

Merve Işıl KAYA
TOBB ETÜ
Bilgisayar Mühendisliği Bölümü
4. sınıf öğrencisi





Siber dünyada **olsan olmuyor,** olmasan olmaz...

İnternet çağına girmemizle birlikte bireyler, kurumlar, markalar, toplumlar, ekonomiler, meslekler gibi dünya düzeni içinde benzeri birçok yapıda büyük bir dönüşüm yaşanıyor. Eskiden sadece gazetecilik mesleğini icra edenler haber üretirdi, günümüzde ise akıllı telefonlarımız sayesinde tabiri caizse hepimiz gazeteci, fotoğraf paylaşım sitesi Instagram sayesinde hepimizi usta birer fotoğrafçıyız.

Günümüzde Web 2.0 teknolojisi, haber değeri taşıyan verileri toplayıp biraz yorum ve grafikle destekleyip milyonlara servis etmemize olanak sağlıyor. Düşüncelerimizi kitlelerle paylaşmak için kanaat önderi ya da köşe yazarı olmamız gerekmiyor, uzun süredir bloglarımız, mikro bloglarımız (twitter, facebook, tumbrl vb.) ve video paylaşım sitelerimiz var. Video paylaşımı ve kişisel radyo kanalı imkânı sunulan alanlarda kendi kanalımıza sahip olabiliyor, istersek canlı yayın yapabiliyoruz.

2013 sonu itibarıyla akıllı telefon kullanıcılarının sayısının 18 milyona ulaşacağı öngörülürken, paylaşım ve içerik üretme çılgınlığının zamandan ve mekândan bağımsız bir hâl alacağını dile getirmek yanlış olmasa gerek. İçerik üretiminin her birey için bu kadar basit olması bilgiye ulaşmamızı çok kolay hale getirirken, doğru bilgiye ulaşmamızı zorlaştırıyor. Doğru bilgiye sahip olmamız da bizi farklı kılmıyor maalesef. Asıl kıymetli olanın her an istediğimiz veriye ulaşabilirken ham veriyi sunmak değil, veriyi akıl süzgecinden geçirerek yorumlayıp sağlıklı bilgi haline dönüştürmek olduğu görülüyor.

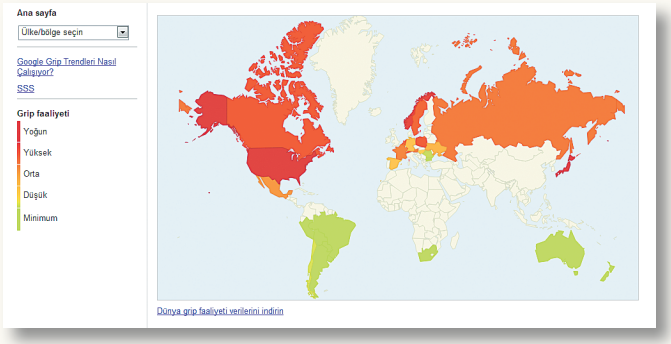
SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİ İHTİYAÇ HALİNE NASIL GELDİ?

Siber dünyanın bir parçası haline gelen sosyal ağlardan yalnızca bir tanesi, dünya çapında kullanıcı sayısı 1 milyara ulaşan ve en hızlı büyüyen internet girişimi olan Facebook, bizi gruplar oluşturmaya ve paylaşım içerisinde bulunmaya sevk ediyor. Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg bu tabloyla, insanların doğal bir iç güdüyle yapmak istediği ama yapamadığı şeyleri yapmalarına yardımcı olan araçlar yarattığını iddia ediyor.* Peki, bizi "Ceviz Altında Çay İçip, Sohbet Etmeyi Sevenler" topluluğunun üyesi olmaya sevk eden dürtü ne olabilir sizce? Biraz düşündüğümde, ABD'li psikolog Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi aklıma geldi. Maslow ihtiyaçlarımızı şu şekilde önceliklendiriyor:

- Fizyolojik gereksinimler (nefes, besin, su, cinsellik, uyku, denge, boşaltım).
- Güvenlik gereksinimi (vücut, iş, kaynak, etik, aile, sağlık, mülkiyet güvenliği).







◆ Ait olma, sevgi, sevecenlik gereksinimi (arkadaşlık, aile, cinsel yakınlık).

◆ Saygınlık gereksinimi (kendine saygı, güven, başarı, diğerlerinin saygısı, başkalarına saygı).

◆ Kendini gerçekleştirme gereksinimi (erdem, yaratıcılık, doğallık, problem çözme, önyargısız olma, gerçeklerin kabulü).

İnsanlık tarih boyunca yukarıdaki gereksinimlere göre tavır alıp eyleme geçtiğine göre, şu an içerisinde bulunduğumuz yeni e-yaşam alanımız olan siber dünyaya da bunu entegre edebiliriz diye düşünüyorum. Teoriyi bu açıdan incelediğimizde bizi "Ceviz Altında Çay İçip, Sohbet Etmeyi Sevenler" topluluğuna dâhil eden gereksinimlerimizin güvenlik, ait olma ve saygınlık olduğu sonucuna varabilmemiz mümkün.

O ya da bu sebeple her gün sosyal paylaşım sitelerine binlerce kişi kişisel bilgilerini paylaşarak üye oluyor, milyonlarca insan etkileşim içerisinde bulunuyor ve arama motorlarını kullanıyor. Arama motorları aracılığıyla yaptığımız aramalar ve lokasyon bilgilerimiz kayıt altına alınıyor. Daha sonra bu bilgiler sentezlenip çeşitli platformlarda kullanılıyor. Twitter'da paylaştığımız iletiler şehirlerin ve ülkelerin ruh hali hakkında bize çok önemli ipuçları verirken Google mühendisleri "grip" kelimesinin sorgularını takip ederek ABD Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi'nden önce hastalığın tüm dünyaya yayılma haritasını çıkartabiliyor, mevsimlere göre yükselen hastalıkları tespit edebiliyorlar. (Ayrıntılı bilgiye, haritaya http://www.google.org/flutrends/ adresinden ulaşabilirsiniz.)

SİBER DÜNYAYA AYAK UYDURMALIYIZ

Bu kadar çok kişisel verinin üçüncü şahısların elinde olması birçoğumuzu rahatsız ediyor aslında. Örneğin Google, Google Map aracılığıyla sokak görüntülerini kamuya açık bir şekilde sergilerken, özel hayata müdahale ettiği için tarafına açılmış birçok davayla karşı karşıya kalıyor. Google İngiltere'den Anthony House, Google'ın sizin izniniz olmadan kişisel bilgileri dışarıya vermediğini, hakkınızda veri toplarken amacının sadece daha iyi hizmet vermek olduğunu belirtiyor. Şahsi fikrimi sorarsanız geçmişte de bilgilerimizin yüzde yüz güvenlik altında olduğunu düşünmüyorum. Sadece artık kendimize ait olan bilgileri özgür irademizle halka açık bir şekilde paylaşır duruma geldik. Diğer insanların bizim hakkımızda bilmesini istediğimiz kişisel bilgileri sunuyor ve bilmelerini istediğimiz düşüncelerimizi paylaşıyoruz. Bir nevi dijital ayak izlerimizi bırakıyoruz.

İnsan kaynakları profesyonelleri ve piyasaya ürün sunan şirketler için oldukça avantajlı bir (hangi açıdan baktığımıza bağlı olarak değişen) dönemdeyiz. İnsan kaynakları uzmanları aradığı nitelikteki elemanları, profesyonel iş ağı olan LinkedIn üzerinden bulabilirken, adaylar hakkında birçok bilgiye sosyal ağlar aracılığıyla ulaşabiliyor. Markalar ise piyasaya ürün çıkartmadan önce, sosyal ağlarda müşterileriyle bağ kurup görüşlerini alabiliyor ya da piyasadaki ürünleri hakkında kullanıcı deneyimi bildirimlerine göre ürün geliştirmesi yapabiliyor. Bunlar da ürünün başarısını, şirketin kârlılığını olumlu etkilerken şirketin müşterileri ve paydaşları nezdindeki itibarını da artırıyor.

İnternet çağının sadece bireyleri, kurumları etkilemediğini siyaset, ekonomi, iş modelleri ve toplumların kültür yapıları başta olmak üzere bütün taşları yerinden oynattığına tanık oluyoruz. Artık şeffaflık ön planda. Eskiden pasif olan kendine verilenle yetinen bireyler daha fazlasını istemeye, etkin ve belirleyen konuma gelmeye başladı. Gizlilik kelimesi sözlüğümüzden çıkmak üzere, gerçekler bir tıklama kadar yakın bizlere. Böyle büyük bir dönüşüm içerisindeyken olanları dışarıdan izlemek yerine belirli bir strateji dâhilinde siber dünyaya ayak uydurmanın, içinde bulunacağımız en iyi konumlandırmalardan biri olduğunu düşünüyorum.

İnternet çağının sadece bireyleri, kurumları etkilemediğini siyaset, ekonomi, iş modelleri ve toplumların kültür yapıları başta olmak üzere bütün taşları yerinden oynattığına tanık oluyoruz. Eskiden pasif olan kendine verilenle yetinen bireyler daha fazlasını istemeye, etkin ve belirleyen konuma gelmeye başladı.