

gazetesine girerdim, iş ilanlarına bakardım. Onun iş ilanları daha çok ya, ondan dolayı oraya bakardım. Diğer zamanlarda da ben baya bi boşta kaldım, ondan dolayı. Yaklaşık bir buçuk iki seneye yakın iş aradım". (Fuat, 24)

Kent yoksulu gençlerin sosyal paylaşım siteleri haricinde interneti kullanım amaçlarından bir diğeri, sürdürmekte oldukları eğitim faaliyetleri kapsamındaki ödev ve araştırmalar, bunun yanı sıra eğitimleri dışındaki diğer bilgi ve haber kaynaklarına ulaşmak olarak değerlendirilebilir. Gençler kendilerine verilen ödev ve araştırma sorumlulukları internet yoluyla kısa sürede ve kaynağa kolayca ulaşarak tamamlayabilmekte, sorularını hızlı bir biçimde bu kaynak yoluyla yanıtlayabilmektedir. Ayrıca lise veya üniversite sınavlarına hazırlanan gençler için hazırlanan ders anlatımı ve soru çözmeye yönelik video ve kaynak arşivlerini barındıran siteler, dershaneye gidemeyen veya bu kaynakların tamamını satın alamayacak olan gençler için önemli bir avantaj haline dönüşmektedir.

Bilgisayar ve internet tüketimi kapsamında yer alan önemli bir başlık da kuşkusuz oyunlar üzerinedir. Görüşme yapılan gençlerin tamamına yakını sosyal paylaşım sitelerindeki oyunlar, diğer online internet oyunları, veya çevrimdışı oyunlardan en az bir tanesini oynamıştır/oynamaktadır. Erkek görüşmecilerin genellikle savaş veya strateji oyunlarını tercih ettikleri, kadın görüşmecilerin ise moda, açlık, benzer nesnelere eşleştirme, ürün yetiştirme gibi oyunları daha yoğun olarak oynadıkları görülmektedir. Özellikle erkek görüşmecilerin oyunlar konusundaki teknik bilgilerinin daha kapsamlı olduğu gözlemlenmiştir. Gençler oyun oynarken "kafalarının dağıldığını", "rahatladıklarını", "heyecanlandıklarını" ve "hiçbir şey düşünmediklerini" ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra, kent yoksulu gençlerin genel itibarıyla, oyun sektörünün "pahalı" alanından ziyade, bu oyunlar hakkında bilgi edinebildikleri veya oynayabildikleri enformel patikaları keşfettiğini söylemek mümkündür. İnternet üzerinden belirli taktiklerle indirilen, CD'ler vasıtasıyla arkadaşlar arasında dönüşümlü olarak kullanılan oyunlar buna örnektir. Bunun haricinde gençler yakın dönemden itibaren cep telefonlarına da söz konusu oyunları indirebildiklerini dolayısıyla cep telefonları yanlarında bulunduğu sürece kesintisiz oyun oynama "fırsat"larını vurgulamışlardır. Ayrıca yapılan görüşmeler sırasında bazı görüşmeciler tanıdık internet cafeler aracılığıyla "üzerinde anlaştıkları" uygun bir fiyat üzerinden bilgisayar veya tabletlerine yüklenen oyunları oynadıklarını belirtmişlerdir.

İnternet ve yeni medyanın kullanım amaçları arasında popülerliğini gittikçe artıran bir başlık da online alışveriş pratiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat görüşmecilerden hiçbiri daha önce herhangi bir internet sitesi üzerinden çevrimiçi alışveriş yapmamıştır. Bunun nedeni, kent yoksulu gençlerin öncelikle kendilerine ait bir kredi kartı veya banka hesabının bulunmamasıdır. Ayrıca gençler, söz konusu sitelerin güvenilirliğine ilişkin endişe duymakta, internet üzerinden karşılaşacakları bir hırsızlık veya ürün problemi konusunda ne yapmaları gerektiğini bilemeyeceklerini belirtmişlerdir. Bununla birlikte online alışverişin nasıl yapıldığı gençlerden bazıları tarafından merak edilmekle birlikte, klasik anlamda tanımlanmış, yani görülerek ve denenerek yapılan bir alışverişin kent yoksulu gençler arasında nihai olarak daha anlamlı bulunduğu söylenebilir. "Yok. Ne gerek var ki gidip kendin görüp almak varken... Yani dokunmadığım görmediğim şeyi niye alayım? Çok cazip gibi gösteriyorlar ama değil". (Serap, 24) "Güvenemiyorum pek fazla. Çok istedim aslında bi deneyim diye, ama güvenemiyorum". (Rabia, 19)

Son olarak, kent yoksulu gençlerin internette zaman geçirme pratiğini önemli bulduğu; fakat evde bilgisayar ve internet bağlantısı olanaklarının bulunmaması veya yetersizliğinden, ayrıca ailelerinin denetimci uygulamalarından ve kendi arkadaş ortamında daha "rahat" hareket edebilmek amacıyla internet cafelere gittikleri ifade edilmiştir. Buna ek olarak, özellikle cep telefonlarına internet erişimi gerçekleştirdikten sonra, gençlerin önemli bir bölümünün internet cafeye düzenli olarak gitmeyi sonlandırdıklarını; çünkü internet cafe ortamında tartışmalar, madde satışı gibi suç teşkil eden belli oluşumların meydana geldiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla kent yoksulu gençlerin yeni medya tüketim pratiklerinde, "sosyal medya etkileşimlerini" ve "eğitimlerine ilişkin çalışmalarını" sürdürmek gibi iki temel amacın ön plana çıktığı görülmektedir. Oyunlar gençler tarafından ilgi görmekte, yeni medyanın bireysel kullanım alanlarının yaygınlaşması oranında internet kafe pratiği etkinliğini yitirmektedir. İnternet üzerinden iş arama pratiğinin kent yoksulu gençler arasında henüz yeteri kadar kullanım alanı bulamadığı görülmektedir. Online alışveriş pratiğinin ise henüz kent yoksulu gençler tarafından deneyimlenmemiş bir alan olduğu söylenebilir.

4. GENÇ YOKSULLARIN YENİ MEDYAYA YÖNELİK BEĞENİ VE ELEŞTİRİLERİ

Medya tüketim sürecinin bir diğer önemli boyutu, iletişim araçları ve bu iletişim araçları vasıtasıyla üretilen medya içeriklerine yönelik beğeni ve eleştirilerden meydana gelmektedir. Kent yoksulu gençlerin söz konusu beğeni ve eleştirilerin ne tür noktalara odaklandığı ve gündelik yaşamlarında ne şekilde yer bulduğu soruları da bu noktada anlam kazanmaktadır. Yapılan görüşmelerde gençlerin beğeni ve eleştirilerini ağırlıklı olarak, iletişim araçlarına (cep telefonu, bilgisayar) bu araçlar yoluyla üretilen medya ürünlerine (diziler vb) ve burada öne çıkan bir takım karakterlere veya fenomenlere yönelik olarak yaptıkları gözlemlenmiştir. Öncelikli olarak, gençlerin cep telefonları, bilgisayarları ve internet erişimine yönelik temel beğenileri, tek bir iletişim aracı üzerinden birçok işlemi kolaylıkla ve hızlı biçimde yerine getirebilmeleri (bilgi edinme, müzik dinleme, film izleme, oyun oynama, arkadaşlarının etkinliklerini takip etme vb.) noktasına odaklanmaktadır. Gençler, içinde buldukları ekonomik yetersizlikler ve sosyo-kültürel sermayelerine yönelik olarak hissettikleri “eksiklikler” nedeniyle, yeni olanı takip etmenin ve hem kendi çevrelerinde hem de diğer ülkelerde neler olup bittiğini öğrenmenin tek yolu olarak bu iletişim araçlarını ve burada yer alan içeriklerini görmektedirler. Görüşme yapılan gençlerin özellikle televizyon programları ve internet siteleri, diğer sosyal paylaşım ağları gibi farklı “medya metinlerinde nasıl bir dünya anlatıldığı”na yönelik görüşleri, onların medya araçları ve metinlerine yönelik beğeni ve eleştirilerinin anlamlandırılması noktasında oldukça fikir vericidir. Tüm iletişim araçları ve bu araçlar yoluyla üretilen içeriklere yönelik merkezi bir nokta, kent yoksulu gençlerin tamamının bir bütün olarak medya tüketimine ilişkin beğeni ve eleştirilerini ifade ederken, sürekli gündelik yaşamlarıyla bağlantı kurdukları, bu alanda kabul edebilecekleri veya reddettikleri kurallar çerçevesine uyumlu bir şekilde davranmalarıdır. Kendi karakteristik özelliklerinden, tecrübelerinden veya sosyo-kültürel çevrelerinden örnekler vererek beğeni ve eleştirilerini haklı gerekçelere dayandırmayı önemli buldukları da görülmektedir. Gençler bu tür metinlerde “kendilerini aramakta”dır. Dolayısıyla kendi dünyalarına uygun bir medya tüketim sürecini anlamlandırmaları bu ideale uygun bir biçimde işlerlik kazanmaktadır.

Yeni medya kapsamında da gençlerin beğeni ve eleştirilerine yönelik değerlendirmelere odaklanıldığında ise *Instagram*, *Twitter*, *Pinterest* gibi birçok sosyal medya hesabı arasında gençlerin birçoğunun özellikle Facebook ağına katıldıkları gözlemlenmiştir. Bu durumun nedenine bakıldığında Facebook kullanımının arkadaş grupları arasında daha yaygın olması görülmektedir. Sosyal medyada var olmak ise, yine özellikle daha alt yaş gruplarında veya tüm gençlerin ilk tecrübeleri sırasında, oldukça değer yükledikleri ve çok önemli buldukları bir durum haline gelmektedir. Sosyal medya kullanımı gençlerin fiziksel ve sosyo-kültürel koşulları nedeniyle belli aralıklarla seyrekleşmekte; fakat genellikle sosyal etkileşimi sona erdireceği ve bireyin hali hazırdaki sınırlı özgürlük alanını daha çok sınırlandırabileceği gerekçesiyle tamamen sona erdirilmemektedir. Görüşmeler sırasında Facebook hesabını yeni kullanmaya başladığı dönemden bahseden Nuray (16) ve Facebook sosyalliğini asosyallik olarak eleştirmesine karşın bundan vazgeçemediğini ifade eden Merve'nin (18) değerlendirmeleri şöyledir: “Şey, böyle nasıl desem, ilk Facebook'u aldığım, rüyamda mesaj geldi imleci var ya, onu görüyodum. Yani gerçekten rüyamda, gözümü kapadığımda onu görüyodum. Sürekli acaba mesaj geldi mi haber geldi mi giriyodum. Ama şimdi pek de sıkıntı olmaz. Bazen dondurmaya da düşünüyorum ama hani belki de bi mesaj atan olur, belki benle ilgili bişey olur, o yüzden dondurmuyorum”. (Nuray, 16) “Gündelik yaşamlarını kısıtlıyor yani ben kesinlikle bu şekilde yorumluyorum. Bi kere sosyal ağ siteleri diyo ama insanları daha çok asosyalleştiriyor. Çünkü sosyal ağlar insanlar tarafından doğru bir şekilde kullanılmıyor. Ben atıyorum bu telefonu alıp, hangi ülke nerde? Bu tip araştırmalar yapabilirim ya da kitap okuyabilirim. Ama ben napıyorum? WhatsApp'a giriyorum Facebook'a giriyorum arkadaşlarımla sohbet ediyorum. Bundan dolayı bu beni gerileştiriyor. Ben de çok alıştım... Ben de eskiden insanlarla yüz yüze daha iyi konuşur, iletişim kurardım. Ama telefon elime geçtiğinden beri artık her şeyimi böyle sanal alemde yapmaya başladım...” (Merve, 18)

Facebook kullanım pratikleri ile kent yoksulu gençlerin gündelik yaşamları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sosyal medya ağlarının durum paylaşma ve sohbet fonksiyonlarının devreye girdiği görülmektedir. Gençler gündelik yaşamlarında deneyimledikleri çeşitli olayları sosyal paylaşım ağlarına yansıtma konusunda birbirlerinden farklılaşan görüşlere sahip bulunmaktadır. Gençlerden bir bölümü sosyal paylaşım ağlarında sözlü veya görsel olarak kendi duygu durumlarını, yaşadıkları olayları veya gündelik aktivitelerini paylaşmakta olduğunu belirtmektedir. Ayrıca Facebook'un duygu durumlarını gösteren uygulamasını da zaman zaman kullandıklarını söylemişlerdir. Bunu yapma gerekçelerini ise bu hesaplarda