. N. (2015). *21. Yüzyılda Çin*. (H. Gülgü, Çev.). İstanbul: İletişim.
- Yolaç, S.C. (2016). *Herkes için Çin Tarihi*. İstanbul: Olasılık.
- Projenin web sitesi: <http://www.ucl.ac.uk/why-we-post>
- Projenin YouTube kanalı: <http://www.youtube.com/whywepost>