

# Küreselleşmenin İzini Foursquare’de Sürmek

Ar. Gör. Emre CANPOLAT

hacettepe üniversitesi, iletişim fakültesi  
canemrepolat@gmail.com

## Abstract

### Tracing Globalization On Foursquare

*As a result of technological convergence, Foursquare is a new convenient course in terms of globalization arguments. Technically, its working condition depends on “smart phones” and other mobile devices which have access of Internet and GPS services and Foursquare assures for its users both local and global activity. In this study, the relation between Foursquare and globalization is considered taking into accounts of main topics including increasing global interconnectedness, transformation of places, non-places and deterritorialization, depending the diversities of the globalization literature. Foursquare, as a new smart phone application, provides developments on discussions around global interconnectedness, transformation of places, non-places and deterritorialization.*

**keywords:** foursquare, globalization, Internet, place, non-places, deterritorialization

## Résumé

### Suivre la mondialisation sur Foursquare

*Foursquare qui a émergé en conséquence de la convergence technologique, est le nouveau moyen pratique pour les débats sur la mondialisation. Techniquement, le fonctionnement de Foursquare dépend des "téléphones intelligents" et d'autres appareils mobiles qui ont access à Internet et à un système GPS et il assure une activité locale et globale à ses utilisateurs. Cette étude examine la relation entre Foursquare et la mondialisation en tenant compte des sujets principaux comme l'interconnectivité mondiale en croissance, la transformation des lieux, les "non-lieux" et déterritorialisation, en prenant en considération les différentes literatures globale sur la mondialisation. Foursquare comme une nouvelle application, fournit l'évolution de discussion sur l'interconnexion mondiale, la transformation des lieux, les "non-lieux" et finalement sur la déterritorialisation.*

**mots-clés :** foursquare, mondialisation, l'internet, lieux, les "non-lieux", déterritorialisation

## Özet

*Teknolojik yakınsamanın sonucu olarak ortaya çıkmış Foursquare, küreselleşme tartışmaları açısından oldukça elverişli bir mecradır. Teknik olarak çalışma koşulu, akıllı telefonlar olarak da tanımlanan cep telefonları ve diğer mobil cihazların İnternet ve GPS hizmetlerine erişimine bağlıdır ve kullanıcılarına hem yerel hem de küresel bir etkinlik olanağı sağlar. Bu çalışmada, Foursquare ve küreselleşme tartışmaları arasındaki ilişki, küreselleşme yazınının değindiği konularının zenginliğine koşut olarak, küresel düzeyde artan bağlantılılıklar, mekânın dönüşümü, yer-olmayanlar ve yersiz-yurtsuzlaşma gibi temel tartışma başlıkları göz önünde bulundurularak sürdürülmüştür. Foursquare, yeni bir mobil uygulama olarak, artan küresel bağlantılılıkları yansıtır, mekânın dönüşümüne, yer-olmayanlar ve yersiz-yurtsuzlaşma tartışmalarına yeni açılımlar sağlar.*

**anahtar kelimeler:** foursquare, küreselleşme, İnternet, mekân, yer-olmayanlar, yersiz-yurtsuzlaşma

## Giriş

*Foursquare*, insanların buldukları mekânları konum paylaşım servisleri<sup>1</sup> aracılığıyla arkadaşlarına bildirme<sup>2</sup> olanağı sağlayan bir sosyal ağ uygulaması olarak tanımlanabilir (Synder, 2011: 4). Teknik olarak çalışma koşulu, cep telefonları ve diğer mobil cihazların İnternet ve GPS<sup>3</sup> hizmetlerine erişimine bağlıdır. Kullanıcılar, İnternet erişimi sayesinde çevrimiçi olup, GPS aracılığıyla konumlarını belirledikleri yerleri paylaşabilirler, yorum yazabilirler ya da bu konumların çevrimiçi haritalardaki karşılığına görsel ekleyebilirler. *Foursquare*, kullanıcıların isteğine bağlı olarak *Facebook* ya da *Twitter* gibi daha popüler sosyal paylaşım ağlarıyla uyumlu olarak da çalışır. Bu yönüyle *Foursquare*, İnternet ve kablosuz telekomünikasyon arasında gerçekleşen yakınsamanın bir ürünüdür (Barnes, 2003).

*Foursquare*, ticari kullanımlara son derece uygun bir sosyal medya platformu olarak da öne çıkar. Dünya çapında 30 milyondan fazla kullanıcının günde üç milyardan fazla *check in* yaptığı bu sosyal medya eklentisini bir milyondan fazla kişi "satıcı platformu" (kafe, restoran ya da diğer ticari merkezlerin kendi kuruluşlarını *Foursquare*'e bildirmeleriyle elde edilir) olarak kullanmaktadır. *Foursquare*'in ticari kuruluşlara yarattığı "bedava reklam" olanağının yanında Silikon Vadisi'nin en hızlı büyüyen şirketleri arasında yer aldığı da önemle vurgulanmalıdır.<sup>4</sup> Nitekim Barnes (2003: 59-60) henüz erken sayılabilecek bir tarihte, İnternet ve kablosuz telekomünikasyon arasında gerçekleşen yakınsamanın ticari kullanım potansiyeline dikkat çekmiştir.

*Foursquare*'in, hızla büyüyen bir paylaşım ağı olarak küreselleşme tartışmalarında ortaya atılan fikirler açısından oldukça verimli bir mecra olduğunu söyleyebiliriz. *Foursquare*, altyapı olarak sayısallaşmanın, GPS'in ve telekomünikasyon teknolojilerinin PDA<sup>5</sup> olarak anılan ve Türkçe'ye "cep bilgisayarları" olarak çevrilen cihazlarda birleşmesiyle olanaklı kılınan bir ağı ifade eder. Dolayısıyla *Foursquare*, teknolojik yakınsamanın sonucunda yenilikçi bir mecra ve başlı başına küresel bir şirket olarak (aynı zamanda yerel, küçük ticari kuruluşlarla insanları buluşturan bir ağ olması, bu açıdan yeni bir reklam ve pazarlama olanağı sunması)<sup>6</sup> ve kullanıcılarına aynı anda hem yerel hem de küresel bir etkinlik olanağı sağlaması bakımından küreselleşme tartışmalarına rahatlıkla eklenebilir.

1 Location based service.

2 Checking in.

3 Global positioning system.

4 <https://foursquare.com/about>

5 Personel digital asistant.

6 Örnek olarak, Coca Cola Avustralya'nın Foursquare üzerinden duyurduğu "Coke Machine Fairy" (<http://aboutfoursquare.com/australias-coke-machine-fairy-is-on-foursquare/>) ve Foursquare promosyonlarıyla kârını yüzde 29 arttıran Dominos Pizza İngiltere (<http://www.marketingmagazine.co.uk/news/1015431/Dominos-credits-social-media-sales-growth>) verilebilir.

Bu alışmada, *Foursquare* ve küreselleşme arasındaki ilişki, küreselleşme yazınının değindiği tartişma konularının zenginliğine koşut olarak, araştırma konusunu sınırlamanın bir yolu olarak da, küresel düzeyde artan bağlantılılıklar ve meknin dönüşümü, yer-olmayanlar ve yersiz-yurtsuzlaşma gibi temel konu başlıkları göz önünde bulundurularak sürdürülmüştür.

Çalışmanın yöntemi, birden fazla araştırma geleneğine yaslanarak, yazın taramasını ve İnternet üzerinden dolaşıma sokulan *Foursquare* uygulamasının kullanıcılara sunduğu teknik olanaklar açısından zmlenmeye tabi tutulmasını içermektedir. Çalışma, bunun yanında, kullanıcılara sunulan yerel ve küresel etkinliğin temel itkisinin ekonomik köklerini kabul ederek, *Foursquare*'i medya çalışmalarında ekonomi politik ekol içinde konumlanarak ele almaktadır. Silikon Vadisi'nin hızla büyüyen bir şirketi olarak *Foursquare*, kullanıcılara sunduğu etkinliklerin özümlenmesi yoluyla küreselleşme tartişmalarının birikimi göz önünde bulundurularak değerlendirilirken, onun ekonomi politik analizi bir başlangıç noktası olarak kabul edilmiş, esas olarak, kullanıcılara sunduğu teknik olanaklar açısından küreselleşme tartişmaları içinde zmlenmeye çalışılmıştır. Bu anlamıyla alışma, Kanadalı sosyal bilimci Harold Innis'in ortaya attığı anlamda, iletişim araçlarının, insanların toplumsal etkinliğini zaman ve mekân boyutuyla nasıl etkilediği sorusunun cevabını arayan yaklaşıma da dayanmaktadır (Innis, 2006; Jensen, 2002: 46-47, 195-198).

### **Bazı Tanımlar ve Artan Bağlantılılıklar**

Robertson (1999) küreselleşmenin 19. yüzyıldan beri sosyal bilimlerde, ayrı bir tartişma başlığı olarak nasıl kavrandığına odaklanırken, kavramın zaman içinde ne kadar farklı bağlam ve anlamlarda ele aldığını anlatır. Ona göre, kavram 1870'li yıllardan itibaren insanlığın gittikçe artan bütünleşmesine gönderme yapıyor olsa da, modernliğe (modernliğin ne zaman başladığına ilişkin tartişmalarda da farklılaşan), kendi özgün kavramsallaştırmasına göre kitabi dinlerin ortaya çıkışına, sanayi devrimine ya da 1960'lı yıllardan itibaren artan "karşılıklı bağımlılık" anlayışının gelişmesine gönderme yapacak şekilde çok farklı tarihsel gelişmeleri işaret ederek ele alınmıştır (1999: 18-36).

Robertson, kendi çabasını "kesinlikle, doğrudan küresel karmaşıklık sorununu zmek" olarak ifade ediyor (1999: 53). Dolayısıyla, hem kavramın ele alınışını hem de küreselleşme sürecinin kendisini belirgin bir karmaşıklık n kabulüyle ele alıyor. Sözü edilen karmaşıklık, tartişmanın kendisinin "küreselleşmenin bir boyutu olarak mı, ona karşı koyuş mu olarak kavranması gerektiği konusundan" insan faaliyetlerinin "tek bir mekâna küçülmesi"ne ya da etnik/kimlik hassasiyetlerinin yükselmesine yol açan gelişmeler içinde ele alınırken bir yandan da "küresel birlik/teklik" fikriyle harmanlanmış ve artık savunucusu pek kalmamış bir "küresel barış" fikrine uzanması gibi çok geniş bir sorunlar yelpazesinde kendini belli eder (1999: 18-20).

Urry de (2005: 235-236) modernite ve küreselleşme üzerine çalışan pek çok bilim insanının bu geniş ve karmaşık tartışma yelpazesi içinde konumlandığını belirtir: Örneğin Harvey (1989) iletişim ve ulaşım teknolojilerinin çok çeşitli baskıları altında mekânın zapt edilmesi ve tek biçimlilişmesi üzerinde durur. Castells de (2008) küresel ağların gittikçe artan gücünü, hiyerarşik ve bürokratik merkezi eğilimleri dışlayan özgün örgütlenme pratiklerinde arar. Ona göre, ağ toplumunun ortaya çıkışı ve yükselişi, günümüzde küreselleşme dediğimiz karmaşık gelişmelerin iç içe okunmasını gerektirir ve toplumun örgütlenme ölçekleri ciddi bir dönüşüm içine girmiştir. Sözü edilen dönüşümün sonuçları ekonomi, teknoloji, devlet, bürokrasi, kültür ve politika alanında kendini belli eder. Giddens da (2012) küreselleşmenin kaynağını doğrudan modernizmle ilişkilendirir ve modernizmin zaman ve mekân üzerindeki etkileri, insan faaliyetlerinin “yerinden çıkarılması”, küresel uzmanlık sistemlerinin yaygınlaşması sonucu ortaya çıkan bu yeni insanlık durumunu *Juggernaut* isimli tüm insanlık için risk taşıyan bir yapıya benzetme yolunu seçmiştir. Zaman ve mekândaki faaliyet açısından insan etkinliğinin yerinden çıkarılması, Giddens’da modernizmin ayırt edici ve riskli bir özelliği olarak karşımıza çıkarken, iktidarları ya da imparatorlukları zaman ve mekân boyutuyla örgütlenmeleri açısından değerlendiren Innis de, özgün bir yaklaşımla, güçlü bir imparatorluğun (iktidarın) kalıcı olabilmesinin yolunun zaman ve mekânda mümkün olan en güçlü biçimde örgütlenmesi olduğu fikrini ortaya atmıştır. Innis’e göre, çağdaş toplumlarda iletişim etkinliği açısından gidışat, iletişim araçları aracılığıyla zaman ve mekânda gittikçe artan faaliyetlerdir (2006: 172).

Modelske, küreselleşmeyi açıkça “toplumsal örgütlenme ölçeğindeki artış” a bağlar. Bu anlamda, ilk insan topluluklarından günümüze değin toplumsal örgütlenme ölçeği her zaman büyümüştür (2008: 75). Held, McGrew, Goldblatt ve Perraton ise küreselleşmeyi en basit anlamıyla “küresel karşılıklı bağlantılığın genişlemesi, derinleşmesi ve hızlanması” olarak tanımlarlar ve hem bu tanımları hem de diğer bilim insanlarının yaptığı “hızlanan karşılıklı bağlantılılık”, “mesafeli eylem” ve “zaman-mekân sıkışması” vurgularını yeterli bulmazlar (2008: 88). Belirtilen yazarlar, bu tanımla beraber artan karşılıklı bağlantılığın mekânsal özelliklerine (küresel, kıtasal ve bölgesel), hükmedici boyutuna, hızı ve miktarına ve ağ görünümünü veren örgütlenme yapısına vurgu yaparlar ve günümüzde yaşanan küreselleşme sürecini diğer tarihsel örneklerinden ayırt etmek maksadını taşırlar (2008: 89).

Böylece, söz konusu yazarlar, küreselleşme tartışmalarına tarihsel bir perspektifle yaklaşarak günümüzde deneyimlediğimiz pratiğin geçmişle bağı ve ondan ayrılan özgün karakterini, karar verici güçlerini, maddi temellerini, sınıfsal özelliklerini ve karmaşık bağlantılığını anlamak adına bir araştırma kılavuzu sunmuş olurlar.

Yine de küreselleşmenin bütünüyle kavranması için başka tartışma başlıklarına bakmak gerekmektedir. Appadurai’ye göre (1990: 295-296) artan

küresel bütünleşme açısında en önde gelen gerilim, kültürel homojenleşme ve heterojenleşme tartışmalarında ortaya çıkmıştır. Küreselleşmeyle beraber gittikçe birbirine daha çok benzer kültürel durumların yaşanıp yaşanmadığına ilişkin tartışmalar “Amerikanlaşma” teorilerinden “yerlileşme” teorilerine dek uzanmaktadır. Yine bu kültürel gerilimler, ulus devlet politikaları ve ulusal kültürün azınlıklar açısından “sarsılması” bakımından da ele alınmaktadır. Appadurai’ye göre, küreselleşme durumu o kadar karmaşık, üst üste binen ve ayrık bir düzene sahiptir ki ne merkez-çevre ne göç ne de neo-marksist üretici/tüketici teorileriyle bütün olarak anlaşılır olabilmektedir. Kendisi ise, aynı çalışmada, küreselleşmenin karmaşıklığını anlayabilmek için beş farklı inceleme başlığı önermektedir. Sözünü ettiğimiz beş inceleme başlığı, her bir ögenin karmaşık küresel akışını ve iç içe geçmiş farklı görünümünü açıklamayı amaçlayan, insan, medya, teknoloji, finans ve ideoloji düzlemlerini içerir.<sup>7</sup>

Kellner de (2002: 287) benzer bir yaklaşım geliştirerek, eleştirel sosyal teorinin küreselleşmeyi çözümüleme girişiminin temel çerçevesini şu şekilde açıklar: “Küreselleşme, hem metaların, sermayenin, teknolojinin, fikirlerin, kültür biçimlerinin ve insanların ulusal sınırları aşan küresel bir ağ toplumu aracılığıyla akışını, hem de kapitalist pazarlar ve toplumsal ilişkiler setini içerir.” Kellner’e göre küreselleşme -ki bir teknolojik ve ekonomik belirleme düşmemek adına yukarıdaki tanımda sıralanan tüm öğelerin karmaşık gelişim ve ilişki süreçlerini de göz önünde bulundurarak, sermaye faaliyetleri ve teknolojideki dönüşümlerin temel bir sonucu olarak okunur. Kısaca ifade etmek gerekirse, sayısal iletişim ağlarının (mikroçiplerin gelişimi ve internet, bilgisayarların artan işlem kapasiteleri ve sözü edilen ağ ifade etmektedir) önünü açan teknolojik devrim, dünya kapitalist sisteminin küresele yayılışının gereklerini yerine getirmiştir ve bu iki yönlü gelişme, küreselleşmenin günümüzdeki boyutunun temel omurgasını oluşturmaktadır.

Tüm bu zengin tartışmaların yanında, küresel faaliyetlerimizin durumunu toplumsal coğrafyanın dönüşümüne odaklanarak değerlendiren farklı yaklaşımlar olduğu da bilinmektedir. İnsanların, gelişen toplumsal olanaklarla, sadece zamanı ve mekânı daha kolay aşmaya başlamasıyla değil, sınırlı alan ve sınırların çeşitli ölçülerde görünmez olmasının teorileştirilmesi de küreselleşme teorilerine farklı bir açılım kazandırmıştır.

### **Alansallığın Kırılması**

Küreselleşmenin liberalleşme (daha da genel anlamda kapitalistleşme), evrenselleşme, batılılaşma ve özellikle uluslararasılaşmadan farklı bir şey olduğunda ısrar eden Scholte’ye göre (2008) alansallığın kırılması küreselleşmenin

<sup>7</sup> Bu beş düzlemin orijinal ifadesi “ethnoscapes, mediascapes, technoscapes, finanscapes, ideoscapes” şeklindedir.

başladığı tarihsel andır.<sup>8</sup> Öncelikle uluslararasılaşma coğrafik bir alan içindeki uluslar ve bunların arasındaki artan faaliyetlere vurgu yaparken, “küreselleşme toplumsal mekânın doğasında büyük bir değişime işaret ediyor, ülkeler üstü –‘dünya ötesi’ veya ‘sınır ötesi’ de diyebiliriz- bağlantıların üretkenleşmesi ve yayılması ‘alansalcılık’ diyebileceğimiz şeyi, yani toplumsal coğrafyanın tümüyle ülke sınırlarıyla kısıtlı olduğu bir durumu sona erdiriyor” (2008: 108).

Scholte, alansallık olarak nitelendirdiği yaklaşımı, haritalandırmanın tarihsel gelişimi üzerinden dikkat çekici bir şekilde özetlemiştir (2008: 109-113):

“Son zamanlara kadar, toplumsal coğrafya bütün dünyada territoryalist özellik gösteriyordu. İşin aslı, bugün bile pek çok insan coğrafya ve alan tabirlerini, sanki alansal olmayan bir mekân olamazmışçasına birbirinin yerine kullanıyorlar... Tam tersine, bin yıl önce yapılan hiçbir araştırma sınırlı alansal mekânlara gönderme yapmıyordu. Eninde sonunda, ülkeler, devletler, uluslar ve toplumlar bu erken dönemde sınırları açıkça çizilmiş alansal biçimler olarak var olmuyorlardı. Gerçekten, M.Ö. dördüncü yüzyıla dek dünya haritası küre şeklinde çizilmemişti (Dicaerchus tarafından Sicilya’da) ve koordinat sistemi M.S. ikinci yüzyılda ortaya çıktı (Zhang Heng tarafından Çin’de). Kıtaların bizim bugün tanımlayabileceğimiz şekillerde çizildiği haritalar on beşinci yüzyılda çizildiler. Sınırlı ülke birimlerinin gösterildiği haritaların çizilmesi iki yüzyıl daha aldı. Ancak on dokuzuncu yüzyıl sonları ve yirminci yüzyıl başlarında sömürgeciliğin zirvesinde alansalcı mantık dünyada insanların yaşadığı her yere yayıldı.”

Haritalandırmanın tarihsel öyküsünü bu şekilde okumanın konu açısından çok daha önemli yanları şimdilik bir yana, demek oluyor ki, küreselleşme sadece artan karşılıklı bağlantılılığın mekânsal özelliklerine (küresel, kıtasal ve bölgesel), hükmedici boyutuna, hızına, miktarına ve ağ benzeri örgütlenme yapısına ve tüm bunları olanaklı kılan yeni altyapılar ve hükmedici boyutlarından/aktörlerinden ibaret sayılmaz. Küreselleşme, insanlık tarihi boyunca kademe kademe oluşmuş fakat en büyük atılımını 19. yüzyılda sınırlı alanlar, kısıtlı mesafeler, coğrafyaya bağlı örgütlenme ölçekleri ve tahayyüllerle kendini göstermiş (Scholte’nin alansallık olarak tanımladığı) toplumsal çerçevenin etkisini yitirmesi sürecini ifade eder.

Alansallığın etkisini yitirmesi en belirgin şekilde kendini “alansal mantıktan” kopuşta gösterir:

“Örneğin telefon konuşmalarını, elektronik finansı ve stratosferdeki ozonun incelmelerini düşünün. Böyle olgular sabit bir alansal konuma yerleştirilemez. Büyük ölçüde alansal mesafeden etkilenmeden etki gösterirler. Alansal sınırları tümüyle görmezden gelirler. Böylece, teknolojik açıdan, okyanus ötesi telefon konuşması ile sokağın karşısı ile konuşmak arasında bir fark yoktur. Bugün büyük bir bankaya yatırılan para bir kasada değil ‘yersiz’ bir siber-mekânda

8 Makalenin çevirmeni “territorialization” kavramını alansallık, “deterritorialization”ı ise alansızlaşma olarak çevirmeyi tercih etmiştir. Fakat çalışmada, “territorialization”a karşılık alansallığı kullanmaya devam etmekle beraber “deterritorialization”a karşılık, Türkçe’ye daha önce girdiği biçimiyle yersiz-yurtsuzlaşmayı kullanmayı tercih ettim. Ayrıca yersiz-yurtsuzlaşmanın, kavramın İngilizce karşılığında anlatılmak isteneni Türkçe’de alansızlaşmaya nazaran daha iyi anlattığı da düşünüyorum.

saklanmaktadır...Bu küresel şartların coğrafyası yalnızca alansallığa bakılarak anlaşılabilir; aynı zamanda dünyaya tek bir yerleşim yeri, yani dünya-ötesi mekân. Bu şekilde anlaşıldığında, küresellik farklı türden bir mekân-zaman sıkışmasına –ve çağdaş tarih için epey yeni olan sıkışmaya– işaret eder (Scholte 2008: 109-110).”

Scholte'nin bahsettiği zaman ve mekândaki bu yeni tür sıkışma, insan topluluklarının ilk gelişiminden beri gözlenen fiziksel mekânı aşma kapasitesinin sürekli olarak artmasıyla doğrudan ilişkili değildir. Mekânı fiziksel olarak aşmak “alansal mesafe ve sınırlarla yakından bağlıdır” (2008: 110). Ancak Scholte aynı yerde mekânı “işlemlerle” aşmaktan bahseder:

“Küresel işlemler söz konusu olduğunda, tam tersine, ‘yer’ alansal olarak sabitlenmemiştir, alansal mesafeler anında etkin olarak kat edilir ve alansal sınırlar özel bir engel teşkil etmez. Uydu televizyonu, Amerikan doları, kadın hareketi, insan kaynaklı sera etkisi ve pek çok çağdaş durum alan-üstü niteliktedir. Alan-üstülük olarak küresellik, alansal mekânın esastan aşıldığı şartları betimler. Coca-Cola ve faks gibi olgular alansal konumlara bağlıdır, ama dünyadaki her yere aynı anda yayılabilmeleri ve her yerdeki konumları etkin şekilde anında birleştirebilmeleri anlamında küreseller. Örneğin Visa kredi kartlarının ve dünya yayıncılık hizmetlerinin alansal mesafelerle pek ilgisi yoktur ve bu sınır ötesi akışlar –yani, alansal sınırları aşan ilişkiler- devlet sınırlarındaki denetimden büyük ölçüde kaçarlar. Benzer şekilde belirli ve sabit koordinatları kullanarak, SDR’leri (Özel Çekme Hakları), Salman Rüşdi olayını, Elle dergisini, Brezilya hükümetinin borçlarını, karaokeyi, Ford otomobillerinin üretimini, Clifford Chance hukuk firmasını nereye konumlandırabiliriz?”

Tüm bunların sonucunda, Scholte'nin bıraktığı yerden sorduğu soruları devam ettirmek gerekirse, *Foursquare* alansal sabitlemenin neresinde durmaktadır ve küresel işlemler ölçeğinde düşünüldüğünde yersiz-yurtsuzlaşma bağlamında bize neler söyler? Küresel bir ağ inşa eden *Foursquare*, karşılıklı bağlantılılık ve küresel akış açısından nerede konumlandırılabilir? *Foursquare*'e işlerlik kazandıran altyapının, kurumsal ağ ve iktidar yapılarıyla olan ilişkisi nasıl okunabilir?

Bu soruları tartışmaya geçmeden önce, Rosenberg'in küreselleşme tartışmalarına ve özellikle Scholte'nin yersiz-yurtsuzlaşma bağlamında ortaya attıklarına getirdiği eleştirilere değinmek, çalışmanın seyri açısından bazı kırılma noktalarının ortadan kaldırılmasına yardımcı olabilir.

### **“Mekânın Fetişleştirilmesi”ni Düşünmek**

Rosenberg (2008: 117) küreselleşme tartışmalarında bir tersine dönüşe dikkat çeker: “Fikirlerin mantık yapısında, başlangıç olarak kendini açıklanan olarak sunan –bazı tarihsel süreçlerin sonucu olarak ortaya çıkan küreselleşme-giderek açıklamaya dönüştü; şimdi artık modern dünyanın değişen niteliğini açıklayan –ve hatta var olmadığı varsayılan geçmiş dönemler için geriye dönük icatlar üreten- küreselleşme.”



Gerçekten de, küreselleşme tartışmalarında küreselleşme söyleminin kendisini ideolojik referanslar içinde kuran böyle güçlü bir yön vardır. Özellikle 1980’li yıllardan itibaren gelişmekte olan ülkeler açısından küreselleşme süreci, yenilikçi teknolojilerle beraber bir zenginleşme ve kaçırılmaması gereken bir fırsat olarak güçlü bir ideolojik söylemin parçası haline getirilmiştir (Törenli, 2004: 93-94).

Scholte (2008: 113-114), belki de doğrudan kapitalizmin 1980’li yıllardaki yeniden örgütlenme stratejilerinin bir parçası olarak görülen bu propagandacı küreselleşme söylemi içinden konuşmuyor olabilir ancak özellikle alansallıktan kopuş teorisine verdiği özel biçim onu benzer bir yere götürüyor:

“Eğer çağdaş insani koşullar gerçekten küresel bir boyut kazandıysa, o zaman alternatif, alansalci olmayan bir toplumsal hayat haritası geliştirmeye ihtiyacımız var demektir...Coğrafyanın bu yeniden düzenlenmesinin üretim, idare, topluluk ve bilgi yapıları üzerinde önemli etkileri var. Artık alansalci bir dünyada yaşamıyoruz ve bu değişim siyaseti kurumsallaştırma ve yapma biçimlerimizde esaslı dönüşümler gerektiriyor.”

Burada karşımıza çıkan sorun, sadece “açıklama’nın ve açıklanan’ın tersine çevrilmesinin yalnızca mantığa dayanarak reddedilmesi” değildir (Rosenberg, 2008: 117): “Eninde sonunda, tikel bir tarihsel gelişmenin sonuçları gerçekten artık özgün tarihsel gelişmeden türetilmeyecek sonuçlar doğuran kendilerinde anlamlı sebepler haline gelebilirler. Bu toplumsal değişimin doğasına içkindir.”

Kısacası, Scholte’nin dem vurduğu küreseli şekillendirecek alternatif, alansalci olmayan haritalandırma ihtiyaçları ve siyaseti kurumsallaştırma ve yapma biçimlerimizde gerekli gördüğü değişim, kendisinin de açıkça belirttiği bir düzenleme ihtiyacının sonucudur. Ancak bu düzenlemenin kaynağı, başlarda maddi bir takım süreçlerden beslenmişse de, Rosenberg’in de vurguladığı gibi, yeni bir toplumsal değişim sürecinin doğasına ya da bir başka ifadeyle, politikalarına içkin hale gelmiştir. Daha farklı bir ifadeyle, Scholte için maddi dönüşümün kendisi yeterli değildir ve daha üst düzey kurucu bir irade yaratılmalıdır. Rosenberg’in Scholte için getirdiği, mekâna verdiği aşırı önemden kaynaklanan “fetişleştirme” eleştirisi, bu toplumsal gerçeklikte anlamını bulur (2008: 120). Scholte’nin vurguladığı anlamda mekân, kendi başına çağ açıcı bir dönüşümün öncüsü olamaz ve onun üzerinden ortaya atılan küreselleşme teorisi, ideolojik bir düzenleme ihtiyacına dikkat çekerken zorunlu olarak mekânı fetişleştirir.

### **Yer-olmayanlar ve Yersiz-yurtsuzlaşma**

Buraya kadar görüşlerine başvuru alan araştırmacıların anlattıklarından kesin olarak çıkarılabilecek sonuç, küreselleşme tartışmalarında mekân üzerine ortaya atılan fikirlerin, daha önce de vurguladığımız gibi, “karmaşık”, çok zengin bir dizilim gösterebildikleri ve başlı başına mekânın kendisini tartışmanın ana odağı haline

gelebildiğidir. Nitekim doğrudan *Foursquare* üzerine olmasa da, yaşadığımız çağda mekânın dönüşümüne odaklanan tartışmalar sıklıkla yapılmaktadır. Bunun yanında, mekânın dönüşümü bağlamında doğrudan *Foursquare* ve benzeri uygulamalar üzerine eğilen çok daha cılız bir yazından da bahsedilebilir.

*Küreselleşme ve Kültür* isimli çalışmasında Tomlinson (2004), yersiz-yurtsuzlaşmayı küreselleşmenin kültürel boyutlarında oldukça merkezi bir yere konumlandırır ve onun en kısa haliyle “yerlerin artık kimliklerimizin açık destekleyicisi olmadığı” şeklinde ifade edilen bu yeni durumu betimlemek için kullanıldığını ifade eder. Kavramın kullanım alanı çok geniştir, ancak Giddens’in modern toplumlar için ileri sürdüğü fikirlerle daha anlamlı bir hale gelir. Giddens’a göre modernliğin getirdiği en önemli dönüşümlerden biri “modern öncesi toplumların yerelliklerindeki yüz yüze ilişkilerin kısıtlamalarından kurtarıp, ilişkilerin zaman ve mekân boyunca esnemesini sağlamasıdır; ki bu da...küreselleşmenin çekirdeğini oluşturmaktadır” (2004: 148) ve Giddens bu süreci “yerinden çıkarma” olarak tanımlamaktadır (2012: 25).

Giddens, modern öncesi “toplumsal ilişkilerin mahallelerle iç içe geçmişliğinden ‘kaldırılması’ için iki tür düzenek olduğunu ileri sürer: ‘Sembolik işaretler’ ve ‘uzmanlık sistemleri.’” Sembolik işaretleri en iyi şekilde özetleyen örnek paradır. “Para toplumsal (ekonomik) ilişkilerin fiziksel mahallerin zaman-mekân belirleyiciliğinden ‘kaldırılmasını’ sağlayan araçtır.” Uzmanlık sistemleri de, araba sürmek gibi, zaman ve mekân kısıtlılığından azade (tüm dünyada aşağı yukarı aynı standartlarda geçerli olan) insan faaliyetlerini ifade eder (Tomlinson, 2004: 81-83; Giddens, 2012: 26-32).

Dolayısıyla modernliğin, toplumsal faaliyetlerin zaman ve mekânın kısıtlayıcı yapısından “kaldırılması” ya da “yerinden çıkarılması” olarak ifade edilen bu en genel özellikleri, küreselleşme sürecinde Scholte’nin de alansallığın ortadan kalkması olarak ifade ettiği gelişmelerle bağlantılı olarak düşünülmüştür. Bu nedenle Tomlinson, Giddens’in “mekânsal deneyimin öz dokusu, yakınlık ve uzaklığı önceki çağlarda eşi olmayan biçimlerde bir araya getirerek değiştirir” biçiminde ifade ettiği bu görüşünü, yersiz-yurtsuzlaşmayla anlaşılmaya çalışılan şeyin kendisi olarak belirler. Mekânsal deneyimin bu kadar belirleyici kabul edilmesi ise *non-places* (yer-olmayanlar) kavramının ele alınmasına neden olur ki bu da yersiz-yurtsuzlaşma ve *Foursquare* arasında kurulacak bağ için önemli olanaklar sağlar (2004: 150-151).

Marc Augé, antropolojik mekân ve onun uzamla<sup>9</sup> olan ilişkisini incelerken *süper-modernite* kavramına ulaşır. Kavram zaman, mekân ve insan egosunda/bireyde tespit edilen üç tür aşırılığa gönderme yapar: (1) Enformasyona ulaşma kapasitemizdeki artış zamandaki aşırılıkta karşılığını bulur ve her şey çabucak

9 Augé, antropolojik mekâna karşılık süper-modernitenin uzamından bahseder. Mekân, günümüzde bilinmeyen uzama dönüşmüştür.

“tarih olur”. Augé’ye göre, zamandaki aşırılık ölüm gibi peşimizdedir. Anın gerisinde kalan artık tarihin konusu olur. (2) Antropolojik mekân, insanın fiziksel (duyma ve görme) kapasitesiyle özdeşleşmiştir fakat günümüzde, zamandaki aşırılığın bir parçası olarak, ulaşım ve iletişim kapasitesinde gözlemlenen büyük artışın, oturduğumuz evlerimizde dahi dünyanın her yerinden gelen haberlere, reklamlara vb. açık olmamıza sebep olması veya mesafeleri kat etmenin hiç olmadığı kadar kolaylaşması, mekânda önemli bir değişime işaret eder. Augé’nin mekânla uzam arasında ortaya koyduğu farktan da anlaşılacağı gibi, eskiye ait yer isimleri nostaljik özellikler (“home-page” ya da “web-site” örneklerindeki gibi) hariç yok olmaya başlamıştır. Augé bu noktada ilk defa yer-olmayanlar kavramını kullanır. Mekân yok olmaz fakat artık “bilmediğimiz” bir yer halini alır. (3) Son olarak, insan egosunda/bireyde tespit edilen aşırılık, kapitalist bireyciliğin bir başka ifadesidir. En azından Batılı toplumlarda geçerli olmak üzere, birey kendini dünyanın merkezinde hisseder ve her şey onun için olsun ister (Augé, 1995: 24-41; Buchanan, 1999: 393-394; Eastwood, 2009: 1-2).

Augé’ye göre mekânların kimlikleri vardır, ilişkisel ve tarihsel olarak ayırt edilebilirler; kendi özgün kimliklerinden sıyrılmış, ilişkiselliği ve tarihselliğinden kopmuş/hiç olmamış olanlar uzamlardır ve yer-olmayan olarak nitelendirilirler. “Eğer mekân ilişkisel, tarihsel ve kimlikle ilişkili olarak tanımlanabilirse, o halde ilişkisel, tarihsel ve kimlikle ilişkili olarak tanımlanamayan uzam yer-olmayan olur” (1995: 77-78). Söz konusu “olmayan yerler”, havaalanları, hoteller, tren istasyonları gibi, özgün bir kimliği, tarihi ya da yerelle özgün bir ilişkisi bulunmayan, dünyanın hemen hemen her yerinde buldukları yerelle benzer ilişkilerde bulunan yerlerdir (Buchanan, 1999: 395).

“Yer-olmayanlar”da modernizmle hâlihazırda aşınmış olan toplumsal pratikler büyük ölçüde ortadan kalkar:

“Bu ‘yer-olmayanlar’da, ‘bol konuşma içeren’ organik etkileşimlerin yerini sessiz işaretler almıştır: Otomatik bozuk para makinelerinin üzerindeki talimatlar (‘lütfen kartınızı alınız. Beni kullandığınız için teşekkürler’) ya da otoyollardaki ışıklı tabelalarda (‘A3’te iki kilometrelik araç kuyruğu) olduğu gibi. Pazar meydanındaki cümbüşün tersine, süpermarkette alışveriş yapan bir kimse fiyat etiketleriyle, talimatlarla, tartı aletleriyle sessiz, tek taraflı bir ilişkiye girer” (Tomlinson, 2004: 152).

Kısacası, yer-olmayanlar, yerin yerelle kurduğu özgün ilişkilerin ortadan kalktığı durumları ifade ederken, modernizmle beraber ortaya çıkan ilişki türlerinin bir anlamda doruğudur. Dolayısıyla “antropolojik mekân” günümüzde yer-olmayanlarla beraber uzama dönüşmüştür. Bu uzamların yerelle bağlantısı kopmuştur, söz konusu “gerçekten ‘antropolojik mekânlar’” olsa dahi:

“Gerçekten ‘antropolojik olan yerler’ bile yaşanmış-tarihlerinin ‘metinselleşmesi’ nedeniyle dışarıdaki insanlar için ‘yer-olmayanlara’ dönüşebilir. Buna örnek olarak Augé, taşra kasabalarından geçen, fakat bu kasabalardaki tarihi yerlerin

tanıtımının işaret tabelalarında yapıldığı otomobil yollarında araba kullanma deneyimini verir: 'Güney otomobil yolunu takip eden sürücüler Vezelay'ın XIII. yüzyıldan kalma kalesini, meşhur üzüm bağını ve 'edebi tepe'sini mutlaka görsünler.' Augé'ye göre otomobil yolundaki yer-olmayanı tanımlayan öge, bu yolun, etrafından geçtiği yerleri, onları metalaştırma amacı taşıyan işaret tabelalarına sığdırmadır" (Tomlinson, 2004: 152-153).

Dolayısıyla, gerçekten "o yerin" tarihiyle özdeş gerçekten antropolojik mekânlar dahi yerelle kurduğu özgün ilişkiyi kaybetmiştir. Bu örnekte, ayrıca, yer-olmayanların ortaya çıkışında metalaştırmanın birincil önemi de ortaya çıkar. Nitekim Tomlinson (2004: 157-176), yersiz-yurtsuzlaşmayı yer-olmayanlar üzerinden tanımlarken metalaştırmaya ya da küresel sermaye faaliyetlerinin yersiz-yurtsuzlaşma üzerindeki belirgin etkisine yersiz-yurtsuzlaşmanın günlük deneyimi bağlamında değinir: Kozmopolitan burjuva yaşantısından, ulusal kimliğin ulusallığından çok şey kaybetmesine; insanların gündelik yaşamında küresel kriz ve olayların büyüyen etkisinden, uluslararası ya da bölgesel kalkınma örgütlerinin artan güçlerine ya da medyanın uydu yayınları ve İnternet'le gittikçe daha küresel bir üretim/tüketim pratiği sunmasına dek, diyalogun yerini metinlere bıraktığı bir dünyada insanlar çok geniş bir etkinlik ölçeğinde yersiz-yurtsuzlaşmanın gündelik pratiğine dâhil olurlar. Gündelik bir kültürel pratik olarak yersiz-yurtsuzlaşma, örneğin sinemaların hem format hem de şehirdeki konumlanışı ve fiziki mimarisi bakımından "amerikanlaşması"nın da içerir. Daha önceden ifade edildiği gibi, mekânın yer-olmayana doğru dönüşümü bu standartlaşma ve tüketim pratiği içinde anlamını bulur.

Bu anlamda yersiz-yurtsuzlaşma, bir gündelik pratik olarak, geleneksel toplumların modernizmle beraber hâlihazırda oldukça aşınmış, yere ve sözlü diyaloga dayanan etkinliklerinin ortadan kalkmasını ifade ederken, mekânın yerelle kurduğu özgün ilişkilerinin kopması ve uzam olarak kavranması anlamına gelir. Tüm bu sürecin metalaştırma ve küresel bir standartlaşmayla el ele gelişmesi de atlanılmaması gereken önemli bir maddi çerçeve sunar. Söz gelimi, bu maddi çerçeve "endüstriyel gıda" da kendini açıkça belli eder: "Küreselleşme, görülen ilk etkilerinden beri, yiyecek kaynağı ile yerellik arasındaki yakın materyal ilişkiyi açıkça zayıflatmaktadır" (Tomlinson, 2004: 170). Bir başka ifadeyle, gıdanın endüstrileşmesi örneği, artık süpermarketlerin reyollarında ve sofralarda dünyanın her yerinden gelen yiyecek maddelerinin daha sıklıkla bulunur hale gelmesini anlatırken, gündelik pratiğin bir parçası olarak, yiyeceğe ulaşmanın coğrafi sınırlılıklarının sözü edilen anlamda ortadan kalkmasını ve yemek yemenin kendisinin de yersiz-yurtsuzlaşmayı özetleyen bir pratiğe dönüşmesini vurgular.

### ***Foursquare'de Mekân, Yersiz-yurtsuzlaşma ve Süper-modernite***

Yersiz-yurtsuzlaşmayı, bir kültürel pratik olarak, insan faaliyetlerinin ve mekânların yerle olan özgün bağının aşınması ve ortadan kalkması olarak tanımlamanın önemi, de Souza e Silva'nın (2004: 16-17) İnternet'i tanımlayan

*siberuzamla* (cyberspace = cybernetics + space) ilgili ortaya koyduklarıyla bağlantılı olarak düşünülürken gerçekte anlamını bulur. de Souza e Silva, fiziksel mekânları, sosyalleşmeyi ve iletişimi fiziksel bir potansiyel olarak mümkün kılan örneklerle ele alırken, siberuzamı, yeni tip, yer-olmayanlarla özdeşleşmiş ve fiziksel dünyanın sınırlılıklarını taşımayan ütopyik bir dijital mekân olarak tanımlandığını vurgular. Bu ütopyik yaklaşım, siberuzamlarda insanların materyal varlıklarından sıyrılması ve yolculuk etmeye devam eden “enformasyon bedenlerine” (body of information) dönüşmesini ifade eder. Nitekim 1948 yılında enformasyonu “materyal varlığın tersi” olarak tanımlayan Shannon ve Wiener’in görüşleri, ilerleyen yıllarda siberuzamın Gibson tarafından fiziksel bedenin ağırlığını taşımayan ve materyal olmayan bir veri uzamı olarak tanımlanmasının yolunu açmıştır. Fakat enformasyon materyal olmayan bir varlığı ifade etse de, siberuzam bu materyal olmayan ilişkiyi tersine çevirerek onun fiziksel dünyayla kopan bağını yeniden inşa etmiştir. Çünkü söz konusu olan durum, yeni bir uzamın ortaya çıkmasıdır.

de Souza e Silva’nın kısaca özetlenen bu görüşleri, İnternet’in fiziksel dünyanın bir antitezi olabileceği fikrinin tersini ifade eder. Enformasyon her ne kadar işlem gördüğü yer bakımından materyal dünyanın sınırlarından azade bir görünüm sergilese de, siberuzam ve daha somut karşılığı olan İnternet’le beraber, onun materyal dünyayla olan bağları yeniden inşa edilir.

Nitekim Gazzard (2011: 407-408), birbirinden farklı mekânlar arasında check-in yapılan *Foursquare* ve benzeri uygulamalar aracılığıyla, seyahatin fiziksel yolculuğunun ortadan kalktığını ve mekânlar arası anlamın koptuğunu ileri sürer. *Foursquare* kullanıcıları, şehrin farklı noktalarında konumlarını paylaşırken fiziksel bir yolculuktan çok birbirleriyle (*Foursquare*’de sıralandığı ölçüde) bağlantısı bulunmayan konumlarını sıralamış olurlar. Gazzard’a göre *Foursquare* ve benzeri uygulamalarla beraber bir yerden bir yere gitmekten çok o konumda bulunmak esas amaç haline dönüşür ve fiziksel bir yer değiştirme/seyahat pratiği geri plana itilir.

Oysa bu durum, Benjamin’in *flâneur* fikrine açıkça aykırıdır. *Flâneur* şehirde amaçsızca gezinirken fiziksel olarak bir yere varmaya çalışmaz ve onun pratiği daha çok, felsefi bir anlam içerir. Şehirlerde “amaçsızca dolaşan” *flâneur* gezinti esnasında kendisiyle baş başa kalır ve fiziksel olarak bir yerlere varmak dışında daha aşkın bir amacı vardır. *Flanuer*, kapitalist-modernist kentlerin ortaya çıktığı ve kapitalist yaşam biçiminin şehrin sakinleri arasında yaygınlaşmaya başladığı zamanların insanıdır. “Amaçsızca dolaşma” eğilimi, kentli insanın kapitalist modernleşmeye verdiği bir cevap olarak görülür.<sup>10</sup> Fakat Gazzard’a

10 Walter Benjamin, Pasajlar yapıtının, özellikle, XIX. Yüzyıl’ın Başkenti Paris ve Charles Baudelaire: Kapitalizmin Yükseliş Çağında Bir Lirik Şair bölümlerinde *flâneur*’ü 19. yüzyıldaki temel toplumsal dönüşümlerin konusu olarak ele alırken, kentlerde “amaçsızca” dolaşmasını kapitalist modernleşmenin ortaya çıkardığı yeni insan, kent ve toplum biçiminin eleştirisi üzerinden değerlendirir (2012).

göre, günümüzün *flâneur*'ü *Foursquare*'le beraber *stalker*'a dönüşmüştür. *Foursquare* kullanıcıları gezinmezler fakat *check-in* yapacak yeni mekânlar ararlar. Uygulamanın kullandığı harita yön bulmaya yardımcı olmaz ya da zum yapmaya izin vermez (gezinme/keşfetme olanağı sunması açısından oldukça sınırlıdır) ve kullanıcılar konumlarını diğer insanların daha önce *check-in* yaptığı, daha popüler konum listesinden ya da belirli bir listeden seçerek belirlerler (2011: 408).

Dahası, bu anlamıyla *Foursquare* kullanıcısı, günümüzün *flâneur*'ü olmaktan çok uzaktır ve onunla eleştirelilik açısından herhangi bir noktada buluşmaz. 19. yüzyıldaki *flâneur*'ün şehirlerdeki varlığı, Benjamin için kapitalist toplumları değerlendirmenin eleştirel bir aracı olarak görülmüşken, günümüzün *Foursquare* kullanıcısı çoğunlukla tüketime ve bir mekânda bulunmaya dönük, *stalker* düzeyinde bir şehirli pratiğidir.

Gazzard, ayrıca, *Foursquare*'in özetlenen bu özellikleri bağlamında Augé'nin yer-olmayan kavramına yeni bir yorum getirir ve de Souza e Silva'nın siberuzam ve daha somut karşılığı olan İnternet'le beraber, enformasyonun materyal dünyayla olan bağları yeniden inşa ettiği yönündeki fikrini doğrular. Ona göre, *Foursquare* kullanıcıları, Augé tarafından, özgün kimliği ve yerelle kurduğu bağ açısından ilişkiselliği kopmuş havaalanları veya tren istasyonlarında mekânın isimlerini kullanarak *check-in* yaptığında, bu yerlerin kimliklerini yeniden kazandırırılar. Kullanıcılar, dünyanın herhangi bir yerinde bulunan herhangi bir tren istasyonunda değil, o isimle ve o konumda bulunan o tren istasyonunda bulduklarını paylaşırlar. O tren istasyonu hakkında fotoğraflar paylaşır yorum yazabilirler ve belirli bir tarihsel bağı inşa ederler. Bu anlamda yer-olmayanlar yeniden yer olurlar ve bu sonuç de Souza e Silva'nın siberuzam ve İnternet'in enformasyonun materyal dünyayla olan ilişkiyi yeniden inşa ettiği yolundaki görüşünü güçlendirir.

Güney Kore'nin başkenti Seul'de kentli genç nüfusun mobil oyunlar/ uygulamalar dolayısıyla yerelle kurduğu pratikleri inceleyen Hjorth (2012: 10) da benzer bir sonuca ulaşmıştır. *Foursquare* benzeri mobil oyunlar –*Foursquare*'de yapılan *check-in*'ler ve kazanılan rozetler aynı zamanda bir oyun olarak görülebilir- şehrin kendisini bir oyun alanı haline getirir. Yerel, gerçek mekânlarda oynanan oyunlar, çevrimiçi ve çevrimdışı, sanal ve gerçek arasındaki erozyonu arttırırken, oyunların bizzat deneyimlendiği gerçek yerler düşünülduğünde mekân duygusunu erozyona uğratmaktan uzaktır, çünkü Seul sokakları bizzat özgün oyun sahası haline gelmiştir.

Nihayetinde, yersiz-yurtsuzlaşma, gündelik pratik içinde geleneksel toplumların modernizmle beraber hâlihazırda oldukça aşınmış, yere ve sözlü diyaloga dayanan etkinliklerinin ortadan kalkmasını/aşınmasını ifade ederken, mekânın yerelle kurduğu özgün ilişkilerinin kopması ve uzam olarak (özgün ilişkilerden sıyrıldığı ölçüde) kavranması anlamına gelir. *Foursquare*'in de, yenilikçi teknolojilerin bütünleşmesine dayalı bir uygulama olarak, Giddens'in (2012) bahsettiği anlamda "yerinden çıkarma"nın ayırt edici özelliklerini taşımakla

beraber, yine onun “‘yerelleşmiş olan yerin kendine has özelliklerinden’ kaynaklanmayan bir aşinalığı” taşıdığını rahatlıkla söyleyebiliriz. Bir başka ifadeyle *Foursquare*, yerin kendine has özelliklerinin aşınmasını yer-olmayan bir pratik olarak temsil ediyorken, aynı zamanda, Giddens’in dikkat çektiği biçimde onu yeniden “yere yerleştirir”. *Foursquare*’le beraber karşımıza çıkan yerler, o yerler belirli bir standartlaşmanın parçası olsun ya da olmasınlar, haritadaki konumlarına bir biçimde sabitlenirler. *Foursquare* kullanıcısı, küresel uzamın herhangi bir istasyonu ya da süpermarketinde değil, fakat kendi ismiyle anılan o özel mekânda bulunmaktadır.

Tıpkı Scholte gibi Gazzard da haritaların aslında ne söylediğiyle ilgilenmiş ve *Google* ve *Apple*’in harita hizmetlerinin *Foursquare* ve benzeri uygulamaların kullanıcılarıyla yeniden şekillenışı üzerinde durmuştur. *Foursquare*’de kullanıcıların *Google* ya da *Apple*’in harita servisleri aracılığıyla yaptıkları *check-in*’ler, ekledikleri yorumlar ve fotoğraflar yeni tür bir haritalandırma olanağına işaret eder. Kullanılan işletim sistemine göre farklılaşan bu haritalar *Foursquare*’de ortak özellikler gösterir. Kafeler, barlar, havaalanları, metro istasyonları, okullar vb. kır ya da kente ait tüm mekânlar, kullanıcıların *check-in*’lerine göre öne çıkar, yorumlarıyla ve fotoğraflarla diğer kullanıcılara ulaşır.

Öncelikle, teknolojiyle dolayımlanmış dünyanın fiziksel dünyanın pek çok özelliğini yansıttığından hareket eden Gazzard (2011: 405-407), haritalar üzerinden belirli bir zaman ve toplumdaki politik ve kültürel özelliklerin okunabileceğini ileri sürer. Haritalar, gerçek fiziksel bilgiyi verirlerken yaratıcılarının açık ya da üstü kapalı pek çok kavrayışını da yansıtır. GPS teknolojisinin akıllı telefonlarla bütünleşmesiyle beraber kullanılan yeni haritalar (*Apple Map*, *Google Map* vb.) kullanıcıya sadece cebinde taşıdığı ufak bir cihaz aracılığıyla büyük bir enformasyon bolluğu sağlamakla kalmaz, aynı zamanda her bir kullanıcıya paylaştığı fotoğraf ve yorumlarla kendi zaman, tarih ve kültür algısıyla günümüzün haritalarına ekleme olanağı sunar. Bu durum sadece *Foursquare* gibi konum paylaşmaya yarayan uygulamalar dolayımıyla değil, *Google*, *Apple* ya da başka şirketlerin harita servislerine doğrudan yapabileceğimiz müdahalelerle de (fotoğraf, video ve yorum ekleyerek) gerçekleştirilir.

Dolayısıyla Scholte’nin (2008: 108-110) alansallık ve haritalandırma üzerine söylediklerini hatırlamak gerekirse, kullanıcıların müdahalesine açık olan bu haritalar, kesin olarak küresel bir nitelik sergilerler. Scholte’ye göre alansallığın etkisini yitirmesi en belirgin şekilde kendini “alansal mantıktan” kopuşta gösterir ve “alan-üstülük olarak küresellik, alansal mekânın esastan aşıldığı şartları betimler... Örneğin *Visa* kredi kartlarının ve dünya yayıncılık hizmetlerinin alansal mesafelerle pek ilgisi yoktur ve bu sınır ötesi akışlar -yani, alansal sınırları aşan ilişkiler- devlet sınırlarındaki denetimden büyük ölçüde kaçarlar” (2008: 110). Tıpkı bu örnekte olduğu gibi, *Foursquare* için de alansal mesafenin bir önemi yoktur ve bu sınır ötesi kullanım devlet sınırlarındaki denetimden büyük ölçüde kaçar. Hatta *Foursquare* kullanıcıları *check-in* yaparken sınırlardan tümüyle

kurtulmuşlardır. Dünyanın her yerindeki *Foursquare* kullanıcıları, *Google Map* ya da *Apple Map*'e ulusal sınırların kısıtlayıcılığı olmaksızın bağlanırlar. Söz konusu haritalarda, devletlerin ya da daha küçük yönetim birimlerinin sınırları sadece bilgilendirme amaçlıdır ve isteğe bağlı olarak kaldırılabilir. Bunun yanında, konumunu paylaşmak isteyen ve fotoğraf ve yorum eklemek isteyen herhangi bir kullanıcı *Foursquare*'deki arayüzde bulunduğu yerin ulusallığı konusunda herhangi bir emareye rastlamaz. Bu anlamda, *Foursquare* kullanıcıları haritaları Scholte'nin vurguladığı anlamda teritoryalist/alansalcı bir mantıkla kullanmaz ve değiştirmezler. Bu örnekte haritalar gittikçe ulusal sınırlardan kurtulmuş ve çok daha küresel bir görünüm arz etmeye başlamıştır.

*Foursquare* aynı zamanda Augé'nin bahsettiği şekilde süper-modernitenin üç özelliğinden (zamanda, mekânda ve bireyde/insan egosunda tespit edilen aşırılık) geriye kalan ikisi açısından da yeni araştırma soruları sormamıza izin verir. Augé'e göre enformasyona ulaşma kapasitemizdeki artış zamandaki aşırılıkta karşılığını bulur. Anlık iletişim kapasitesindeki muazzam artış olay/haber bolluğu yaratarak, yeni gelişmelerin değerlendirilmesinin önüne geçmiş ve bir anlam krizinin kapılarını aralamıştır. Gazzard'a göre (2011: 406) *Foursquare* ve çevrimiçi haritalara fotoğraf/yorum yükleme olanağı veren diğer uygulama ve yazılımlar, enformasyonun saklanması açısından hem uzun hem de kısa vadeli olmak üzere ikili bir karaktere sahiptir. Örneğin, haritalara fotoğraf yükleyen bir kullanıcı yüklediği fotoğrafı *Twitter* ya da *Facebook* iletisine dönüştürerek onu anlık ve çabucak "eskiyen" bir enformasyona dönüştürebilir, fakat aynı zamanda o fotoğraf haritaların sunucularında uzun yıllar boyunca depolanabilir ya da bloglarda uzun yıllar boyunca saklanabilir. Bu anlamda, *Foursquare* kullanıcısı enformasyonu anlık ve çok miktarda üretir ve sürekli yenilenen haber akışı "anlam krizi" içinde yorumlanabilirken, paylaştığı içeriğin ömrü düşünüldüğünde geçicilik ve kalıcılık arasındaki bir gerilimin içinde kalabilir.

Zamanda tespit edilen aşırılığın farklı bir yönü de *Foursquare* kullanıcılarının yaptığı her bir *check-in*'le ortaya çıkar. Augé'ye göre, zamandaki aşırılığın bir sonucu olarak her şey çabucak "tarih olur". Zamandaki aşırılık ölüm gibi peşimzdedir. Anın gerisinde kalan artık tarihin konusu olmuştur (1995: 26-27). Tıpkı bu analogideki gibi, *Foursquare*'de yapılan *check-in*'ler otomatik olarak *profile&history* sekmesine aktarılır. Kullanıcının mekândaki güncel varlığı, *check-in* yapıldığı anla özdeşleşir ve *check-in*'den sonra "tarih olur".

Augé'nin süper-modernitede bireyde gözlemlendiği aşırılık ise, bizi, kapitalist bireyin çözümlenmesine götürür. "En azından Batılı toplumlarda, birey kendisi için bir dünya ister, kendisine gelen enformasyonun kendisince ve kendisi için yorumlanmasını amaçlar" (1995: 37). Buchanan'a göre (1999: 396) bireyin yaşadığı ben-merkezilik, reklamcılık aracılığıyla kapitalizmin insanları bireyselleştiren aygıtları tarafından başarılır. Reklamlar aracılığıyla propaganda edilen yaşam tarzı süper-modernitedeki insanın yalnızlaşmasının kodlarını



taşır. Ancak bu yalnızlaşma, yer-olmayanlarda kendini gizler, açığa çıkmaz: Yer-olmayanların sahip olduğu mekânizm yalnızlığı yaratır ve geliştirir. Örneğin banka şubesinden para çekmeye kıyasla bir ATM'den para çekmek çok daha kullanışlıdır veya kredi kartı kullanmak nakit kullanmaktan çok daha basittir ve en nihayetinde, gayri-insani (inhuman) ilişkiler daha memnuniyet verici bir hal alır. *Foursquare* bu anlamda, yeni bir sanal sosyalleşme olanağı olarak süper-modernitenin mekanizmini güçlü bir şekilde temsil eder, kesin bir biçimde insansızdır ve ayrıca bireyin "I'm at..."<sup>11</sup> şeklinde merkezinde olduğu bu sanal dünyada dolaşma eylemini *stalker* düzeyinde sadece bir yerlerde bulunma isteğine indirger.

Buchanan'ın sıraladığı bu örnekler bir yandan da yersiz-yurtsuzlaşmada metinselliğin önemini hatırlatır. Tomlinson'un (2004: 152-153) Augé aracılığıyla daha önce de vurguladığı gibi, gerçekten antropolojik mekânların dahi metalaşma amacıyla metinselleşmesi ve yer-olmayanlara dönüşmesi, yer-olmayanların ortaya çıkışında metalaşmanın birincil önemine işaret eder. Metalaşma ve dolayısıyla metinselleşme *Foursquare* için de birincil önemdedir: İlk olarak, *Foursquare*'deki tüm mekânlar belirli bir arayüze eklenilerek standartlaşır. Bir mekânı diğerinden ayırt edebilmemizi sağlayan konum ve isim bilgileri dışında (ikincil bir kaynak olarak yüklenen fotoğraf ve yorumları da sayabiliriz) ayırt edici başka bir unsura rastlamayız ve *check-in* yapılan her mekân bir metin olarak ifade edilir. İkincisi ve daha da önemli olanı, *Foursquare* aracılığıyla gerçek mekânları belirli bir arayüz ve metin ifadesi olarak paylaşmanın, küresel ölçekteki ağ yapısını belirli bir standarda indirme zorunluluğunun sonucu olduğunu tahmin etmek zor değildir. Sözü edilen bu standartlaşma, *Foursquare*'in küresel bir ağ yaratma ve buna işlerlik kazandırma çabasının sonucudur ki bu da *Foursquare*'in doğrudan ticari bir kuruluş olmasında karşılığını bulur. Başka bir ifadeyle *Foursquare*, bir ücret talep etmediği kullanıcılarına konumlarını paylaşmayı olanaklı kılarken, bir milyondan fazla iş yeri sahibine "satıcı platformu" profili kullanma olanağı sağlar ve bunun yanında pek çok büyük şirketle reklam ya da kampanya anlaşmaları yaparak doğrudan gelir elde etmenin yollarını arar.

Bu anlamda *Foursquare*'deki metinsellik metalaşmanın, farklı bir ifadeyle, PDA ekranlarına sığdırılmış/standartlaştırılmış bir tüketim ve pazarlama stratejisinin sonucu olarak görülmelidir. Synder (2011) *Foursquare*'i pazarlama stratejilerinin günümüzdeki özgün bir formu olarak sunar. Ona göre, çok basit bir mantıkla *Foursquare* –ki aynı zamanda kuruluş nedenidir bu, işletmeler ve müşteriyi buluşturan yenilikçi bir mecradır. Web üzerinden yapılan çok basit bazı işlemlerden sonra her işletmeci *Foursquare*'i, kendi kuruluşu için çeşitli kampanyaların aracına dönüştürebilir, kendi reklam ve kampanyalarını sosyal medyada dolaşıma sokabilir, dolayısıyla bu yolla daha çok kâr elde edebilir.

11 Foursquare kullanıcıları check-in yaparken "I'm at..." kalıbını kullanır.

## Sonuç

KüreselleŒmenin “karmaŒık” iliŒkilerini inceleyen alıŒmalarda mekânın, alanın ya da yerin dönüşümü konusu önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle Scholte'nin ortaya koyduğu anlamda alansal mantığın aşınması, günümüzdeki küreselleŒme tartiŒmalarını anlamak bakımından önemlidir. Alansal mantığın, sadece fiziksel olarak değil özellikle iŒlemler yoluyla aşılması, günümüzdeki küreselleŒme sürecinin ayırt edici özelliklerinden biri olarak karŒımıza çıkar.

Teknolojik yakınsamanın ortaya çıkardığı bir olanak olarak *Foursquare*, alansallığın iŒlemler yoluyla aşılmasının en doğrudan örnekleri arasındadır. *Foursquare*'e eriŒmenin ve kullanmanın ulus devlet sınırlarının ya da mesafelerin kısıtlayıcılığıyla alakası bulunmaz. İnternet erişimine ve bir PDA'ya sahip kullanıcı, ücretsiz olarak edinilebilen bu uygulamaya üye olabilir ve konumunu, fotoğraf ve yorumlarla destekleyerek, geniş sosyal ağlarda paylaşabilir.

Yersiz-yurtsuzlaŒma, bir gündelik pratik olarak, geleneksel toplumların modernizmle beraber hâlihazırda oldukça aşınmış, yere ve sözlü diyaloğa dayanan etkinliklerinin ortadan kalkmasını ifade ederken, mekânın yerelle kurduğu özgün iliŒkilerinin kopması ve uzam olarak kavranması anlamına gelir. Tüm bu sürecin metalaŒma ve küresel bir standartlaŒmayla el ele gelişmesi de atlanılmaması gereken önemli bir maddi çerçeve sunar. *Foursquare*, yersiz-yurtsuzlaŒma tartiŒmalarına, mekânın ve sözlü diyaloğun dönüşümü bağlamında özellikle Augé'nin yer-olmayanlar yaklaşımı dolayısıyla dâhil edilebilir. Ancak *Foursquare*, yersiz-yurtsuz bir pratik olarak mekânı kendi yerel iliŒkilerinden tümüyle koparıp uzam içine hapsetmez ve bir yanıyla, alanı iŒlemlerle aşmanın iyi bir örneği olsa da, diğer yanıyla özgün iliŒkilerin siberuzam tartiŒmaları bağlamında yeniden inŒası olarak da okunabilir.

İnsan faaliyetlerinin küresel alandaki durumuna değinen ve kısaca özetlenen bu yaklaşımlar, *Foursquare*'in kullanıcılarına sunduğu etkinliğin niteliği düşünöldüğünde yeni tartiŒmaların kapısı aralanmaktadır. *Foursquare*, Œüphesiz, yeni bir sosyal paylaşım eklentisi olarak, özellikle Kellner'in vurguladığı anlamda, hem sayısal teknolojilerin gelişmesinin bir sonucu olarak teknolojik bir aşamayı hem de küresel ölçekte faaliyet gösteren ve ulusal sınırlardan kurtulmuş yeni bir sermaye birikim olanağını simgelemektedir. Bununla beraber *Foursquare* kullanıcıları, bambaŒka bir gezinme pratiği de deneyimlemektedir.

Diğer bir yanıyla *Foursquare*, hem iŒletmelere sağladığı yeni bir tür pazarlama olanağıyla hem de doğrudan kendisinin küresel Œirketlerle beraber düzenlediği kampanyalarla sermayenin hegemonik karakterinin sonuçlarını doğrudan yansıtır. Her Œeyden önce söz konusu olan Silikon Vadisi'nin en hızlı büyüyen Œirketlerinden biridir. Bu yanıyla *Foursquare*, küreselleŒme ve kültür tartiŒmalarına açtığı yeni olanaklarla önemli katkılar sunabilecek bir araştırma konusu olarak belirginleŒirken, diğer yanıyla kültür ve maddi pratikler/küresel

kapitalizmin günümüzdeki görünümüleri arasındaki ilişkiyi tartışma noktasında değerli veriler sunar.

Çalışmada değinildiği gibi, *Foursquare*'in sermayenin birikim süreçlerinde üstlendiği sözü edilen yenilikçi rolü, mekân üzerinde yeni tartışma konuları açabilir. Rossenberg'in vurguladığı anlamda, küreselleşme tartışmalarının bir yerden sonra "açıklanan" değil de "açıklayan"a dönüşmesi eleştirisi de sermayenin yeni birikim koşulları açısından düşünülebilir. Rosenberg, mekân üzerine ortaya atılan teorilerin gittikçe mekânı fetişleştirmeye vardığını belirtirken, küreselleşme teorilerinin hegemonik karakterine dikkat çekmektedir. Küreselleşme tartışmalarının sözü edilen bu hegemonik karakterinin, sermayenin küresel ölçekte yayılma ve örgütlenme stratejileri açısından neler söyleyebileceği de, özellikle *Foursquare* özelinde, ele alınmayı fazlasıyla hak etmektedir.

## Kaynakça

- APPADURAI Arjun (1990), "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", *Theory, Culture&Society*, Vol: 7, s. 295-235.
- AUGÉ Marc (1995), **Non-Places**, London, Verso Publishing.
- BARNES Stuart, J. (2003), "Location-Based Services: The State of The Art", **e-Service Journal**, Vol: 2 No: 3, s. 59-70.
- BENJAMIN Walter (2012), **Pasajlar**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- BUCHANAN Ian (1999), "Non-Places: Space in the Age of Supermodernity", **Social Semiotics**, Vol: 9 No: 3, s. 393-398.
- CASTELLS Manuel (2008), **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum, Kültür**, Cilt. 1, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- EASTWOOD Nathan (2009), "Marc Augé 'Non Place' in the Age of 'Spaces of Flow'", <http://eastwood2009.wordpress.com/2011/08/04/marc-auge-%E2%80%98non-place%E2%80%99-in-the-age-of-%E2%80%98spaces-of-flow%E2%80%99/>
- GAZZARD Alison (2011), "Location, Location, Location: Collecting Space and Place in Mobile Media", **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, Vol: 17, No: 4, s. 405-417.
- GIDDENS Anthony (2012), **Modernliğin Sonuçları**, Çev. Ersin Kuşdil, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- HELD David, MCGREW Anthony, GLODBLATT David ve PERRATON Jonathan (2008), "Küreselleşmeyi Yeniden Düşünmek", **Küresel Dönüşümler** içinde, (der.) David Held ve Anthony McGrew, Çev. Mehmet Ali Çelebi, Ankara, Phonix Yayınları, s. 88-96.

HARVEY David (1989), **The Condition of Postmodernity**, Oxford, Blackwell Publishing.

HJORTH Larisa (2012), "Relocating the Mobile: A Case Study of Locative Media in Seoul, South Korea", **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, (<http://con.sagepub.com/content/early/2012/12/04/1354856512462360.abstract>), 1-13.

INNIS Harold (2006), **İmparatorluk ve İletiŒim Araçları**, Çev. Nurcan Törenli, Ankara, Ütopya Yayınları.

JENSEN Klaus Bruhn (2002), **A Handbook of Media and Communication Research**, London, Routledge.

KELLNER Douglas (2002), "Theorizing Globalization", **Sociological Theory**, Vol: 20, No: 3, s. 285-305.

MODELSKI George (2008), "KüreselleŒme", **Küresel DönüŒümler** içinde, (der.) David Held ve Anthony McGrew, Çev. Eray Sarıot, Ankara, Phonix Yayınları, s. 75-80.

ROBERTSON Roland (1999), **KüreselleŒme**, Çev. Ümit Hüsrev Yolsal, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.

ROSENBERG Justin (2008), "KüreselleŒme Kuramının Sorunu", **Küresel DönüŒümler** içinde, (der.) David Held ve Anthony McGrew, Çev. Mehmet Ali Çelebi, Ankara, Phonix Yayınları, s. 116-122.

SCHOLTE Jan Art (2008), "KüreselleŒmede 'Küresel' Olan Ne?", **Küresel DönüŒümler** içinde, (der.) David Held ve Anthony McGrew, Çev. Mehmet Ali Çelebi, Ankara, Phonix Yayınları, s. 107-115.

SYNDER Tom (2011), **Real-Time Marketing for Foursquare**, New York, Alpha Publishing.

DE SOUZA E SILVA Adriana (2004), "Mobile Networks and Public Spaces: Bringing Multiuser Environments into the Physical Space", **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**, Vol: 10, No: 15, s. 15-25.

TOMLINSON John (2004), **KüreselleŒme ve Kültür**, Çev. Arzu Eker, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

TÖRENLİ Nurcan (2004), **Enformasyon Toplumu ve KüreselleŒme Sürecinde Türkiye**, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.

URRY John (2005), "The Complexities of the Global", **Theory, Culture & Society**, Vol: 22, No: 5, 137-176.