

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA ve İLETİŞİM ANABİLİMDALI
MEDYA ve İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEKLİSANS PROGRAMI

ANALOGTAN DİJİTALE İLETİŞİM
TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİ:
SOSYAL MEDYA ve SOSYAL DEĞİŞİM

Yükseklisans Tezi

Oğuz Turan YAYLA
100025065

Danışman: Prof. Dr. Celalettin AKTAŞ

İstanbul, 2017

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi Doç. Dr. Yelken Arslan Dürhal
tezini İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü konulu tez
çalışması jürimiz tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi olarak (oybirliği)
(onaylanmıştır) ile başarılı bulunmuştur.

Adı – Soyadı

İmza

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Celaleddin Duran



Jüri Üyesi

Doç. Dr. Ferit Akar



Jüri Üyesi

Doç. Dr. Oğuzhan AYDIN



Hazırlanmış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

ÖZET

Dijitalleşmeden önce iletişim kurmak belirli bir zaman gerektirmekteydi. Fakat şimdi saniyeler içinde iletişim kurabilmekteyiz. Hibritleşmeyle tek bir cihaz üzerinden pek çok işlemi gerçekleştirebiliriz. Bütün bu gelişmeler ışığında İnternet teknolojisi ile geleneksel medya da değişim geçirdi ve sosyal medya kavramıyla tanışıldı. Sosyal medyada verilmek istenen mesajları hem alabilme hem de istediğimiz mesajları kitlelere iletebilme kabiliyetine sahip olunmuştur. Hızlı bilgi akışına müdahale edebilir, bilgileri onları istediğimiz şekilde manipüle edebilmektedir. Kimliklerimizi değiştirebilir istenen kimlikler sanal dünya içinde yaratılabilmektedir. İçinde yaşadığımız gerçek dünyanın ve gerçek hayatın ahlaki sorumluluklarını bu yeni dünyada taşıma zorunluluğuna sahip olmadığımızı düşünüyor ve kendimizi istediğimiz kalıplarda var edebilmekteyiz. Sosyal medyanın insanları asosayleştirdiği söylenirken bir yandan da dünya genelinde yapılan ampirik çalışmalar yaşanan durumu var olan sosyalliğin dijital platformalarda geçişi olarak açıklamaktadır. Sosyallik kaybolmamıştır. Gerçek hayatlarımızdaki ilişkilerimiz gibi dijitalleşmektedir. Literatür taramasına ve sosyal medya üzerine de gözlemlere dayanan bu çalışma bu olguya işaret etmektedir.

Keywords: Dijitalleşme, Sosyal Medya, İnternet, Hibritleşme

ABSTRACT

It required a certain amount of time to communicate before digitalization. But now we can communicate within seconds. We can perform many operations on a single device with hybridization. In the light of these developments, internet technology and traditional media have also undergone change and we have met with the concept of social media. We have the ability to receive messages that are desired to be delivered and also sending messages to the masses with social media. As the flow of information continues very fast, we can interfere with the flow of information and manipulate them as we wish. We think that we do not have the obligation to carry the moral responsibilities of the real world to the new digital world that we live in and we can make ourselves appear to our followers in the molds we want. The radical change created by the social media has corrupted us so that we can hide behind avatars without responsibility. We are actually witnessing people bringing their innate socialization needs and real-life sociability to digital platforms. Our real-life communities, friendships, relationships are now moving to social platforms. This work which depends on related literature and personal observations on social media points to the fact mentioned above.

İÇİNDEKİLER

ÖZET (ABSTRACT).....	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLO LİSTESİ.....	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	vii
RESİM LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR.....	ix
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	5
İLETİŞİMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	5
1. İletişim Nedir ve Niçin Önemlidir	5
1.1 İletişim Araçları	8
1.2 Analog İletişim Teknolojileri	10
1.2.1 Telgraf.....	12
1.2.3 Telefon.....	13
1.2.4 Fotoğraf.....	15
1.2.5 Sinema	18
1.2.6 Radyo	19
1.1.7 Televizyon	21
1.3 Dijital İletişim Araçları.....	22
1.3.1 nternet	24
1.3.2 Dijital Mektuplar / E- Posta	26
1.4 Mobilleşme	26
1.5 Hibritleşme	27
İKİNCİ BÖLÜM	29
TOPLUMSAL AĞLAŞMA.....	29
2. Dünyanın Birbirine Bağlanması: İnternet.....	29
2.1 Analog Doğanlar ve Dijital Doğanlar	32
2.2 Dijital Evrimleşme Dönemi	34
2.2.1 İş Kollarındaki Evrim	35
2.2.2 E- Ticaret	36
2.3 Geleneksel Medyanın Dönüşümü	38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	42
YENİ İLETİŞİM ARAÇLARI: SOYAL MEDYA NE KADAR SOSYAL	42
3. Yeni İletişim Aracı: Sosyal Medyanın Ayak Sesleri	42
3.1 Sosyal Medyanın Gelişimi	43
3.1.1 Dijital Çağda Ayrımcılık ve Eşitsizlik	50
3.2 Sosyal Medya Sosyal mi Asosyal mi	54
3.2.1 Sosyal Değişim	56
3.2.2 Sosyal Medyanın Sosyolojik Yansımaları	61
SONUÇ	65
KAYNAKÇA	69

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Bölgelere göre internet kullanım oranları.....	31
Tablo 2. Türkiye’de internet, mobil bağlantı ve sosyal medya kullanan kişi sayısı.	49
Tablo 3. Türkiye’de sosyal medya kullanım oranları.	49

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Online ve Offline çizgilerinin farklılığı.....	51
Şekil 2. Twitter: sosyal megafon.	56

RESİM LİSTESİ

Resim 1. Lascaux mağarasındaki çizimler	9
Resim 2. Dönemin telefon santrallerinden bir örnek	15
Resim 3. Daguerre'in çektiği insanlı ilk fotoğraf.....	16
Resim 4. Kinetoscope	19
Resim 5. İlk radyo örneği	20
Resim 6. İlk televizyon örneği	21
Resim 7. Capa'nın Normandiya çıkarması fotoğrafı.....	39
Resim 8. Huffington Post'un en çok okunduğu ülkeler bölgeler	41
Resim 9. ENİAC kullanılırken	43
Resim 10. Twitter'dan yapılan ilk gönderi.....	48
Resim 11. Yeni harp silahı olarak sosyal medya kullanımı.	63

KISALTMALAR

a.g.e. : Adı Geçen Eser

C. : Cilt

çev. : Çeviren

DARPA. : Defense Advanced Research Projects Agency (Defansif İleri Araştırma Projeleri Ajansı)

DNS : Domain Name System (Alan Adı Sistemi)

der. : Derleyen

Ed. : Editör

ENİAC. : Electronic Numerical Integrator And Computer (Elektronik sayısal entegreli hesaplayıcı)

s. : Sayfa

S. : Sayı

TCP/IP : Transmission Control Protocol (Aktarım Kontrol Protokolü)

www. : World Wide Web

GİRİŞ

İnsanlar hiçbir yapay iletişim aracına ihtiyaç duymadan doğarlar. Başka bir deyişle iletişim yetilerine sahip bir vücutla dünyaya gelirler. Bunun sebebi, insanların, tabiatları icabı, hayvanlar gibi ama onlardan daha yoğun biçimde iletişim ihtiyacı içinde varlıklar olmasıdır. Nitekim, hayat yolunda ilerledikçe doğuştan gelen bu yetileri kullanmaya başlarız ve bir süre sonra iletişim bizler için ihtiyaçlarımızı karşılamakla sınırlı kalmayan bir araç, özellik, nitelik hâline gelir.

Sözlü kültürle başlayan iletişim “teknolojileri” çağlar boyunca gelişmiştir. Sözlü iletişimden yazılı iletişime, daha sonra hem sözel hem yazılı ve hem de görselliğe dayanan bir iletişim ortamına doğru evrilmiştir. İletişim, modern zamanların başlangıcıyla birlikte zaman ve mekân bağımlılığından kurtulmuştur. Dijitalleşmeyle beraber, ihtiyaç olmanın ötesine geçerek alışkanlık olmuştur. Şüphesiz, iletişimdeki değişimle beraber insanoğlu da çeşitli değişimler yaşamıştır. Cevap verilmesi için sabır gerektiren mektuplar kendi devrinde etkin bir iletişim aracıydı. Telgraf iletişime hız kattı. Telefon mesafeleri anlamsızlaştırdı. Ancak, iletişim teknolojilerinin çığır açmasını sağlayan en büyük etken İnternet teknolojisinin hayatımıza girmesidir. Bu teknoloji iletişim bakımından sınırları âdeta tümüyle ortadan kaldırmış ve zaman kavramını ve algılamasını kökten değiştirmiştir.

İletişim teknolojileri insanlığın gelişim tarihinde önemli yer işgal etmektedir. O kadar ki, insanlığın gelişim tarihini aynı zamanda iletişimin gelişim tarihi olarak okumak da mümkündür. Örneğin, analog teknolojilerden dijitale geçiş süreci son birkaç bin yıl içinde insanlığın ve dolayısıyla pek çok şeyin değişim sürecidir. Bu çalışmanın amacı iletişimde analogtan dijitale dönüşüm sürecini, sonra içinde bulunduğumuz dönemin yeni iletişim aracı olan sosyal medyanın bu dönüşümü nasıl etkilendiğini ve ona ne gibi katkılar sağladığını incelemek ve tartışmaktır.

İnternetle birlikte değişen iletişim yöntemleri zaman-mekan kırılmasının yanında bir başka önemli gelişmeye daha sebep olmuştur: İnsanlık tarihi boyunca en önemli şey olan bilgiye erişimi çok daha kolay ve ucuz hale getirmiştir. Böylece bilginin dolaşımı hızlanmış ve bilgi akışının hızlanması ve ulaşım yöntemlerinin çeşitlenmesiyle bilgide sınırlılık ve bilgiyi saklama imkânı ortadan kalkmıştır. Bilginin ve dolaşımı ve iletişim bildiğimiz anlamının dışına çıkmıştır. Klasik yöntemler artık modern zamanların

‘      ’ haline gelmiştir. Eskinin yerini yeni almış ve bu yeniye sosyal medya denmiştir. Sosyal medya hem bilgi akışını yoğunlaştırmış hem de neredeyse tüm insanları bilgi alan konumundan bilgi sağlayıcı konumuna taşı mıştır. Bu durum, şüphesiz ki, insanlık tarihinde bir kırılma noktası teşkil etmektedir.

Sosyal medya günümüzün en yaygın iletişim aracıdır ve aynı zamanda bilginin kontrolsüz bir şekilde dolaştığı “tekinsiz” bir ortamdır. Kontrol mekanizmasının olmadığı ve kimliklerin avatarlara dönüştüğü sosyal medya, niyetleri kötü olan insanlar tarafından, bilgilerin doğruluğunun veya yanlışlığının ayırdına varamayacak insanları ciddi biçiminde tehdit edecek şekilde kullanılmaktadır. Hatta herkesin bir içerik üreticisi konumuna gelmesi başlı başına çeşitli problemler yaratmaktadır. Sansürün, engellemenin, kısıtlamanın yapılamadığı, kimliklerin saklandığı, insanların istediklerini istediği gibi yazıp genellikle sorumluluklarına katlanmadığı, katlanmak istemediği bu ortam toplumun çok hızlı bir şekilde dönüşüm geçirmesini sağladı ve sağlamaktadır. Neredeyse hergün şahit olunan örneklerle sosyal medya kaynaklı vakalarda toplumun nasıl değiştiğine ve nasıl değişebileceğine, yani iletişimdeki büyük yeniliklerin sosyolojik yansımalarına tanıklık etmekteyiz.

Bu çalışmanın yöntemi konunun elverdiği ölçüde teorik ve önemli ölçüde T    K, ve Wesocial gibi önemli kurumların elde ettiği ampirik bilgiyi ve datayı se i i olarak ve bir yazım planı içinde kullanmaya dayanmaktadır. İlk olarak iletişim alanındaki teorik bakışları kısmen yansıtmak için sınırlı bir literatür taraması yapılmaktadır. Ancak, bununla yetinerek sadece kitabı bir çizgide kalınmamaktadır. Hızla evrilen ve değişen iletişim teknolojileri ve bu teknolojilerin yansımaları, artık günlük yaşamımızın parçası olan somut olaylar, olgular, ortamlar üzerinden iletişim vakasıyla ilgili teorik açıklama ve yaklaşımlarla ilişkilendirilmektedir.

Kuşku yok ki, yüksek lisans tezi olması nedeniyle tevazuyu elde bırakmaması gereken bu çalışmada abartılı kavramsal ve teorik yaratıcılık iddiasında bulunulmamaktadır. Ancak, bu noktayı gözden uzak tutmadan, çalışma içinde dijital eşitsizlik/ayrımcılık adlandırmasıyla küçük bir kavramsal yenilik yapma olanakları, yolları aranmaktadır. Sonuç olarak çalışma teorik bilgiye ve yukarıda sayılan kuruluşların ürünü olan ampirik verilere dayanan bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde iletişimin ne olduğu üzerine durulmaktadır. Daha sonra iletişim teknolojilerinin analogtan dijitale dönüşümüne ve bunların ortaya çıktıkları toplumların yapısı üzerinde ne gibi değişimlere yol a tığına bakılmaktadır. Aynı

zamanda, dönemsel gelişimlerin iç içe geçmesiyle her teknolojinin nasıl kendi mediumunu yarattığı konusu da ele alınmaktadır. Peşinden teknolojik hibritleşme süreçlerine değinilmekte ve hibritleşmenin iletişim üzerindeki etkisi hakkında fikir yürütülmeye çalışılmaktadır.

İkinci bölümde, tüm dünyayı birbirine bağlayan ağ teknolojisinin -yani İnternetin-beşeri alemi nasıl değiştirdiğine, mesafeleri, zamanı ve mekanı nasıl etkisiz hale getirdiğine örnekler üzerinden bakılmaktadır. Bu teknolojilerin insanları bir anlamda sınıflara ayırdığı bir gerçektir. Bu sınıflandırma ayrımcılık ve eşitsizlik konularını da içinde barındırmaktadır. Bu bölümde eski bir olgunun yeni biçimi olarak dijital ayrımcılık/eşitsizlik konusu üzerinde durduktan sonra sosyal değişim ve evrim çağı denen döneme nasıl geçildiği ele alınmaktadır. Şüphesiz, bu değişimler kendiliğinden olan değişimler değildir. Bu yüzden, bu değişim süreçlerinin toplumdaki dinamikleri ve bu dinamiklerin harekete geçmesinde etkili olan faktörler örnekler üzerinden irdelenmektedir. Aynı zamanda, yeni iletişim modellerinin ortaya çıkışına bakılmakta ve gelenekselin yerini alan sosyal medya konusuna giriş yapılmaktadır.

Üçüncü bölümde, toplumsal bağlam ve teknolojik değişim dinamiklerini irdelemeye devam edilmektedir. İnternet ve sosyal medya kavramlarının hayatımızı değiştiriş biçimi üzerinden bu teknoloji içinde doğmuş olanların kültürel bakımdan daha önceki kuşaklarla anlaşmazlık konusu üzerine yoğunlaşmaktadır. Enformasyon alma ve paylaşma imkânı veren sosyal medya organlarının bir sosyalleşme aracı mı yoksa bizleri manipüle etmeye yarayan bir silah mı olduğu hakkında değerlendirmeler yapıldıktan sonra bu yeni dönemin yaşamak üzerine mi yoksa paylaşmak üzerine mi kurulu olduğu sorusuna cevap aranmaktadır. Aslında bizi sosyalleştirdiği söylenen sosyal medyanın bizi gerçekten sosyalleştirdiği mi yoksa hepimizi bağımlılaştırarak asosyal bireyler haline mi getirdiği üzerine tartışılmaktadır. Bu bölümde son olarak sosyal medyanın insanların davranışlarında ve toplumların sosyolojisinde ne gibi değişimler yarattığı ve bu değişimlerin hayatlarımızı nasıl etkilediği kavranmaya çalışılmaktadır. Sosyallik kavramının dijital dünyada da varlık sürdürdüğü ve var olan sosyallüğimizin dijital dünyaya da taşındığı düşüncesi üzerinde durulmaktadır.

Sonuç bölümünde çalışmanın kısa bir özeti sunulduktan sonra her üç bölümünde sunulan bilgilere ve yapılan tespit ve çözümlemelere dayanarak iletişim teknolojilerindeki ve araçlarındaki değişiklik ve gelişmelerin, sosyal değişim ve insanın sosyallığı üzerindeki etkileri hakkında değerlendirmeler yapılmaktadır. İletişim

yöntemleri ve araçlarındaki değışimin kaçınılmaz olarak sosyalleşme üzerinde tesirleri olmakla beraber, bu konudaki yorumlarda ihtiyatlı olmanın gereğine ve yararına daişaret edilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu bölümde önce insanın varoluşuyla birlikte doğan iletişimin anlam ve önemi ele alınmaktadır. Daha sonra, bir tarih özetlemesi yaparak iletişimi gelişim tablosu ortaya konmaktadır.

1. İletişim Nedir ve Niçin Önemlidir

John Locke insanların boş bir zihinle - tabula rasa- doğduğunu söylemiştir. Locke'a göre insanlar sıfır bilgiyle dünyaya gelir, hayat boyunca edindikleri tecrübelerle -ampirizm- bilgiye erişir.¹ Tekil insanların ve sonunda toplumların hayatı bu bilgiler ışığında şekillenir ve ilerler. Aristo da bilginin doğuştan aklımızda olmadığını belirtir.² Bu yaklaşım kimi uzmanlara göre bir bakıma doğru bir bakıma hatalıdır. Doğrudur çünkü doğduğumuzda beynimizde hiçbir bilgi emaresi olmaz. Hatalıdır, çünkü beynimizde hiçbir bilgi emaresi olmamasına rağmen akıl bilgiyi üretebilme, edinme ve doğadaki bilgiyi kavrama kapasitesine sahiptir. Biz insanlar bu çerçevede daha dünyadaki ilk günümüzden itibaren çevreyle iletişim kurmaya başlarız. Örneğin, bizi dünyaya getiren annemizle içgüdüsel olarak iletişime geçme ihtiyacı duyarız. Zira, kendi ihtiyaçlarımızı bizzat giderecek yetilere sahip değilizdir ve ihtiyaçlarımızın giderilmesi yolundaki arzumuzu bir şekilde belli ederiz. Belki de insan cinsinin ilk iletişim deneyimi anneyle kurulan iletişimidir.

Yetişkinlik dönemi gibi bebeklik dönemi de fenomenler dünyasıdır. Nitekim bebeklik dönemlerinde de insanlar duyularıyla doğarlar. Birçok filozof duyulara güvenmeyi tekin bulmamıştır. Bunun nedeni duyularımızın bizi yanıltma ihtimalinin fazla oluşudur. Farklı hareket noktaları ve çıkarımları olsa da, hemen her filozofun iletişimi hem insani bir ihtiyaç hem de ihtiyaçların karşılanması talebinin aracı olarak gördüğü bellidir.

¹ Ahmet Cevizci, **Felsefe Sözlüğü**, İstanbul: Say Yayınları, 2011, s. 26.

² Donald G Tannenbaum ve David Schultz, **Siyasi Düşünce Tarihi: Filozoflar ve Fikirleri**, (Çev. F. Demirci), 8. b, 2013, s. 76-77.

İletişim kelimesi 14.y.y'da Fransız dilinde (la communication), 15. y.y'da İngiliz dilinde (Communication) ortaya çıkmıştır. Latince Communicare'den gelen sözcük, katılmak (Communier) (fiziksel anlamda katılmak) düşüncesiyle bağdaştırılır.³ İletişim kelimesinin kendisine karşı, kendi içinde, teknik bakımdan ve değer açısından bir anlatım belirsizliği vardır. Kavram kendine mal etmelere çok elverişlidir. Her insan etkinliği iletişimle özelleştirilebilir. Kimilerine göre turizm de iletişimdir, tiyatro, ticaret, duygusal açılımlar, posta, çiçek gönderimi de.⁴

Düşünce tarihinde insanın siyasi yönünü öne çıkararak siyasi insan (zoon politikon) (Aristoteles), ekonomik yönünü öne çıkararak ekonomik insan (homoekonomikus) (Adam Smith) terimine vurgu yapan düşünürler olmuştur. Benzer bir yaklaşımı benimseyerek insanı iletişimle ilişkilendiren bir adlandırma da yapabiliriz. O zaman insan iletişimsel bir varlıktır diyebiliriz. İnsan iletişim denen etkinliği gerçekleştirir. Bu etkinliğin elbette bireysel ve toplumsal sonuçları vardır.

İletişim toplumsal yaşamı olanaklı kılmıştır. Başka bir deyişle toplumsal yaşamın temelidir. İletişim olmadan toplumlar ve toplumsal hayat olmayacaktır. Buna bağlı olarak, tüm insanlar ve insan toplumları birbiriyle ilişkili iletişim ağları gibi düşünülebilir.⁵ Tüm insan etkinlikleri iletişimle başlatılır, sürdürülür, sonuçlandırılır. İleti alışverişi anlamında iletişimi gerçekleştirmek insanın vazgeçebileceği bir olgu, etkinlik değildir. İletişimden her şekli ve yoğunluğuyla vazgeçmek yaşamdan vazgeçmek anlamına gelmektedir.

İnsanlar sosyal varlıklardır. Sosyallik insan cinsinin özelliklerinin başında gelmiştir. Çağlar önce insanların komüniteler halinde yaşamaya başlaması sosyallik ihtiyacı doğrultusunda gerçekleşmiş bir eylemdir. İnsanların sosyalliğinin hem parçası hem aracı olan iletişim çağlar içinde hızlı bir değişime uğramış ve yeni boyutlar kazanmıştır. Örneğin, haberleşmenin ana yolunun mektup göndermek olduğu dönemlerde, bunun yapılabilmesi için diğer insanların aracılığı gerekmiştir. Daha sonra mektubun yerini telgraf ve telefon almış böylelikle aracı insanlara neredeyse hiç ihtiyaç kalmamıştır. Dijitalleşen çağımızda internetin hayatımıza girmesiyle eski dönemlerdeki komüniteler ve iletişim elle tutulamayan, gözle görülemeyen bir dünyaya taşınmıştır. Coğrafi sınırlara bölünmüş dünyanın yerini sınırsız, iletişim

³ Eric Maigret, **Medya ve İletişim Sosyolojisi**, (çev, H. Yücel), İstanbul: İletişim Yayınları, 2014, s.40

⁴ Maigret, **a.g.e.**, s. 40.

⁵ Merih Zıllıoğlu, **İletişim Nedir ?**, İstanbul: Cem Yayınevi, 2014, s. 28.

akışının engellenemeyeceği bir dünya almıştır. İletişimin tanışıklığa dayanması durumu da ortadan kalkmıştır. Hiç tanımadığımız ve yüzünü dahi görmediğimiz insanlarla artık saniyeler içinde tanışabilir, iletişime geçebilir, arkadaş olabilir, tartışabiliriz. Tanıdığımız fakat fiziki olarak ulaşmamızın imkansız olduğu ya da ciddi bir zaman gerektirdiği insanlarla temasa geçmeye de birkaç parmak hareketimiz yeter hale gelmiş durumdayız.

İletişim araçlarının yüzyıllar boyunca gelişmesinin sonucunda, iletişim tarihi üç döneme bölünmüştür: Kabile çağı, matbaa çağı, elektronik çağ. Kabile çağının belirgin özelliği söz kullanımının ve iletişimde yoğun yüzyüze temasın esas olduğu bir evrene denk düşmesidir. Matbaa çağı, söze bağımlılıktan kopuşun çağıdır. Etkisi insanları doğrusallığa, içe bakışa ve bireyciliğe götürmek olmuştur. Girmekte veya zaten girmiş olup içinde ilerlemekte olduğumuz çağ ise elektronik çağdır. Ancak, bazı yazarlara göre, bu çağ, bir ölçüde, görsel işitsel iletişim araçlarının benimsettiği belli bir sözel kolaylığa ve kabileciliğe dönüş özelliği de sergilemektedir.⁶

İletişimin iki temel ögesi vardır. Bunlar bilgi ve haberdur. İngilizce information'ın (enformasyon) her iki ögeyi de kapsadığı söylenebilir. Bilgilerin ve haberlerin insanlar arasında karşılıklı akışına iletişim dememiz yanlış olmayacaktır. İletişim bilgi ve haberlerin kesintisiz ve çok taraflı hareketinin, akışının adıdır.

İletişim beşeri etkileşimdir. Özünde alıcı ve verici odaklı bir insani etkinliktir. Ancak, iletişimde tek taraflılık olamaz. İletişimde herkes hem alıcı hem de verici olabilir. Bu da bir bakıma kaçınılmazdır. Hiçbir insan sadece verici olamaz. İletim göndermek ve almak, adeta nefes alıp vermek gibi olağandır.

İletişim yaşamımızın öylesine ayrılmaz bir parçasıdır ki, her düşüncemizin, her davranışımızın ve ilişkimizin ardında isteyerek ya da istemeden aldığımız-gönderdiğimiz iletiler vardır. Uyuduğumuz zamanlar dışında her an bir iletiler ağında yaşamaktayız. Sözlü ve yazılı dil iletişim kodlarından sadece ikisidir. İnsanlar iletişime ihtiyaç duydukları ve ondan yararlandıkları gibi, iletişimi çevrelerinde hazır da bulurlar. Trafik ışıkları, otobüsteki yolcuların tartışmaları, gazete bayilerinde asılı duran gazete ve dergiler vb. bizi daima iletişime muhatap bırakmaktadır. İletişim her zaman her yerdedir; insan iste de, istemese de bir iletişim ağı içinde yaşamaktadır ve iletişim kurmadan yaşamak olanaksızdır.

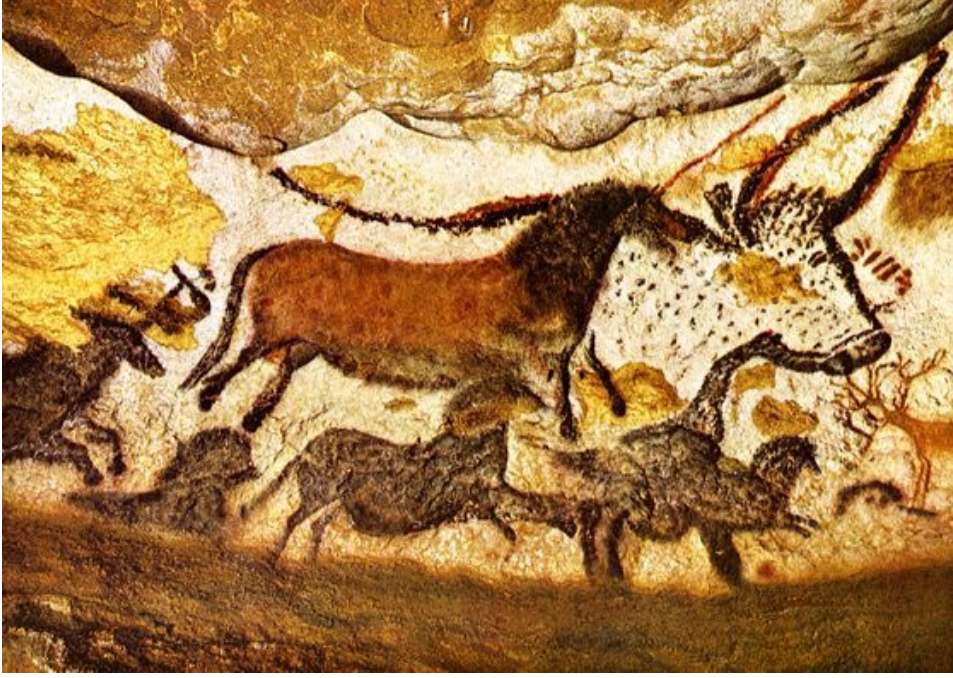
⁶ Maigret, a.g.e., s.131.

1.2 İletişim Araçları

Daha önce de işaret edildiği gibi, insanlar sosyal varlıklardır. Bu sosyalliklerini diğer insanlarla çeşitli yöntemler vasıtasıyla iletişim kurarak gerçekleştirirler. Bu sosyallik zaman zaman karşılıklı olabildiği gibi insan zaman zaman kendisinden sonra gelenlere bırakılan mesajlarla ve bilgilerle de iletişim eylemini gerçekleştirir.

Şüphesiz, modern iletişim yöntemleri gelişmeden önce insanlar için en etkili iletişim yöntemi bugün hâlâ en etkili yöntem olan yüz yüze iletişimdir. İnsanlar hem doğal hem de kültürel olarak hiçbir iletişim aracına gereksinim duymaksızın yüz yüze iletişim kurma yeteneğine sahip varlıklar olarak dünyaya gelirler.⁷ İlk iletişimler böyle başlamıştır. İnsanların hayat tecrübeleri arttıkça yeni araçlar ihtiyaç hâline gelmiştir ve ihtiyaca cevap vermek için çeşitli şeyler araçsallaştırılmıştır. İlk insanlar yüzbinlerce yıl önce belli belirsiz sözler/sesler ve yüzlerindeki mimiklere dayanan bir iletişim yöntemini kullanmıştır. Zaman geçtikçe insanlar şeyleri anımsama gereği duymuş ve bunun için bellekten daha fazlasına ihtiyaç doğmuştur. Cisimleri ve durumları hatırlamak, bunun için onları isimlendirmek gerekmiştir. Bu ihtiyaç iletişimi arttırmış ve bu artış iletişim araçlarının çoğalmasını zorunlu kılmıştır. Örneğin, M.Ö. 15.000 - 10.000 dolaylarına ait insan izleri bulunan Fransa'daki Lascaux mağarasında keşfedilen ilk mağara resimleri (**Resim 1**) çağın insanların edindikleri bilgileri bir mesaj halinde sonraki insanlara bırakarak iletişim kurma çabasının örneğidir. Bu mağara çizimlerinde o dönemin insanların bildiği, tanıdığı bir hayvan resmedilmiştir.

⁷ Celalettin Aktaş, **QR Kodlar ve İletişim Teknolojisinin Hibritleşmesi**, İstanbul: Kalkedon, 2014, s. 37.



Resim 1. Lascaux mağarasındaki çizimler

Benzer şeyler yine takip eden dönemlerde yapılan tasvir heykelleri için de söylenebilmektedir. Tasvir heykelleri o günkü insanların tecrübe edindikleri, hayattan öğrendikleri bilgileri başka insanlarla paylaşmak için kullandıkları bir araçtır. Tüm heykeller bir araç, heykel yapma ise iletişim için uygulanan bir yöntemdir. Ancak, bunların tümü doğal olarak insanların tecrübe zenginliği çapında mesajlar içermiştir.

Mısır'da kullanılan ve günümüze kadar gelen hiyeroglif sembolleri de aynı özelliktedir. Ancak, unutmamamız gereken şey, bu çizimlerden ve hiyeroglif vb. yöntemlerden önce insanların muhtemelen anlamak ve bilgilerini paylaşmak için çeşitli şekillerde “konuşuyor” yani seslerle iletişim kuruyor olduğudur. Bu, sözlü iletişim kültürünün yanında görsel “kültürün atası” olarak da kabul edilebilir.

Ağır basan yaklaşıma göre tarih yazıyla, kil, taş ve papirüs üzerine kaydı tutulmuş dillerle, konuşmayı olmasa bile anlamlarını çözmeyi ve okumayı öğrendiğimiz dillerle birlikte başlamıştır.⁸ O zaman, tarih yaklaşık olarak 5000 yıl önce, Asya ve Mısır'da piktografik yazının ortaya çıkmasıyla başladı denilebilir. Kuşkusuz tarih başladı, yürüdü; bir çok şey gibi iletişim de tarihle içiçe yürümüş gelişmiştir.

İnsanların algıları geliştikçe simgeler ve imgeler yapmak başlıca iletişim yöntemlerinden olmuştur. Simgeler ve semboller tüm insan topluluklarında, dünyanın

⁸ David Cowley ve Paul Heyer, **İletişim Tarihi: Teknoloji- Kültür- Toplum**, (çev. B. Ersöz), Ankara: Siyasal Kitabevi, 2014, s. 22.

her yerinde ortaya çıkmıştır. Örneğin modern toplumda siyah ölümün imgesidir.⁹ Antropolojik incelemeler, tüm toplumların kendi yaşamları için gerekli iletişim sistemlerini geliştirdiklerini ortaya çıkarmıştır.

En temelde, kullandığımız harf topluluğundan yani alfabeden başlayarak, mektup, matbaa ürünleri, televizyon, radyo, internet birer iletişim aracıdır ve her aracın kendisinden sonra gelen yeni araçlar üzerinde bazı etkileri yanında insan hayatı üzerinde de etkileri olmuştur.

İnsanların mesaj göndermek için Paul Revere'in yöntemini kullandıklarında işaret önceden belirlenir ve göndermek için ateşe verilmiştir. Ateş işaretleri ve fener zincirinden **Homores**'un **İlyada**'sında, **Aislylos**'un **Agamemnon**'unda ve ayrıca **Thukydides** ve **Herodotus**'un eserlerinde de konu edilmiştir. İncil'de bu olaylardan "Ey benyamin halkı.. Beythakkerem'e ateşten bir işaret koyun. Çünkü kuzeyden bir felaket, büyük bir yıkım gelecek gibi gözükmetedir" şeklinde bahsedilmiştir. (Yeremya 6:1) Romalılar ateş ve işaretlerle iletişim konusunda daha iyi örgütlenmişlerdir. Akdeniz ve Atlantik kıyılarına 3197 kule dikmiş ve korsanlarla düşman gemilerine karşı uyanık olabilmek için ateş ve duman işaretlerinden faydalanmışlardır.

İnsanlar yaşadıkları dünyanın koşullarına uygun olarak, sahip oldukları imkânlar - araçlar çerçevesinde iletişim araçları geliştirmişlerdir. Her iletişim aracı kendinden öncekilerden etkilenmiş ve kendisinden sonrakileri etkilemiştir. Bu anlamda tüm iletişim araçları - yöntemleri bir iletişim araçları- zinciri teşkil etmektedir. Bizi bu çalışmada özellikle ilgilendiren ise analog ve dijital iletişim teknolojileridir.

1.2.1 Analog İletişim Teknolojileri

Analog iletişim araçları başlığının altına koyabileceğimiz en temel örnekler şüphesiz antik uygarlıklarda kullanılan yöntemlerdir. En başta sözlü kültür dönemini analog iletişim yöntemleri dönemine katabiliriz. Zira sözlü iletişim, içgüdüsel olarak sahip olduğumuzdan ve hayatımızı sağlıklı bir şekilde devam ettirebilmek için ihtiyaç duyduğumuzdan, yöntemler içinde mühim yer teşkil etmektedir. Öncelikle, insan olma vasfı zaten bize bu yöntemi doğal yollardan vermektedir. Hiçbir iletişim teknolojisine gereksinim duymaksızın onu uygulayabilir, insanlarla iletişime geçebiliriz. Hatta, sözlü

⁹ Cowley ve Heyer, **a.g.e.**, s. 35.

kültür bizi anlamaya ve düşünmeye sevk ettiği için, o dönemdeki insanlar analitik düşünme biçimleri bakımından önemli bir yeti kazanmıştır. Teknolojik çağın öncesinde var olmuş düşünürlerin, düşünme ve hayatı sorgulama biçimleri, cevaplarla yetinmeyip var olanı daha da derinlemesine sorgulama yetenekleri bunun sonucudur. Sözlü kültürün içinde barındırdığı bazı olumsuz yönler de yok değildir. En önemlisi, sözlü iletişim yönteminde verilen bilginin şekil değiştirme olasılığının yüksek olmasıdır. Yani kurduğunuz iletişimde alıcıdan gelen mesajların daha sonraki dönemlerde saf halinin bozulması yüzünden anlamını kaybetmesidir. Sokak jargonuyla açıklamak gerekirse buna abartarak anlatma veya değiştirerek anlatma denilebilir.

Matbaanın bulunması iletişimde yeni bir çağın başlangıcı olmuştur. Araç değişmiş, sözlü kültürün getirdiği handikaplar azalmıştır. Lascaux mağarasındaki duvar çizimleri gibi **(resim 1.)** matbaa ile birlikte iletişimin önemli ögesi olan bilginin tamamen değiştirilemez biçimde alıcılara aktarılması mümkün hale gelmiştir. Matbaa ile sözlü kültürden basılı kültüre geçiş dönemi başlamıştır. Kitap bir iletişim aracıdır ancak tek yönlü, bireyselliği öne çıkaran bir yöntemdir. Kitap, entelektüel kültürdür. Entelektüel kültür ise aracın getirdiği yöntemdir.¹⁰

Kitapların ve belgelerin miktarı Helenistik dönemde ve Roma döneminde katlanarak artmıştır. Yazı, konuşulan dilin yazıya geçirilmesinden daha öte birşeydir. İçeriğini konuşulan dilin oluşturduğu bir araç olmasına rağmen yazının kullanım biçimleri konuşmanınkilerden farklıdır. Yazılı dil konuşmadan daha farklı bir evrim geçirmiştir. Konuşmanın ve düzyazının kuruluş “kuralları” birbirinden çok farklıdır. Düzyazı kaydedilmiş konuşma değil, bilginin çok daha biçimsel bir düzenlenmesidir. Yazının konuşmaya en yakın biçimi şiirdir, onun dinlenilmesi beklenir. Düz yazının dinlenilmesi beklenmez ve aslında düzyazıda içerilen bilgiye erişimin en etkili biçimi sessizce okumaktır. Kitabın bireyselliği arttırıcı yönü bundan ibarettir.

Aslında analog iletişim araçları kategorisinde sıralayabileceğimiz araçların sayısı son derece azdır. Tarih öncesi çağlardan gelen yazıtlar ve tasvir heykellerinden sonra, yukarıda da bahsi edilen sözel ve görsel yöntemlerin ardından gelen basılı yöntem ve ortaya çıkardığı araçların analog iletişimin ilerleyebildiği son nokta olduğu söylenebilir. Mesajlar içeren semiyotik anlatımların ardından yazının bulunmasıyla analog iletişimin parçası olan mektup hâlâ önemini bir ölçüde koruyor olsa da, analog

¹⁰ Nicholas Carr, **Yüzeysellik: İnternet Bizi Aptal mı Yapıyor ?**, (çev. İ. Kapaklıkaya) İstanbul: Ufuk Yayınları, 2012, s. 82.

dönem iletişim araçları sıralamasında onun ardına koyabileceğimiz araç yoktur denebilir. Mektuplar sözel iletişimin yazıya dökülmüş halidir. Kitaptan bazı bakımlardan farklıdır bazı yönlerden kitaplarla ortak özelliklere sahiptir. Kitap basılı bir araçtır. Sözel iletişimin baskıya dökülmüş halidir. Matbaa teknolojisiyle ortaya çıkmıştır. Hem bir yöntemin evrilmiş halidir hem de bir araçtır. Mektuptan farkı ise sözel iletişim en temel iletişim aracı olan alfabelerden oluşmuş mesajların bireyler arası iletişime dönüşmesidir. İkisinin ortak noktası sözellikten sonra kitabın kısmi görselliği ve basılı olması, mektupun ise sözellikten yazılı iletişime uzanması ve yine kısmi görsellikte olmasıdır. Yani ikisi de sözel dönemden yazılı döneme geçişin ürünüdür, sonucudur.

Kitaplar her ne kadar iletişimi bireyselleştirdiyse de, matbaa yöntemiyle ve çok sayıda basılmalarından dolayı kitapların barındırdığı bilgi, mesaj ve içerik kitlelere hızla yayılabilir. Ancak, bunu yaparken iletişimi bireyselliğe indirerek yapar. Mektup ise sadece doğrudan hitap edilmek istenen kişiyle iletişim kurmanın yoludur. Kişilerin el yazmalarıyla ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla analog haldedir. Tabii en önemli nokta yine temel iletişim aracı olan alfabenin toplum tarafından ezberlenmesi ve mesajların çözülmesi yetisine sahip olup olamamaktır. Ayrıca özellikle vurgulanması gereken nokta o dönem iletişiminin aslında ulaşım dayalı olmasıdır. Mektup ve kitap ulaştırılmak zorundadır. Yani onları kullanmak ancak taşınmaları, fiziksel olarak bir yerden bir yere nakledilmeleriyle mümkün olmaktadır.

1.2.2 Telgraf

Her ne kadar bu çalışmada analog dönem iletişim araçlarından sınırlı olarak bahsetme durumunda olunsu da başka bazı araçları da bu kategoriye katılabilir. Bu araçlardan biri mektuptan, yani yazılı ve basılı dönemden sonra gelen işitsel döneme aittir. Bu dönemde uzak mesafeler arası iletişimi kurmanın mektuptan sonraki bir diğer yolu telgraftır.

1832 yılında telgrafın ortaya çıkışı, ulaşım dayalı iletişim modelinden iletme dayalı iletişim modeline geçişi sağlamıştır.¹¹ Bu sayede mevcut taşıma yollarıyla nakli sağlanan iletilerin artık daha hızlı şekilde yerine ulaştırılabilmesi mümkün olmuştur.

¹¹ Aktaş, a.g.e., s. 38.

Marshal McLuhan telgraf ile birlikte “zaman ve mekan kavramının bittiği yeni bir dünyaya geçilmiş” olduğunu söylemiştir.¹² Telgraf teknolojisinin aktif olarak kullanılmasıyla birlikte bilginin iletilebilmesinin ilk şartı olan mesafelerin aşılması sorunu ortadan kalkmıştır. İletişim ve ulaşım arasındaki bağlantı kopmuştur. Telgraf tekniği, telgraf kablolarından oluşan ağlardan elektriksel vuruşlarla iletiyi göndermiş ve bunlara mors kodları denmiştir. Mors kodları nokta ve çizgilerden oluşmaktaydı. Kodlar onların ne olduğunu bilen uzmanlar tarafından standart yazıya dökülmekteydi.

Aslında telgraf niceliksel bilginin iletilebilmesini kolaylaştırmıştır. Neil Postman “Telgrafın birincil etkisi, bilgileri toplamak, açıklamak ve analiz etmek değil, çabuklaştırmak olmuştur” demektedir.¹³ Telgraf ile birlikte bilginin hem iletilebilmesi hızlanmış hem de elde edilen bilginin miktarında büyük artış yaşanmıştır. Birleşik Krallık Başbakanlarından Lord Sullisbury 1889 yılında yaptığı açıklamada telgrafın olan biten her şey hakkında dünyanın bütününün görüşlerini neredeyse tek bir anda bir araya getirdiği tespitini yapmıştır.¹⁴ Telgrafın bu kadar etkili olması ve toplumsal hayata bu kadar önemli katkılar sağlaması, telgraf ağlarının hızlı bir şekilde gelişmesine ve büyümesine neden olmuştur.

1.2.3 Telefon

Telefon 1876’da Alexander Graham Bell’in, telgrafı biraz daha geliştirme çalışmaları sırasında ortaya çıkmıştır.¹⁵ Bell o yılın Mayıs ayında Philadelphia’daki Centennial Fuarı’nda icadını sergilemiştir. Sonraki yıllarda bu aleti daha çok tanıtmaya çalışmış ve bunun için telgraf ağlarını kiralamıştır. Bell’in aygıtı bazen başarısız olmuştur. Öncelikle telefon telgraftan farklı olarak yazılı bilgileri iletmekle sınırlı değildir. Telefon telgrafın kullandığı özel kodlama sistemini bilmeyi ve okur yazar olmayı gerektirmiyordu. Bu, onu herkesin kullanabileceği bir araç haline getirmiştir. Ayrıca, telefon diğer araçlar gibi tek yönlü değil iki yönlü iletişim kurmayı olanaklı hale getirdiğinden ticari kararlar almak için de avantajlı bir etken olmuştur. Tüccarlar böylelikle kendilerine maddi yükler getiren komisyoncu ve simsar gibi aracı unsurlardan kurtulmuştur. Bu, telefonu daha da kullanışlı ve avantajlı bir hale

¹² Aktaran Aktaş, **a.g.e.**, s. 38.

¹³ aktaran Massimo Baldini, **İletişim Tarihi**, İstanbul: Avicol Yayınları, (çev. G. Batuş) 2004, s. 104.

¹⁴ Aktaş, **a.g.e.**, s. 39.

¹⁵ Crowley ve Heyer, **a.g.e.**, s. 218.

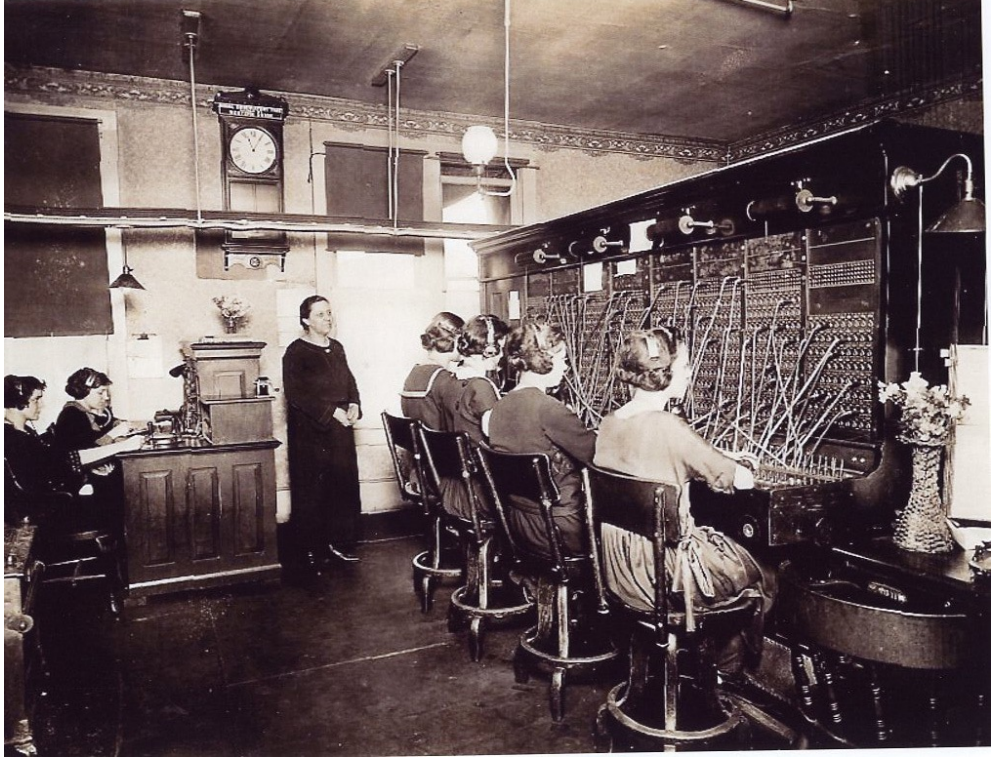
getirmiştir. Piyasaların mal ve hizmetler konusunda gereksinim duyduğu bilginin zamanında sağlanmasına katkı yapmıştır.¹⁶ Hızlı kararlar ticari kâr oranını yükselmiştir.

Telefonun önemli özelliklerinden bir diğeri ise kullanıcılarını tek bir yerde olma mecburiyetinden “kurtarması” ve onlara iki yerde olma imkanı sağlaması olmuştur. Telefon uzaklıkların öneminin kaybolduğu, insanların aracılardan kurtularak birebir iletişim kurabildiği bir dönemin kapılarını açmıştır. Uzak mesafelerde bulunan insanların konuşmalarını, birbirlerine neler hissettiklerini ve düşündüklerini anında aktarmalarını mümkün kılmıştır. Yazılı iletişimin - telgraf da dahil olmak üzere- zorunlu bıraktığı karşılık almak için bekleme sürelerini ortadan kaldırmıştır. İnsanlar anında muhatabından yanıt alma imkanına kavuşmuş ve herşey anındalık kazanmıştır. Telefonun bu etkisi, karar verme sürelerinin kısalmasına neden olarak, insanların ticari ve kişisel iletişim ve alışverişlerini sıralı olmaktan çıkarmıştır.

Graham Bell’in bu buluşu nispeten yavaş yayılmış ve ilk yıllarda tüm ABD’de yalnızca 10.000 aygıt kullanılmıştır. Telgraf hala telefona ciddi bir rakipti. Çeşitli şirketler neredeyse Bell aygıtının olduğu her yere telgraf ofisleri kuruyordu. 1880 yılına doğru Bell ve rakibi telgraf şirketleri anlaşarak karşılıklı kâr elde ettiler. Ülke çapındaki 60.000 santral Bell’in şirketine bağlandı.

1880’lerin tipik telefonları kullanışsız ve zahmetlidir. Kullanmak isteyen kişi santral operatörünü uyarmak için kolu çeviriyor; uyarı sinyali merkez ofisin anahtar panelindeki bir kapağın mekanik biçimde açılmasını sağlıyordu. Böylece aramanın yapıldığı yeri gösteriyordu. Operatör kendi baş mikrofon takımını açılan yuvaya takıyor ve arayana kimi aradığını soruyordu. Daha sonra operatör aranan tarafın zilini çaldırıyor ve anahtar panelindeki kablolar ve prizler yardımıyla onları birbirine bağlıyordu. Bazı sistemlerde arayan taraf kolu tekrar çevirip konuşmanın sonunu bildiriyordu. Diğerlerinde ise operatör aralıklarla konuşmayı dinleyerek konuşmanın bitmesini bekliyor ve buna göre bağlantıyı kesiyordu. Sanırım bu şimdiki telefon görüşmeleriyle karşılaştığımızda pek iç açıcı bir durum değil. Zira kimse konuşmalarının tanımadığı insanlar tarafından dinlenmesini ve biriyle bir telefon görüşmesi yapmanın bu kadar zahmetli olmasını istemez.

¹⁶ Nurcan Törenli, **Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenmesi**, Ankara: Bilim Yayınları, 2005, s. 74.



Resim 2. Dönemin telefon santrallerinden bir örnek

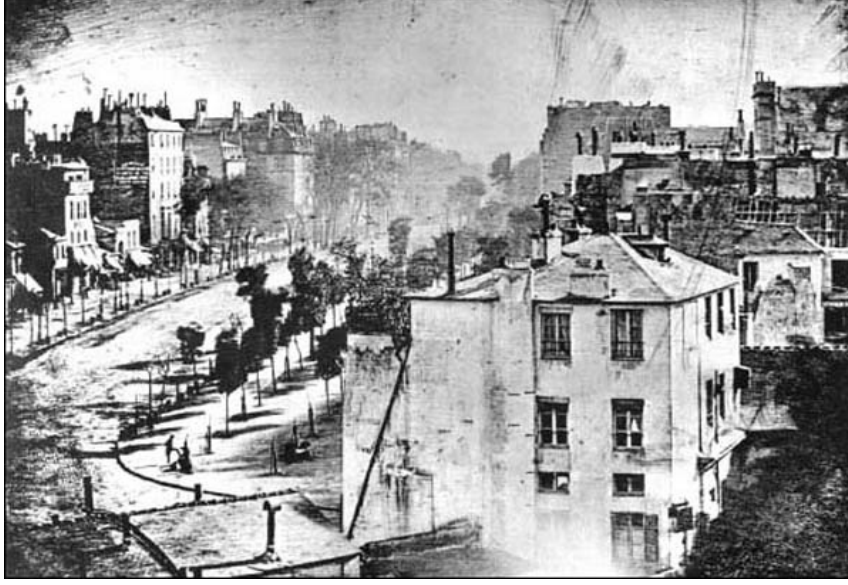
İlk telefon kullanıcıları arasında doktorlar öne çıkıyordu. Telefon onların acil durumlardan kolayca haberdar olmalarını sağlıyordu. Aynı zamanda hastaların doktorlardan kolayca randevu alabilmesine olanak tanıyordu. Eczacılar da telefonu çok kullananlar grubu dahildi. Ancak telefon piyasası için en önemli müşteri tabakasını iş adamları oluşturuyordu.¹⁷

1.2.4 Fotoğraf

19. yüzyıl sonlarına gelindiğinde kablolu dünya, özellikle telefon ve telgraf sayesinde mesajların daha uzağa, daha hızlı ve daha az çabayla iletilebilmesini sağlayarak iletişimin sahasını ve hacmini genişletmiştir. Bunun bir sonucu olarak haberler, bilgiler değişik şekillerde toplanmaya ve sunulmaya başlanmıştır. Okuma biçimleri de değişmeye yüz tutmuştur. Bu değişimler, ağırlıklı olarak endüstriyel bir ekonomiye ve ona eşlik eden şehirleşmeye doğru gerçekleşen yüz yıllık bir geçiş dönemiyle paralel gitmiştir. Bunun sonuçlarından biri kitle toplumunun doğuşu olmuştur. İletişimin hızla değişim gösterdiği yıllarda, telgraf ve telefon arasında geçen

¹⁷ Crowley ve Heyer, **a.g.e.**, s. 232.

zaman içinde bir başka önemli araç daha bulunmaktadır. Bu araç aslında prehistorik çağlarda Lascaux mağarasında karışımıza çıkan çizimlerdeki yöntemi farklı şekilde kullanmak suretiyle uygulanıyordu.



Resim 3. Daguerre'in çektiği insanlı ilk fotoğraf

1837 yılında Lous Jacquas Daguerre tarafından bulunan bu çığır açıcı yöntem sanat, bilim ve sanayinin en önemli araçlarından birisi olarak kabul edilmiştir.¹⁸ Daguerre'in bu buluşunun tam anlamıyla kârlı hale gelmesi 53 yıl almıştır. Günümüzde kullanılan çoğu kitle iletişim aracının çıkış noktası fotoğraftır. Eğer Daguerre fotoğrafı geliştirmeseydi sinema ve televizyon gibi kitlesel araçlar var olamazdı. Bu yüzden fotoğraf insanlık tarihi açısından önemli bir dönüm noktasıdır. Fotoğraf uygarlığımızın çok kullandığı bir dildir.¹⁹ Kuramcı Andre Bezin de “Sinema miti, fotoğrafla birlikte mekanik sanatların ortaya çıkışı olarak yüzyılımıza damga vurmuştur” diyerek fotoğrafın önemini vurgulamıştır.²⁰ Fotoğraf başlangıçta kendini temsil etme sanatı olarak ortaya çıksa da kısa bir zaman içinde etkin ve genişleyen bir dal haline gelmiştir. Toplum hayatının her alanında kendisine yer edinmiştir. Fotoğraf ilk on yılında birçok farklı disiplindeki çizerleri etkilemiş, zamanla resimlerdeki bilgi niteliğinde yeni bir standart oluşturmuştur. Dünyaya bakışı ve onu algılama biçimini sonsuza dek değiştirmiştir.

¹⁸ Aktaş, a.g.e., s. 40.

¹⁹ Gisele Freund, **Fotoğraf ve Toplum**, (çev. Ş. Demirkol) İstanbul: Sel Yayınları, 2006, s.192

²⁰ Aktaran Aktaş, a.g.e., s. 40.

Tabii ki bu etkiyi yaratan tek başına fotoğraf değildir. Etkinin asıl kaynağı onun bir kitle iletişim aracı olarak dolaşıma girmesidir. Fotoğrafın basın alanında da kullanılması toplumsal hayatta devrimsel değişimlere sebep olmuştur. İnsanlar fotoğrafın kitlesel dolaşıma girmesinden önce ancak etraflarında gerçekleşen olayları görürken ya da gözünde canlandırabilirken, fotoğrafın kitlesel kullanımıyla birlikte kendi etrafları dışındaki dünyadan da haberdar olmaya başlamıştır. Bu, insanların dünyayı daha iyi tanımasını sağlamıştır. Topluma mal olmuş kişilerin yüzleri, ulusal sınırlar hatta ulusal sınırlar dışında gerçekleşen olaylar herkesin yakınına gelmiştir. Fotoğrafla birlikte insanlar birbirlerine daha da yakınlaşmıştır.²¹

Daguerre'in devrim yaratan buluşunun ticari amaçlarla kullanıldığı 1890'lı yıllara kadar yarım yüzyıldan fazla zaman geçmesi gerekmiştir. O güne kadar kamera görüntüsünün resim kalıplarına kopyalanması gerekiyordu. **Haper's, L'Illustration** ve **The Illustrated London News** gibi gazete ve dergilerin kadrosunda muhabirler yanında ressamalar da bulunmaktaydı.

1900'lü yıllarda Amerika'da bir basın fotoğrafçısı ordusu bulunmaktaydı.²² Yayınlanan görüntülerin hacmindeki sürekli artışla birlikte bu ordu, dünyayı örümcek ağlarıyla örerek gibi kaplamaya başladı. İlgilenilen konu yelpazesi ise neredeyse sınırsız olmuştur. Güney Amerika'daki bir tren kazasından, Central Park'ta güvercin besleyen insanlara kadar herşey fotoğrafçıların ilgi alanlarına dahildir. Ondan önce önemli olaylar daima resimlenmiş, ancak sıradan olayların bile öne çıkması 1900'leri bulmuştur. 1900'lerden sonra artık güçlü bir kitle iletişim aracı olan fotoğraf için iyi bir bakış açısı elde etmek amacıyla güçlü yapılanmalar kurulmuştur.²³ Bu yapılanmalar milyonlarca haber okuyucusunun ve haber organizasyonunun vekili gibi davranmıştır. Halen de aynı çizgide yola devam etmektedirler.

Bugün fotoğraf, telgraf için telefonda sonra yaşanan etki azalması benzeri bir negatif etki ortamı içinde olsa dahi, hâlâ çok güçlü bir araçtır. Robert Capa'nın Normandiya çıkarmasının fotoğraflarını çektikten sonra yayınlamasının dünyada nasıl bir etki yarattığını çeşitli kaynaklardan okuyabilmekteyiz. Pulitzer'in gazetesinde kullandığı fotoğraf tarzının günümüzün fotoğrafçılığını etkilediğini kabul etmeliyiz. Sansasyonel fotoğraflar insanları ve olayları etkileme gücünü hala kaybetmedi.

²¹ Aktaş, **a.g.e.**, s. 41.

²² Crowley ve Heyer, **a.g.e.**, s. 245.

²³ Crowley ve Heyer, **a.g.e.**, s. 245.

Günümüzde de dünyanın bir bölgesinde çekilen bir fotoğrafın dünyanın diğer ucundaki insanların duygularını nasıl etkilediğine zaman zaman bizzat tanıklık edebiliyoruz.

Bugünün teknolojik dünyasında fotoğrafın etkisi yeni iletişim araçlarıyla daha da arttı. Ayrıca fotoğrafçılar ordusuna milyonlarca yeni insan katıldı. Fotoğrafçılık öyle bir hal aldı ki artık herkes istediği fotoğrafı istediği şekilde yayabiliyor, fotoğraflarla dilediği biçimde oynayabiliyor.

1.2.5 Sinema

Daguerre’le birlikte gelişen fotoğraf tekniği kendisinden sonra gelecek olan iletişim aracı için bir yol açmıştır. Ampül Thomas Edison’un önemli buluşlarından biri ve en çok bilineni ama Thomas Edison ampülün yanında sinema tekniğinin atası olan Kinetoscope cihazını da keşfetmiştir. Bu cihazla Edison fotoğraf karelerini ard arda geçirip göstermeyi hedeflemiştir.²⁴ Bu cihazın ardından 1895 yılında Jean Louse Lumiere ve Aguste Lumiere kardeşler görüntü aktarımı için önemli cihazlar olan projeksiyon ve kamerayı birleştirerek sinematografi geliştirmiş ve kayıt altına aldıkları kısa filmleri bu cihaz sayesinde bir perde üzerine yansıtmayı başarmışlardır. Bunun ilk gösterilerini Paris’te topluluklar önünde yapmıştır. İşte bu gösteriler sinema tarihinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir.²⁵ Sinema, gerçek hareketi ve zamanın akışını o anda gösteren fotoğrafın aksine bir dizi durağan görüntüyü, saniyede yirmi dört karenin geçişiyle canlandıran ‘ilizyon’ aracılığıyla süreci tersine çevirir.²⁶ Böylelikle, hareketsiz kareler sinemayla canlandırılırlar.

²⁴ Aktaş, **a.g.e.**, s. 44.

²⁵ aktaran Aktaş, **a.g.e.**, s. 44.

²⁶ Laura Mulvey, **Saniyede 24 Kare Ölüm**, (çev. S. Dingiloğlu) İstanbul: Doruk Yayınları, 2012, s. 29.



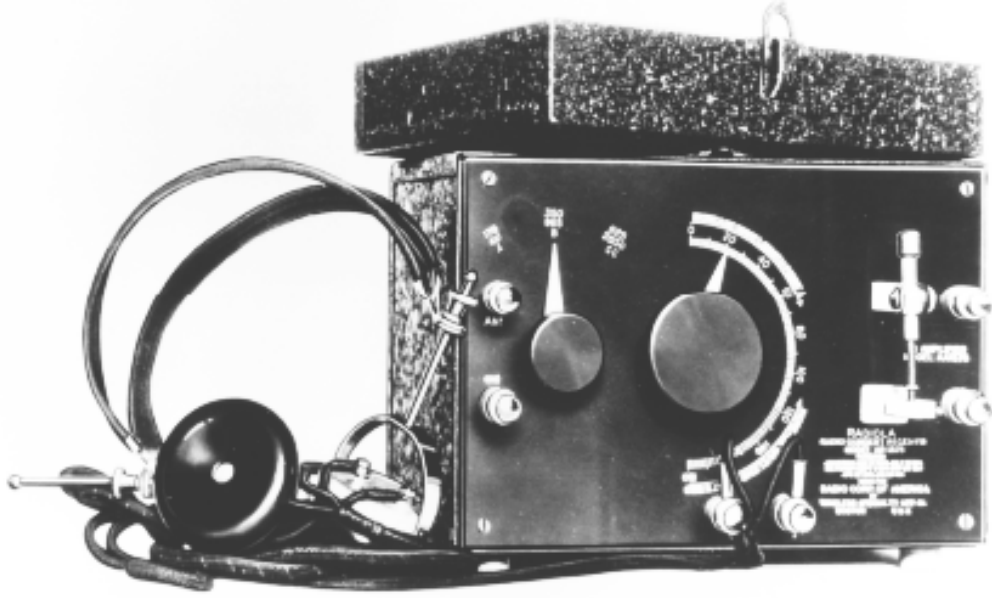
Resim 4. Kinetoscope

Sinema sıradan bir şov olmaktan çıkarak zaman içinde arka planında çeşitli mesajlar veren bir araç haline gelmiştir. Özellikle baskıcı rejimlerde propaganda amaçlı mesajların yer aldığı bir “sanat” dalına dönmüştür. Dünyanın en büyük sinema endüstrisine sahip olan ABD’de Hollywood yapımları savaş, barış ve kriz dönemlerinde müthiş bir propaganda aracı olarak sinemayı kullanmıştır. Örneğin, Vietnam savaşı sırasında yapılan filmler, bu savaşı insanların gözünde meşru gösterme çabalarına sahne olmuştur. Yakın geçmişte bölgemizde yaşanan işgallerde de aynı yöntemle başvurulduğunu görebiliriz. Hakim güçler kendilerini özgürlük götürücüler ve teröre karşı savaşan kahramanlar olarak yansıtırken, düşman hep tek tiptir. İyiler ve kötüler vardır. Bunların kim olduğu bellidir. Amansız mücadeleyi zorlukla da olsa sonunda iyiler kazanır.

1.2.6 Radyo

Her ne kadar radyo Guglielmo Marconi ile anılsa da aslında diğer cihazlar gibi radyo da pek çok çalışmanın sonucunda ve bir evrim sürecinde ortaya çıkmış ve Marconi tarafından son hali verilmiş bir iletişim aracıdır. 1897 yılında Marconi tarafından yapılan kısa dalga iletişim çalışmaları radyonun gelişiminde önemli bir kilometre taşı olmuştur. Yaptığı çalışmalar başarılı olan Marconi, radyonun kitlesel bir iletişim aracı olmasının kapılarını açmıştır. Radyonun çalışma prensibi sesin kayıt altına

alınması ve kaydedilen sesin manyetik dalgalar halinde vericilerden yayılması üzerine kuruludur. Radyo daha sonra içinde vericilerden yayılan bu manyetik dalgaları yakalayan ve bunları tekrar sese çeviren alıcılar sayesinde küçük hoparlörler barındıran kutulardan yayın yapmaktadır.



Resim 5. İlk radyo örneği

Radyonun bulunuşu kitlelerin iletişim toplumuna dönüşümü sağlamıştır.²⁷ Bu yeni işitsel kültür bilgi akışını da hızlandırmıştır. İnsanlar etrafında olan biten hadiseleri radyo denen küçük ve sihirli kutudan zaman zaman tanıdıkları ünlülerin seslerinden, zaman zaman da başka seslerden dinleyerek öğrenmeye başlamıştır. İnsanların radyo dinlemesi haber alma merakını da tahrik etmiştir. Ancak, bu haber alma merakının yanında radyo dinlenilmesinin ilginç bir sebebi daha vardır. O da radyodan yayılan doğal parazit seslerin ve yapay seslerin doğa üstü karmaşasını duymak olmuştur.²⁸ Radyo insanlar üzerinde çok büyük etkiler yaratmıştır. Radyonun kitlesel bir iletişim aracı haline dönmesi radyo üzerinden siyasi propagandaların yapılmasından, çeşitli grupların kendi kimlik ve inançları doğrultusunda insanlara mesajlar vermesine kadar pek çok alanda kullanılmasını sağlamıştır. Radyo televizyonun icad edilmesine kadar en önemli kitle iletişim aracı olarak kabul edilmiştir.²⁹

²⁷ Aktaş, **a.g.e.**, s. 45.

²⁸ Crowley ve Heyer, **a.g.e.**, s. 312.

²⁹ Aktaş, **a.g.e.**, s.45.

1.2.7 Televizyon

Radyonun büyük bir kitle iletişim aracı olması rakipsiz hale gelmesini sağlamıştır. Ancak, 1939 yılında Kuzey Amerika’da ilk televizyon yayının yapılmasıyla radyonun rakipsizlik durumu son bulmuştur. Televizyon ile beraber radyonun üstünlüğü yerini rekabet ortamına bırakmıştır. Televizyon özünde ses ve görüntüyü elektromanyetik dalgalar haline dönüştüren bir vericiden sinyallerin yayılmasından, bu sinyallerdeki ses ve görüntüyü birleştiren alıcılardan ve saniyede 24 kareyi gözün önünden geçirerek görüntüleri harekete geçiren mekanizmadan oluşan bir cihazdır.



Resim 6. İlk televizyon örneği

1. Dünya Savaşı radyonun geliştirilme sürecini nasıl kesintiye uğrattıysa 2. Dünya Savaşı da televizyonun kitle iletişim aracı haline dönüşmesini 10 yıl geciktirmiştir.³⁰ Televizyon savaşların sona ermesinden sonra 1950’li yıllardan itibaren hızla yayılarak büyük kitlelere ulaşmıştır. 1930’larda radyoya hayran olmuş kitleler büyük bir ilgiyle, hatta hayranlık ve şaşkınlıkla televizyona yönelmiştir.³¹ Görüntü kalitesi ve sesin yetersizliği televizyonun bir süre başarısız bir icat halinde kalmasına sebep olduysa da televizyon teknolojisi bu sorunları hızla aşmıştır.

³⁰ Crowley ve Heyer, **a.g.e.**, s. 360.

³¹ **a.g.e.**, s. 360

Televizyon sesli ve görüntülü kültürün birleşimi olmuştur. Seslerin görüntüyle desteklendiği, görüntülerin bir anlatıcı tarafından seslendirilip daha etkili hale getirildiği bu yeni iletişim aracı zaman içinde kitlelerin en büyük eğlencesi olmuştur. Ses ve görüntünün birleşmesi televizyonun etki gücünü çok arttırmıştır. İnsanlar televizyon başında uzun saatler geçirmeye başlamıştır. 1980'lerin sonunda her kanal dakikada 3 bin 600 görüntü sunuyordu.³² Kitleler ülkelerinde veya dünyada olan biten olayları televizyonlardan izleyerek haberdar olması önemli sosyolojik değişimler yaratmıştır. Televizyon haberleri izleyicilerde belirli beklentilerin ve bağımlılıkların oluşmasına yol açmıştır.³³

Televizyon gücünü hala korumaktadır ve kitleler televizyon başında daha uzun vakitler harcamaktadır. Artık televizyon kanalları herkesin ilgi alanına hitap edecek ve onları televizyon başında uzun saatler harcamaya teşvik edecek içerikler üretmektedir. Her evde en az bir televizyon olmasının yanı sıra internet üzerinden televizyon içeriklerine ulaşılabilmesi de televizyonun etki gücünü genişleten bir etken olarak karşımızdadır. Hem internet hem de klasik televizyon yayıncılığının olması, televizyon kanallarına erişimi kolaylaştırdığı gibi televizyonların izleyicileri içerik bombardımanına tutabilme kapasitesini de arttırmıştır.

1.3 Dijital İletişim Teknolojileri

Teknik bilgiye sahip olmayanlar dijital dünyanın olağanüstü ve kavranması zor formüllere ve sistemlere dayandığını sanma eğilimi içine girmektedir. Dijital dünyanın genişliği ve karmaşıklığı bu olguyu beslemektedir. Aslında dijital dediğimiz olgu verilerin sayısal hale gelmesidir. Analog sistemlerde elektrik sinyalleri sürekli olarak değişir ve belli sınırlar içinde her değeri alabilir. Sayısal yani dijital sistemlerde elektrik sinyalleri olduğu gibi iletilmez. Bu sinyallerin yerine bunlara karşılık gelen bir rakam iletilmektedir. Başlangıçta elektronik devrelerin neredeyse tamamı “analog” olarak gerçekleşiyordu. Zaman içinde sayısal devreler çoğaldı ve analog devrelerin yerini almaya başladı. Bugün artık bütün sistemler sayısal değerler üzerine kurulmuştur.

³² Manuel Castells, **Ağ Toplumunun Yükselişi**, 3.b., (çev. E. Kılıç,), İstanbul: Bilgi Ün. Yayınları, 2013, s. 446.

³³ **a.g.e.**, s. 362.

Dijitalleşme en basit anlatımıyla enformasyonun analog halden bilgisayar teknolojisi tarafından okunabilir hale gelmesidir. Dijitalleşme enformasyonun kopması değil, bir formattan başka bir formata dönüştürülmesidir³⁴ Dijitalleşmeyle beraber her enformasyon manipüle edilebilir hale gelmiştir.

Dijitalleşmeyle birlikte kişilerden makinelere doğru, makineler arasında ve hatta makinelerden kişilere doğru gerçekleşen iletişim, kişiler arası iletişim kadar kolay bir hal almıştır. Böylelikle enformasyon çeşitleri arasında ayrımlar seyrelmiş ve her türlü enformasyon bilgisayarlar tarafından kolaylıkla işlenebilecek, depolanabilecek ve iletilebilecek dijital formata kavuşmuştur.

Dijitalleşmenin geleneksel olan şeyleri değiştirdiği gerçeği yok sayılamaz. Analog dönemde bilgi, veri ve haber akışı nasıl değiştiyse, dijitalleşme ile birlikte de bilgi, veri ve haber akışında köklü değişiklikler medyana gelmiştir. Klasik medya araçları yerini “yeni” medya araçlarına bırakmıştır. Dijitalleşmenin yeni medya araçlarına sunduğu en büyük avantaj, dijitalleşmiş enformasyonun elektriksel değerler şeklinde ifade edilmesinden dolayı, elektronik cihazlar tarafından kullanılabilmesi, birbirine dönüştürülebilmesi ve kolayca bir ortamdan diğer bir ortama aktarılabilir olmasıdır.³⁵ Dijitalleşme ile birlikte her türlü bilgi rakamlardan meydana gelen ortak bir bilgisayar diline çevrilir ve bir anlamda tüm veriler ortak bir paydada buluşur. Ses, görüntü ve metin gibi farklı biçimlerdeki enformasyon, değiştirme, birbirine karıştırma gibi her türlü işleme açık hale gelir.³⁶

Bütün bu gelişmeler aslında iletişim teknolojisinin yanında mobil telefon teknolojisinin gelişmesinin de etkisiyle gerçekleşmiştir. Örneğin, GSM ile birlikte haberleşmenin mobilleşmesi bizleri bir yere bağlı kalmaktan kurtarmıştır. Her yerde ulaşılabilir ve heryere ulaşabilir olmamızı sağlamıştır. Aynı zamanda telefonun ilk ortaya çıktığı dönemdeki gibi iletişim doğrudan ve daha hızlı kurulmaya başlanmıştır. WAP sayesinde mobil telefonlarla data alışverişi yapma imkanı ortaya çıkmış GPRS ile bulunduğumuz konum diğerleri tarafından belirlenebilir olmuştur. Yani gittiğimiz yerlere “işaretler” bırakmaya başladık. CD, VCD, DVD ve en son Blu-ray gibi görüntü teknolojileriyle klasik sinema vb. görsel iletiler kitlesellikten bireyselliğe inmiştir.

³⁴ Aktaran Aktaş, **a.g.e.**, s. 59.

³⁵ Ümit Atabek, **İletişim ve Teknoloji**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2001, s. 37.

³⁶ Aktaran Aktaş, **a.g.e.**, s. 60.

Bilgisayar teknolojisiyle bütün enformasyon analog ortamdan dijitale geçmiştir. Artık bütün verilerimiz kağıtlar üzerinde değil bilgisayarın sayısal ortamında sınırsız kopyalama imkanıyla barındırılabilir. 1947 yılında 30 ton çeken ilk bilgisayarın hafıza kapasitesinin 56 kb olduğu düşünülürse, bugün gigabyte hatta terabyte'larca bilgiyi gittiğimiz heryere taşıyabilmemizin ne kadar önemli ve büyük bir olay olduğunu ve teknolojinin ne kadar geliştiğini daha iyi anlayabiliriz.

1.3.1 İnternet

Dijitalleşmenin zirve noktasına internetin ortaya çıkışıyla ulaşılmıştır. İnternet dijitalleşme döneminin tam anlamıyla başlamasını sağlamıştır. Daha önce teknolojik olarak gelişim gösteren iletişim araçları internet sayesinde birbirine bağlantılı hale gelmiştir. İnternet teknolojisi, bilgisayarlaşma ve iletişimi elektronik hale getiren sistemlerin gelişmeleri sonucu ortaya çıkan bir araç olmuştur. İnternetin daha önce kapalı bir sistem olması ve zaman içinde kapalı bir sistem olma özelliğinden sıyrılıp sivil kullanımlara açılması internet teknolojisinin büyük bir hızla yayılmasını sağlamıştır. Sivillerin internet kullanımına başlaması ile birlikte pek çok alanda yenilikler olmuştur. Birçok alışkanlığımız da değişmiştir. Bunlar e- ticaretten, gündelik alışverişlerimize, siyasi partilerin propaganda faaliyetlerinden sivil toplumun tüm alanlarına ve katmanlarına kadar her alanda görülmüştür ve görülmeye devam etmektedir.

Başlangıçta son derece küçük bir bilgisayar ağı olarak ortaya çıkan internet hem iletişim araçlarını birbirine bağlamasından hem de yaşantılarımızı kolaylaştırmasından ötürü büyük bir hızla yayılmıştır. Radyonun ABD'de 60 milyon insana yayılması yaklaşık olarak 30 yıl almıştır. Televizyon bunu 15 yılda yapmıştır. İnternet teknolojisi, dünya çapında bilgisayar ağlarının gelişmesini takiben, 3 yıl içerisinde bunu başarmıştır.³⁷

İnternet teknolojisinin ortaya çıkışı ABD Savunma Bakanlığı'na bağlı araştırma projeleri bürosu DARPA çalışmalarına dayanmaktadır. DARPA'nın amacı savaş ve nükleer saldırı gibi yıkım getirebilecek felaket senaryolarının yaşanabileceği durumlarda askeri bilgisayarlar arasında kesilemeyecek bir iletişim sistemi kurmaktır. İnternetin ortaya çıkışını ve hızla gelişimini sağlayan, yapılan askeri ve stratejik

³⁷ Castells, a.g.e., s. 382.

Çalışmaların yanı sıra, teknoloji ve bilim gibi çalışmaların sonuçlarının birleşimi olduğu anlaşılmaktadır. İnterneti tanımlamak için pek çok kavram kullanılsa da internet bütün iletişim araçlarını birbirine bağlayan yeni ve belki basitçe tek boyutlu olarak tanımlanamayacak bir iletişim aracı olarak varlığını sürdürmektedir.

İnternet teknolojisi bilginin akışını ve insanlar arasında iletişimi mümkün kılmıştır. Bunu diğer teknolojileri ve iletişim araçlarını yarattığı ağlar sayesinde birbirine bağlayarak yapmıştır. Shields internetin, insanların rolü olmaksızın birbiri ile iletişim kuran bir grup veya bir “nesne” olmadığını; yer ve zamanın ötesinde insanları birbirine bağlayan bir ağ olduğunu belirtmektedir.³⁸

İnternet “nesneleri” birbirine bağlamış fakat bilgiye erişim ortalama insanı sınırlayacak ve caydıracak kadar karmaşık bir halde olmuştur. Bu karmaşıklığı çözen sistem 1990’larda İngiliz bilgisayar profesörü Tim Berners tarafından ortaya çıkarılmıştır. Tim Berners CERN laboratuvarlarında çalışırken bugün bildiğimiz adıyla World Wide Web (WWW) sistemini geliştirmiştir. Berns aynı zamanda ilk web tarayıcısı sistemini de geliştirerek kullanıcıların belirli kelimelerle World Wide Web sistemi üzerinden bilgilere ve içeriklere ulaşımını çok kolay bir hale gelmesini sağlamıştır. World Wide Web sistemi internet ağı içinde bireylerin, resmi kuruluşların ve dernekler gibi çeşitli sivil toplum kurumlarının kendi içeriklerini oluşturabilmesini ve yönetebilmesini sağlamış ve aynı zamanda milyarlarca içeriği de bir ağı içinde toplamıştır.

Bütün bu gelişmelere rağmen aramalar sonucu bilgiye ulaşabilen kullanıcılar içeriğe/bilgiye sadece erişebilmiş fakat mevcut bilgilere ve içeriklere herhangi bir katkı yapamadan sayfalardan ayrılmak zorunda kalmıştır. Bu sistem 1. nesil internet sistemiydi ve Web 1.0 olarak adlandırılmıştır. 2. nesil internet teknolojisi internet ağı için bir devrim yaratmıştır. 21. yüzyıla gelindiğinde Web 1.0’ın kısıtlamaları Web 2.0 ile ortadan kalkmıştır. Web 1.0 ile tek taraflı etkileşim sağlanırken Web 2.0 ile çift taraflı etkileşim ağı başlamıştır. Web 1.0’ın aksine 2. nesil internet Web 2.0 ile kullanıcılar diğer kullanıcıların yarattığı içeriklere anlık tepkiler verebilmiş, mevcut içeriklere eklemeler yapabilmiş veya yorumlar getirebilmiştir. Milyarlarca kullanıcı bir ağı üzerinde ortak bilgiler havuzu oluşturabilmiştir. Ritzler **Küresel Dünya** adlı

³⁸ Aktaran Aktaş, a.g.e., s. 52.

eserinde; Web 2.0 üzerinde işlem yapanalara, tüketmiş oldukları “şey”leri aynı zamanda üretmiş olduklarından üretici-tüketiciler (prosumers) denildiğini söylemektedir.³⁹

1.3.2 Dijital Mektuplar / E- Posta

Mektupların yazılı iletişimin ana aracı olduğu zamanlarda iletinin ulaşması için belirli bir zamana ihtiyaç duyulmaktaydı. İnternet teknolojisi ile birlikte yaşanan gelişim mektup ile iletişim yöntemini de değiştirmiştir. Elektronik posta, iletilerin bir bilgisayardan başka bir bilgisayara ya da bilgisayarlara gönderilmesine olanak sağlayan bir iletişim sistemi olarak adlandırılmaktadır.⁴⁰ Bilgiler/mesaj elektronik sistemsel kodlar halinde bilgisayar yazılımları üzerinden internet ağı kullanılarak alıcılarına ulaştırılır, cihazlar bu dijital kodları çözerek içeriği kullanıcıya sunar. Bu bir bakıma klasik mektupların dijitalleşmesi anlamına gelmektedir.

E-postalar günümüzde en çok kullanılan haberleşme yöntemlerinden biri olarak hayatımızdadır. Gitgide güçlenerek varlığını sürdüren iletişim yöntemlerinden biridir. E-posta sistemi internetin çıkışından beri kullanılmaya devam eden en yaygın ve yegane eşzamansız olan sistemdir.⁴¹ Günümüzde pek çok iletişim yöntemi dolaşımda olan bilgilerin ya da üretilen içeriklerin internet ağı ile ulaştırılması sayesinde eş zamanlı olmuştur. Ancak, e- posta bu eşzamanlılık ortamından farklı bir sistemdir. Bize gönderilen e-postaları hibritleşen ve internet ağına bağlı teknolojik aletlerden alabilmekteyiz. E- posta erişimine bireylerin kendisinin hakim olması, iletilen içeriğe maruz kalma zamanını kullanıcının inisiyatifine bırakmıştır. Öğlen gönderilen bir içeriğe dilersek hemen ya da iki gün sonra erişebilmekte, eriştikten sonra tepkimizi/cevabımızı dilediğimiz zaman verebilmekteyiz.

1.4 Mobilleşme

Mobilleşme dediğimizde ilk aklımıza gelen şey şüphesiz ki akıllı telefonlardır. Akıllı telefon furyası Apple firması tarafından 2007 yılında çıkarılan ilk iphone ile başlamıştır. Steve Jobs ilk iphone cihazını tanıtırken bu cihazın bir devrim yaratacak olduğunu üstüne basa basa vurgulamıştır. Iphone gerçekten de bir devrim yaratan bir

³⁹Aktaş, **a.g.e.**, s. 53.

⁴⁰**a.g.e.**, s. 54.

⁴¹**a.g.e.**, s. 54.

cihaz olmuştur. Çünkü iphone ile başlayan akıllı telefon döneminde bir süre sonra piyasaya sunulan akıllı telefonlar sadece bir telefon olmakla kalmamış, aynı zamanda her yönüyle hayatımıza girmiştir. Günlük olarak yaptığımız pek çok işi ve çeşitli yöntemlerle kurduğumuz iletişim şekillerini tek bir cihazda toplamayı başarmıştır.

Dünya çapında akıllı cihazlar artık neredeyse her bölgede vardır. Bütün ülkelerin nüfuslarının büyük çoğunluğu mobilleşmiş durumdadır. wearesocial.com sitesinin dünya üzerinde yaptığı ve raporunu 2016 yılında yayınladığı araştırmaya göre 79 milyonluk Türkiye nüfusunun 71 milyonu mobilleşmiş durumdadır.⁴² Hatta bu oran Ocak 2015'ten beri %2'lik bir artış göstermiştir. Bilgisayar üzerinden ağlara erişim süresi günde ortalama 4 saat 14 dakika iken, mobil olarak ağlara erişim süresi günde ortalama 2 saat 35 dakikadır.⁴³ Aradaki fark gitgide kapanmaktadır. Artık her işimizi mobil cihazlarımız üzerinden görmekteyiz.

Mobil teknolojilerin giderek daha da gelişmesi ve internetin mobil teknoloji ile birlikte kullanılabilir hale gelmesi medya da dahil olmak üzere pek çok alanda değişiklik yaratmıştır. Mobil teknolojilerin bilgisayarların yapabildiği pek çok işi yapabilmesi günümüzde bilgisayarlara olan bağılılığımızı bir ölçüde ortadan kaldırmıştır. Bu gelişmelere istinaden bilgisayar satışlarında üst düzey oyun ve özel mesleki alanlarda kullanılan bilgisayarlar dışında düşüş yaşanmaya başlamıştır. Çünkü bilgisayarın sahip olduğu pek çok özellik mobil akıllı cihazlarda var ve hatta bazı durumlarda mobil telefonlar daha fazlasını yapabilecek kapasitededir. Bilgisayarlar ve mobil teknolojinin iç içe geçer olması başka bir terimi gündemimize getirmiştir. Bu iki cihazın birbirinin işini yapabilir olması hibritleşme yani melezleşme konusunu da ortaya çıkarmıştır.

1.5 Hibritleşme

Mobilleşen iletişim teknolojisi internet sayesinde hibritleşmiştir. Akıllı telefonların fonksiyonlarının giderek çoğalması akıllı telefon kullanıcıların iletişim teknolojisi kullanım kabiliyetlerini de arttırmıştır. Önceden sadece konuşma yapabildiğimiz telefonların artık akıllı teknolojiye sahip olması aynı cihaz üzerinden pek çok eylemi, faaliyeti gerçekleştirebilmemizi sağlamaktadır.

⁴² <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2016).

⁴³ <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2016).

Başlarda bilgisayarlarla yapabildiğimiz e-posta gönderimlerini şimdi akıllı teknoloji sahibi mobil cihazlarımızla da gerçekleştirebilmekteyiz. Ya da bilgisayar gerektiren bir işlemi yine bu cihazlarımızla hayata aktarabilmekteyiz. Cihazlarımız artık sadece mobil telefonlarımız değil aynı zamanda cep bilgisayarlarımızdır. Spor aktivitelerimizden, not defteri olarak kullanılmasına kadar pek çok şey bu hibritleşmeyle bir cihazdan yapılabilir hale gelmiştir.

Önceki bölümde bahsedilen bilgisayarların ve mobil cihazların iç içe geçmesi durumu çeşitli akıllı cihazların da hayatımıza dahil olmasıyla daha farklı bir boyut kazanmıştır. Bugün sadece akıllı telefonlara değil aynı zamanda çeşitli markaların ürettiği, farklı özelliklere sahip giyilebilir akıllı teknolojiye de sahibiz. Bunun en güzel örneği akıllı saatlerdir. İçinde bulunduğumuz zaman dilimini öğrenmemize ve gün içinde ya da ileriye dönük o saat dilimine göre planlar yapmamıza yardımcı olan saatler artık tabletlerin ve mobil akıllı cihazların hatta bilgisayarların yapabildiği pek çok şeyi yapabilmektedir. Akıllı telefonlarda maillerimizi kontrol edebiliyorduk. Artık akıllı saatlerimizle de bunu gerçekleştirebilmekteyiz.

Mobil cihazlarımızdan ve bilgisayarlarımızdan mesaj gönderebilmekteyiz. Akıllı saatlerimizle de bunu yapabilmekteyiz. Akıllı telefonlarımız cebimizdeyken hareket kayıtlarımızı tutabilmektedir. Artık akıllı saatlerimiz de bunu yapma özelliğine sahip haldedir. Hatta bu saatlerle sesli ve görüntülü iletişim kurabilmemiz bile mümkündür. Anlaşılacağı üzere akıllı teknolojiye sahip cihazlar bir zamanlar farklı cihazlarda ayrı ayrı bulunan bütün özelliklere sahip olmuş durumdadır. Bu, farklı cihazların tek bir cihaz haline dönüşmesine, yani hibritleşmesine/melezleşmesine sebep olmuştur.

“Mobil iletişim teknolojileri sayesinde, analog iletişim araçları ile dijital iletişim araçlarının birlikte kullanılması, yani hibritleşmesi iletişim araçlarının medya sektöründe görüleceği ve yaygınlaşacağı bir döneme tanıklık etme ihtimali çok yüksektir.”⁴⁴ Geleneksel iletişim araçlarının hibrit iletişim araçlarına dönüşümünün diğer bir katalizörü olan arttırılmış gerçeklik (Augmented Reality) uygulamalarının muhtemelen daha da geliştirildiğine ve insanlar tarafından yaygın bir şekilde kullanıldığına tanıklık edilecektir.⁴⁵

⁴⁴ Aktaş, a.g.e., s. 72.

⁴⁵ a.g.e., s. 72.

İKİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL AĞLAŞMA

Bilgisayarlar, akıllı cep telefonları, tabletler, akıllı saatlerle toplumlar daha önce benzeri görülmedik şekilde birbirine bağlanmıştır. Bu yüzden toplumsal ağlaşma üzerine durmak gerekmektedir.

2. Dünyanın Birbirine Bağlanması

Dünya bir zamanlar çok büyüktü. Hepimiz bu uçsuz bucaksız yer kürenin bir köşesinde kendi halimizde yaşamımızı sürdürüyor ve dünyanın geri kalanına ya pek ulaşamıyor ya da ulaşmak, insanlardan, olaylardan haberdar olmak için uzun uğraşlar vermek zorunda kalıyorduk. Örneğin Avrupa’da ne olup bittiğini, nelerin değiştiğini kuşaklar önce oraya yerleşmiş akrabalarımız bayram ziyaretlerine geldiğinde öğreniyorduk. Her türlü teknolojik değişimden onların bahsettikleri veya getirdikleri ölçüde haberdar oluyorduk. Aslında internet öncesi dünyada bazı büyük devletler haricinde kalan bütün ülkeler birçok bakımdan aynıdır. İletişimde zaman ve mesafe kavramı vardır ve bunlar çok defa başa çıkmaya çabalamaktan bıktığımız bir engeldir.

Dünya hızla değişti. Fakat değişimin çekirdeği Türkiye olmadığı için biz bu değişikliğin ayak seslerini pek duyamamıştık. Ta ki 12 Nisan 1993’te Türkiye’de yapılan ilk uluslararası internet bağlantısına kadar. Ancak, bu bağlantı da bizim hayatımızı hemen ve geniş çapta değiştirmemiştir. Dünyanın hala çok büyük olduğuna inanmaya devam edilmiştir. Çünkü 1993 yılında internete bağlanmak ancak belli bir zümrenin yapabileceği bir şeydi. Yani, yaygın tabirle online olmak, internet bağlantısı çalışmalarını Türkiye’de uygulayan Ortadoğu Teknik Üniversitesi’nin elinde tuttuğu bir ayrıcalık olmuştur.

İnternet birden bire ortaya çıkmamıştır. Öncesinde dünyanın bir ucunda bu gelişim için bir dizi çalışmalar yapılmış ve girişimlerde bulunulmuştur. Daha önce de söz edildiği üzere 1970’li yıllarda Amerikan Savunma Bakanlığı internetin atası olan ARPANET adlı bir sistemi devreye sokmuştur. Bu kapalı bir sistemdir ve sadece askeri amaçlar için kullanılmıştır. Aslında sistemin öncelikli amacı doğal afetler, nükleer felaketler ve savaş gibi durumlarda bilgi akışını sağlamak olarak planlanmıştır. İlk olarak dünyada sadece 15 adet bilgisayar birbirine bağlanmıştır. Bu teknik tamamen kendi içine hapsolmuş, dışarıyla irtibatı bulunmayan, kapalı bir sistemdi. Yani sıradan

insanlar için bir faydası yoktu. İlerleyen dönemlerde bu iletişim yönteminin sivil kullanıma açılması fikri yoğunluk kazanmıştır. O sıralarda üniversiteyi yeni bitirmiş bir matematik mühendisi olan Vinton Cerf adlı bilim insanı doğuştan işitme engelli olan karısının dünya ile iletişime geçebilmesi için ARPANET’i ilham alarak çalışmalar yapmıştır. İlk e-mail yine 1973 yılında ARPANET’e bağlı bilgisayarlar arasında Roy Thomson tarafından atılmıştır. Bu çalışma bugün kullandığımız internetin temel yapı taşı olan bilgisayarların veri alışverişini organize eden TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol) olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu sistem bilgisayarların veri alış/verişlerini organize eden ve böylelikle verilerin bir yerden başka bir yere gitmesine olanak tanıyan şu an kullandığımız sistem olarak karşımızda durmaktadır. Bu sistem 1983 yılında ARPANET üzerinde aktif olarak kullanılmaya başlamıştır. Akabinde yine 1983 yılında DNS sistemi (Domain Name System), yani edu, gov, com, org sistemi devreye girmiştir. 1984 yılında symbolic.com tescil ettirilen ilk isim olarak tarihe geçmiştir. DNS sistemi internetin özel kullanımına başlanabilmesini sağlamıştır. Ancak, yine de o an elde ettiğimiz internet sistemi şu an elimizde olan imkanları bize sunamamıştır. İnterneti mesaj gönderici olarak kabul edecek olursak o ana kadar sadece verilen mesajları alabiliyorduk. Daha sade ve açıklayıcı tabir ile sadece bize verilen içeriklere erişebiliyorduk. Erişmek dışında hiç bir imkanımız olmamıştı. İçeriklerle etkileşim kuramadığımız için kontrol tamamen içeriğin bize geldiği kaynakta olmuştur. Bilgi alışverişinde bulunmak, var olan içeriklere katkı sağlamak olanaksızdır. Bu sebeple kullanıcılar günümüzde olduğu gibi internet dünyasının bir parçası olma niteliğini kazanamamıştır.

İçeriklerle etkileşime girmenin eksikliği kullanıcıların internetin cazibesine kapılmasını engellemiştir. Ancak, bu sorun Web 2.0 ile çözülmüştür. Web 2.0 ile kullanıcılar sistemin birer parçası haline gelmiştir. Web 2.0 mesaj almakla kalmayıp alınan mesaja anında tepki verme, içeriklere müdahale edebilme, hatta kendi içeriklerini ve web sayfalarını oluşturma gibi imkanlar tanıyarak herkesi birer içerik üreticisi haline getirmiştir. Böylece bilgi paylaşımı tek yönlü olmaktan çıkıp karşılıklı alışverişe dönüşmüştür. Günümüzde karşımıza çıkan sosyal ağlar Web 2.0 sayesinde hayata geçebilmiştir. Dünyanın büyüklüğü internet ve Web 2.0 sayesinde önemsiz kalmıştır. Web 2.0 içerik üreticisi olmamızın yanı sıra, zaman farklılığını ortadan kaldırarak, iletişim-zaman-mesafe ilişkisini kökten değiştirmiştir. www.internetworldstats.com adlı internet sitesinin 2016 raporlarına göre dünya nüfusunun ortalama yüzde 50.1’i aktif

olarak internet kullanılmaktadır. Bu sayıyı bölgelere göre ayırdığımızda ise şu tablo karşımıza çıkmaktadır:

Tablo 1. Bölgelere göre internet kullanım oranları

BÖLGELER	NÜFUS	DÜNYA NÜFUSUNA OR.	ONLİNE NÜFUS 30 Haziran 2016	ARTIŞ HIZI 2000-2016	KENDİ NÜFUSUNA ORANI
ASYA	4.052.653.889	%55,2	1.846.212.654	%1.515	%45.6
AVRUPA	832.073.224	%11.3	614.979.903	%485.2	%73.9
LATİN AMERİKA	626.119.788	%8.5	384.751.302	%2.029	%61.5
AFİRKA	1.185.529.578	%16.2	340.783.342	%7.448	%28.7
K. AMERİKA	359.492.293	%4.9	320.067.193	%196.1	%89
Ortadoğu	246.700.900	%3.4	141.489.765	%4.207	%57.7
Okyanusya	37.590.820	%0.5	27.540.654	%261.4	%73.3
DÜNYA TOPLAMI	7.340.159.492	%100	3.657.824.813	%918.3	%50.1

Kaynak: internetworldstats.com

TÜİK'in 2016 yılı içinde yayınlamış olduğu araştırmaya göre Türkiye'de internet kullanan bireylerin %61.8'lik oranı kamu hizmetlerinden yararlanmak için kullanmıştır.⁴⁶ İnternetin yarattığı bu kökten değişimler hayatımızın her alanında kendini süratle göstermiştir. Yaşam koşullarından günlük ihtiyaçlarımıza kadar her şey bu teknoloji sayesinde şu veya bu ölçüde şekil değişmiştir. Hatta kuşak farklılıklarını bile artık analog ve dijital olarak ayırmamız mümkün hale gelmiştir. 2000'li yıllar öncesi dönemler bu teknolojinin gelişim sürecidir ve o dönemlerde doğanlar analog dünyanın nimetlerinden faydalanırken yeni teknolojinin doğuşuna bizzat şahit olmuşlardır. Analog'tan dijitalle bu süreci yaşayarak geçiş yapmışlardır. Fakat 2000'li yılların nesilleri doğrudan bu teknoloji içinde doğmuş ve erişkinliğe geldiklerinde bu teknolojiyle iç içe geçerek yaşamaya başlamıştır. Konumuza yeni bir bakış açısı katarak, yeni nesilleri dijital doğanlar olarak adlandırabiliriz. Ancak, İnternet 1993

⁴⁶ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> Erişim Tarihi: 20 Ocak 2016

yılında kullanılmaya başlansa da bizim onu bugün bildiğimiz haliyle kullanmaya başlamamız 2007 yılında ADSL sistemine geçişle başlamıştır.

2.1 Analog Doğanlar ve Dijital Doğanlar

20. yüzyılda dijitalleşmeden önce doğanlar ile 21. yüzyılda dijitalleşmenin zirvede olduğu dönemde doğanlar arasındaki sistemsal bakış açısı, düşünme ve beyin yapısı birbirinden farklıdır.⁴⁷ Bunu kendi yaşantımızda ailemizle olan ilişkilerimizden bile anlayabilmekteyiz. Zira zaman zaman kaba tabiriyle kuşak farklılığı dediğimiz olay aslında tam olarak budur. Yani düşünme, bakış açıcı, davranış biçimleri ve algılama şekillerimiz önemli ölçüde içinde doğup büyüdüğümüz, öğrendiğimiz koşullardan dolayı farklıdır. 20. yüzyılda doğan insanlar haber almadan iletişim kurmaya, dünyaya açılmadan ihtiyaçlarını gidermeye kadar her şeye bakarken büyük ihtimalle insan beynindeki “rasyonel” kısımları kullanmaktaydı. Yani haber almak için sıradan gazeteler, haberleşmek için mektuplar, standart telefonlar vb. gibi şeyler yeterliydi. Düşünce yapısı ona göre şekillenmişti.

Ancak, 21. yüzyılda hızla değişen dünya onlar için bazı şeyleri anlamlandırmak açısından karmaşık bir hâl almıştır. 20. yüzyılda insanların televizyon izlemek için evlere ihtiyaçları vardı. Haber almak için analog basılan bültenlere, konuşmak için kablolarla birbirine bağlı telefonlara ve bunlar gibi pek çok şeyi yapmak için zaman ile mekanı birbirine bağlı olarak kullanan araçlara gerek duyarlardı. Haber almak için gazete bayisine gitmeleri ya da o gün ülkede ve dünyada nelerin olup bittiğini öğrenebilmek için akşam haberlerini izlemeleri gerekirdi. Bunun için de belirli saatlerde televizyonların başında olmaları elzemdi. 21. yüzyılda tamamen değişmiştir. Dijital doğanlar dediğimiz nesil zaman ile mekanın birbirlerine olan ölümcül bağılıklarının dışına çıkabilen bir sistematik içine doğmuşlardır.

Buna en güzel örneklerden biri olarak iki kuşak arasındaki okuma biçimleri farklılığı gösterilebilir. Analog doğanlar bizim bildiğimiz okuma biçimini, yani soldan sağa satırlardan başlayarak sırayla aşağıya doğru okuma yöntemini kullanmaktadır. Buna karşılık dijital doğan nesil dijitalleşmenin ortaya çıkardığı F tipi okuma denen yöntemi uygulamaktadır.⁴⁸ Bu nesil yine sol baştan okumaya başlamakta, ancak

⁴⁷ Serdar Turgut, **Yeni Medya, İstanbul**: Destek Yayınları, 2013, s. 31.

⁴⁸ a.g.e., s. 39.

algılama biçimleri farklılık göstermektedir. Standart okuma sisteminde karşımızdaki metni baştan sona okurken 21. yüzyıl nesli başından başladığı metni okumaya bir kaç satır sonra doğrudan aşağılara geçerek devam etmektedir. Hatta bu metin içinde kelimelerin ifade ettiği bilgileri daha iyi algılayabilecekleri içeriklere ulaşmalarına imkan tanıyan metnin ve görselin iç içe geçtiği bilgilere ulaşabilecekleri hyperlink⁴⁹ kullanmaktadır.

Nörolojik çalışmalarda beynimizin şekillenmesini sağlayan kısımlarda elastikimsi sinir uçlarının olduğu anlaşılmıştır. Bir yeni alışkanlığı edinirken birbirlerine bağlanan sinir uçları birbirinden ayrılarak başka sinir uçlarıyla birbirlerine tutunmaktadırlar. Bu şekilde sağ elini kullanan birisi sol elini ne kadar kötü kullansa da sol elini de sağ eli gibi kullanabilmesi için farklı sinir uçlarının birbirine bağlanması gerekmektedir. Dijital doğan nesil gelişim çağında doğrudan dijitalleşme içinde yetişeceğinden beyindeki sinirler o koşullara göre şekillenirler. 10 yaşına gelen bir çocuğun internet, akıllı telefonlar, tabletler gibi teknolojiler ile içli dışlı olduğunu düşündüğümüzde bu çocuk analog yaşamın nasıl bir şey olduğu hakkında bir fikre sahip olamayacaktır. Bu fikre sahip olamayacağı gibi dünyayı algılayış şekli de keskin bir şekilde farklılık gösterecektir.

1990'lı yıllarda cep telefonları hayatımızdaki en ileri teknolojik aletler konumundaydı. En sıradan telefonlar bile bizden müthiş bir ilgi görüyordu. Kablolu ev telefonlarıyla konuşmak bizleri mekana bağlı kılmış, sabit bir yerde durma zorunluluğu özel alan kavramını yok etmiştir. Çünkü genelde kablolu ev telefonları ev halkının bütününe hitap ediyordu ve onları diğerlerinin de kullanabileceği ortak alanlarda muhafaza etme zorunluluğu vardır. Cep telefonları bunu kırmıştır. Mekana bağlı kalma zorunluluğu bitmiş ve herkesin istediği kişiye doğrudan ulaşma imkanı oluşmuştur. Bugün telefonların artık akıllı telefon teknolojisiyle üretilmesi ve internet ağlarına bağlanabilme özelliğiyle geliştirilmesi, mekana bağlılığı hatırlayanlar için aradaki farkı anlamının en kolay yönüdür. Yine 10 yaşında çocuk örneğiyle devam edecek olursak, o çocuğun sadece konuşma özelliği olan cep telefonlarının aslında analog dönem insanları için ne kadar büyük bir değişim getirdiğini hangi yaşa gelirse gelsin tam olarak algılaması mümkün değildir. Çünkü o ve dahil olduğu 'Dijital Doğanlar' nesli neredeyse mevcut bütün teknolojilerin melezleştiği bir dünyada yaşamaktadır.

⁴⁹ Kullanıcıların web sitelerindeki içeriklerde ya da online olarak yaptıkları okumalarda konuyla ilgili görsel, işitsel ve yazılı bilgilere ya da hepsinin bir arada olduğu bilgilere ulaşmasını sağlayan linkler.

Daktilolar bir dönem insanının ‘bilgisayar’larıdır. İlk bilgisayarların sadece yazı yazma işine yaradığını düşündüğümüzde bu örnek pek şaşırtıcı olmamaktadır. İçine mürekkep depolanabilen küçük hazneleri bulunan kalemlerden mürekkebin her harfi ayrı ayrı ıslatıp kağıda basabildiği küçük kutulara geçiş büyük bir teknolojik gelişmedir. İçinde bulunduğumuz dönem artık neredeyse devlet daireleri dışında mürekkebin önemini ortadan kaldırmak üzeredir. Okul eğitimleri bile artık tabletlerden yapılmaktadır. Hatta Fatih projesiyle tahtalar dahi akıllanmıştır. İlkokuldan başlayarak neredeyse hiç kalem kullanmadan, mürekkebe ihtiyaç duymadan eğitim hayatı tamamlanabilir. Hatta öyle ki bu dönemde kitaplara ihtiyaç da yok denecek kadar azdır. Kara tahtalardan boyalı kalemlere, daktilolardan bilgisayarlara ve nihayet akıllı tahtalara ve tabletlere uzanılmış dönemde eğitim alan, yetişen bir bireyin algılama sistematığı tabii ki farklı olacaktır. Bunun sonucu olarak yaşamı algılama şekli ve beyindeki nöronlar, yani sinir uçlarının o şekilde şekillenmesiyle -yine radikal bir bakışla- algılama biçimi tamamen elektriksel dijital kodlar olan 0 ve 1 halini alır, alıyor ve almaya devam etmektedir. Yani bugünün yeni nesli, dijital doğanlar, dünyayı analog olarak değil aksine dijitalleşmiş bir dünya olarak yaşamaktadır. İki nesil arasındaki fark gittikçe açılmaktadır.

2.2 Dijital Evrimleşme Dönemi

Akıllı telefonlar, bilgisayarlar, akıllı televizyonlar, akıllı saatler, akıllı ev alet ve gereçleri vb. Artık dijital teknolojiyle çalışan ürünleri saymamız gittikçe zorlaşmaktadır. O kadar fazla sayıda ürün geliyor ki teknolojinin hızına yetişmek çok zor görünmektedir. Bu kadar yüksek teknolojiye sahip ürünler aslında çok basit bir Aşıl Tendonu’na sahiptir. Adı geçen ve geçmeyen teknolojik aletlerin maalesef pek çoğu tek başlarına bir işe yaramaz hale gelmiştir. Peki yüksek teknolojiye sahip ve yüksek ücretler ödeyerek sahip olunabilen bu aletleri etkisiz hale getiren nedir? Tabii ki internet yoksunluğudur. İkinci bölümün birinci konusu olan ve dünyayı birbirine bağlayan internet aynı zamanda yüksek teknoloji ürünleri de birbirine bağlamaktadır. İnternetin yokluğunda ise ne kadar akıllı desek de bu cihazların her biri ya analog dönem teknolojisine dönmekte ya da tamamen devreden çıkmaktadır.

Konuya uzaktan baktığımızda ortaya yine bir hibritleşme çıkmaktadır. Akıllı cihazlar internetsiz bilgi alamamaktadır. Bilgisayarlar daktilolaya, saatler sadece zamanı

gösteren aletlere dönmektedir. Eskiden cep telefonumuzu bir yerlerde unutsak kendimizi çıplak hissederken şimdi internete bağlı olmayan bir ortamda bulunmamız ya da internete bağlı olmayan bir aletimizin olması bize aynı duyguyu yaşatmaktadır. Akıllı teknolojiye sahip ürünlerin çoğunu kullanan biri olarak internet sayesinde birbirine bağlı olmayan teknolojik ürünlerin insan üzerinde nasıl bir etki yaptığına bire bir şahit olmuştum.

Peki internet sadece akıllı ürünleri birbirine bağlayarak mı bir evrimleşmeye sebep olmuştur? Bunu söylersek hata etmiş oluruz. Evet internet bir evrimleşmeye sebep olmuştur, ancak, bu evrimleşme akıllı teknolojiyi de içine alan çok geniş bir yelpaze teşkil etmektedir. İnternet hayatı evriltmiştir. Hayatın içinde ise akıllı teknolojilerden iş kollarına kadar pek çok şey mevcuttur.

2.2.1 İş Kollarındaki Evrim

İş kollarına bakacak olursak internetin her yerde kullanıldığını görmekteyiz. Meselâ artık ticaretle uğraşanların internetten bağımsız iş yapmaları neredeyse imkansızdır. Bunun yanında dijitalleşme hem bazı meslek gruplarının evrimleşmesine hem de bazı meslek kollarının ortadan kaybolmasına ya da neredeyse etkisiz hale gelmesine sebep olmuştur. Bu neredeyse her iş kolunda böyledir. En basit şekliyle örneklemeye başlarsak, günümüzde hem akıllı telefonlar hem de bu teknolojinin internete bağlanması sayesinde ulaşım sektörü çağ atlamıştır.

Hepimiz zaman zaman taksi kullanmaktayız. Analog dünyada taksi kullanmak için yol kenarlarına çıkmamız yoldan geçen boş bir taksiyi durdurup gideceğimiz yere ulaşabilmemiz gerekmektedir. Ülkemizde yakın zamanda başlayan ve kullanımı hızla yayılan Bitaksi uygulaması bu hizmeti hibritleşen teknolojiyi kullanarak sunmaktadır. Firma CEO'su Nazım Sulan 2013 yılında Webrazzi adlı internet sitesiyle yaptığı mülakatta İstanbul'da 350 civarında ticari taksinin bu uygulamayı kullandığını açıklamıştır. Yine bu uygulamayı zaman zaman kullanan birisi olarak kendi tecrübelerime dayanmak suretiyle söylersem iletişim teknolojinin ulaşım gibi farklı alanlarda kullanılmasından son derece memnunum ve beklentilerim gitgide artmaktadır. Sadece ulaşım da değil neredeyse her alanda her türlü ihtiyacımızı internete entegre olmuş teknolojiler sayesinde giderebilmekteyiz.

2.2.2 E-Ticaret

Bölümün başında iş kollarından bahsedilmişti. Bu kolların en önemlisi tabii ki e-ticarettir. E-ticaret deyince aklımıza doğal olarak dünyanın en büyük e-ticaret şirketi Amazon gelmektedir. 2015 yılı için sadece Amerika'da 107 milyar dolar net kâr elde eden Amazon bize internetin evrimleştirdiği ticaret alanını en güzel örnekleyen sitedir.⁵⁰ Elektronikten ev araçlarına, kitaptan mutfak ihtiyaçlarına kadar her şeyi bulabildiğimiz site en basit şekliyle, kitap almak için kitapçıya, elektronik eşya almak için elektronik mağazasına, eğer Amerika'da yaşıyorsanız mutfak ihtiyaçları için markete gitme alışkanlıklarına kadar değişiklikler yaratmıştır. Türkiye'de de bu tür siteler vardır. Örneğin Türkiye'de yemek alışkanlığımızı değiştiren www.yemeksepeti.com sitesi herkesin hayatındaki en hayati ihtiyaçlardan birine ulaşımı son derece basit bir hale getirmiştir. Yine TÜİK'in raporuna göre İnternet üzerinden alışveriş yapan bireylerin 2015 yılı Nisan ile 2016 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde %60'ı giyim ve spor malzemesi, %29,7'si seyahat bileti, araç kiralama vb, %25,8'i ev eşyası (Mobilya, oyuncak, beyaz eşya vb), %21'i elektronik araçlar (Cep telefonu, kamera, radyo, TV, DVD oynatıcı vb.), %19,8'i gıda maddeleri ile günlük gereksinimler (çiçek, kozmetik, tütün ve içeceklerin de dahil) satın almıştır.⁵¹

Mesleklerin evrilmesinden bahsederken tabii ki gözden kaçan pek çok detay vardır. Bunlardan biri iletişimdir. Yani posta. Postacılar artık neredeyse resmi evrak ulaştırma dışında iş yapmamaktadır. Eskiden mektuplar yazılır ve postahanelerden gönderilirken şimdi internet, akıllı telefon gibi etkenlerden dolayı postahanelerin yolunu unutmuş durumdayız. Mektupların yerini e-postalar, kısa mesajlar, görüntülü konuşmalar vb. gelişmeler doldurmuştur. Mektup ya da her hangi bir belgeyi göndermek için ciddi bir zaman gerekmekteydi. Hibrit teknolojiler bu zamanı ortadan kaldırmıştır.

E-Ticaret işin işine girince, tüketiciye yani kullanıcılara ulaşmak çok daha kolay bir hale gelmiştir. Sonuçta her kullanıcı dijital çağda potansiyel bir tüketicidir. Ve tabii ki reklamcılık da değişimden nasibini alan kollardan biri olmuştur. Reklamcılık internet ve dijitalleşmeyle evrimleşen bir sektör olma niteliğini kazanmıştır. Dijital reklamcılık televizyon reklamcılığından daha farklı ve dikkat çekebilmek için iyi bir strateji izlenmesi gereken bir alandır. Çünkü artık internet üzerinden yüzlerce hatta binlerce

⁵⁰ <https://www.statista.com/topics/846/amazon/> Erişim Tarihi: 3 Kasım 2016.

⁵¹ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> Erişim Tarihi: 20 Ocak 2017

reklam içeriğine denk gelebilmekteyiz. Bu kadar çok standart içeriğin olduğu yerde reklam anlamında farklı bir şey yapılmalı ve kullanıcının dikkati çekilmelidir. Webrazzi sitesinde yayınlanan IAB Türkiye bürosu 2016 raporuna göre Türkiye’de dijital reklam yatırımları 900 milyon TL’yi geçmiş durumdadır.⁵²

Bu rakamlara bakınca internet ve diğer teknolojik gelişmelerin bizlerin hayatını ne denli etkilediği açıkça görülmektedir. Zira artık teknoloji araç olmaktan çıkarak bizler için hayatımızı sürdürmemizi sağlayan bir vazgeçilmez olmuştur. İlginç olan durumlardan biri hem diğer büyük şirketlerin potansiyel hedefi olmamız hem de kendi girişimimizi hayata geçirmek üzere bu büyük şirketleri yatırım için kendi potansiyel yatırımcı hedefimize koyabilmemizdir. Bunu yapabilmemiz için ihtiyacımız olan tek şey iyi bir fikirdir. Kickstarter ya da Indigogo gibi siteler dünyanın her yerinden internet kullanıcılarına iyi bir ticari fikri hayata geçirmeleri için olanak tanımaktadır. Fonlayıcılarla proje sahibi kullanıcıları çok başarılı bir şekilde bir araya getirmektedir. Yani artık internet kullanan bizler, ticaret yapmak için ya da iyi bir projeyi hayata geçirmek için gerekli desteği alabileceğimiz potansiyel insanlara rahatlıkla ulaşma imkanına sahibiz. Ulaşılabilirlik kavramı üst düzey yöneticiler, devlet yöneticileri gibi belli bir sınıf dışında neredeyse herkes için geçersiz hale gelmiştir. Aynı şekilde, bizler de her şekilde ve her alanda ulaşılabilir hale gelmiş durumdayız. Kickstarter’ın kendi sitesinden açıkladığı verilere göre kuruluş çeşitli kullanıcılar tarafından başlatılan 11.091 proje için dünyanın çeşitli yerlerinden fonlayıcılardan net rakam olarak 2,720,641,496 Dolar fon toplamış ve az gibi gözükse bile %35.79’luk bir başarı oranı sergilemiştir.⁵³

Bizi yakından ilgilendiren konulardan bir diğeri yayıncılıktır. Dijitalleşme ve internetle beraber yayıncılık alanında da ciddi değişimler yaşanmıştır. Özellikle kitap yayıncılığı ülkemizde henüz ağırlığını çok hissettiremese bile gelişmiş ülkelerde farklı bir boyut kazanmıştır: Dijital yayıncılık. E-kitapların yaygınlaşması dünyanın neresinde olursak olalım neredeyse her türlü kitaba erişebilmemize olanak tanımaktadır. **Wall Street Journal** gazetesinin 2015 yılı için yayınladığı raporda e-kitap satışlarının düştüğü açıklansa da 2010 ve 2014 arasında e-kitap satışlarından elde edilen gelirin 1.4

⁵² **IAB Türkiye Raporu 2016** (2016, 27 Eylül) IAB Türkiye 6 aylık reklam harcamaları. Erişim Tarihi: 28 Eylül 2016

⁵³ <https://www.kickstarter.com/help/stats> Erişim Tarihi: 29 Ekim 2016.

milyar dolar civarında olduğu görülmektedir.⁵⁴ Bu demek oluyor ki insanlar dijitalleşmeye ve onun getirdiği evrimleşmeye ayak uydurmuş ve alışkanlıklarını değiştirmiştir. Ancak, eski alışkanlıklara devam etmek isteyenler için ‘print on demand’ gibi sistemler de gelişmiştir. Bu talebe göre kitap basma yöntemidir. Hatta gelişmeler öyle bir hâl almıştır ki artık her internet kullanıcısı kendi yayıncısı olma imkânına sahiptir.

2.3 Geleneksel Medyanın Dönüşümü

Robert Capa 1944 yılında Normandiya Çıkarması’nda ilk fotoğrafı çektiğinde herkes devam eden savaşı biliyor ancak sıcak bölgelerden haber alamıyor ya da sözlü haber olsa bile olan bitenin vahametini yansıtan bir görüntüye ulaşamıyordu. Robert Capa çektiği fotoğrafla dünya tarihine, insanlığa büyük bir hizmette bulunmuştur. O fotoğrafı basmak belki uzun zaman aldı, ama bugün 2. Dünya Savaşı’nın en kanlı operasyonlarından biri olan Normandiya Çıkarması’nın görüntüleri Capa sayesinde hala internet ortamında dolaşmakta ve şu an bile 2. Dünya Savaşı ile ilgili sıcak bölgeden duyulan ama görülemeyen anları bize göstermektedir. Bu örneğin verilmesinin sebebi internetin istenilen her bilgiye ulaşmamızda bize ne kadar büyük bir kapı açtığının bilincinde olmanın aslında ne kadar önemli bir şey olduğunu göstermektir. 2. Dünya Savaşı gibi artık mit hâline gelmiş bir olayı filmlerde kurgulanmış canlandırmalar dışında sahici bir şekilde görebilmekteyiz.

İnternetin diğer teknolojiler üzerindeki etkisi sadece iş kollarını, teknolojik araçları ya da alışkanlıklarımızı değiştirmekle sınırlı kalmamış, aynı zamanda haber alma ve haber verme şekillerimizin de çok keskin bir şekilde değişikliğe uğramasını sağlamıştır. Haber yapmakta ve almakta yeni araçlar ve yöntemler gelişmiştir.

Bunlardan biri üçüncü bölümde değineceğimiz çalışmanın ana konusu olan sosyal medya olarak ortaya çıkmıştır. Ancak, bu değişiklikten önce asıl farklılık geleneksel medya araçlarının içerdiği bilgilerde ve onları sunuş biçimlerinde yaşanmıştır. Eski dönemlerde gazeteler bir gün önceki haberleri baskı kopyalarıyla insanlara ulaştırmıştır. Televizyon ise ona nazaran daha şanslıdır çünkü güncel bilgiyi ulaştırma konusunda daha hızlı olabilmıştır. Gazetelerdeki aksine, bilgiler

⁵⁴ <http://www.wsj.com/articles/e-book-sales-weaken-amid-higher-prices-1441307826> Erişim Tarihi: 1 Kasım 2016.

güncelliğini kaybetse bile televizyon eskiyen bilgiyi her zaman güncelleyebilme yeteneğine sahip olmuştur. O günlerde olaylar yaşanıp biterdi ve bir daha o olayla ilgili her hangi bir bilgiye erişmek, ya da olayla ilgili anlara göz atmak, eğer bir gazetede çalışmıyorsanız, imkansız bir durumdu. Bugün tablo değişmiştir. İnternet yayıncılığının ortaya çıkmasıyla baskı maliyetlerinin yüksekliği kağıda baskının sürdürülebilir olmasını zorlaştırmıştır. Serdar Turgut'un **Yeni Medya** kitabında bahsettiği gibi, kâğıda basılı medya artık ekonomik açıdan yürütülmesi imkânsız ve iş modeli olarak fizibilitesi bulunmayan bir iş haline dönüşmüştür.⁵⁵ Haber alma kaynakları neredeyse sıfır maliyetle kullanılabilir hale gelmiştir. İnternet haber alma ve haber verme ağının artık büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Aynı zamanda klasik haberciliğin değişmesi kullanıcının simülatif tecrübe yaşamasına da sebep olmuştur. Yani izleyicinin bir olayı hem okuyup hem görüp hem de duyabilmesini sağlamıştır. Böylelikle, kullanıcı o olayı 'tecrübe' edebilmiştir.



Resim 7. Capa'nın Normandiya çıkarması fotoğrafı

Haber üreticileri elde ettikleri haberlerin eskimesine rağmen hızlı bilgi dolaşımı sayesinde kaynaklarını yenileyebilmektedir. Böylelikle haber dolaşımı için bir yarış

⁵⁵ Turgut, a.g.e., s. 25.

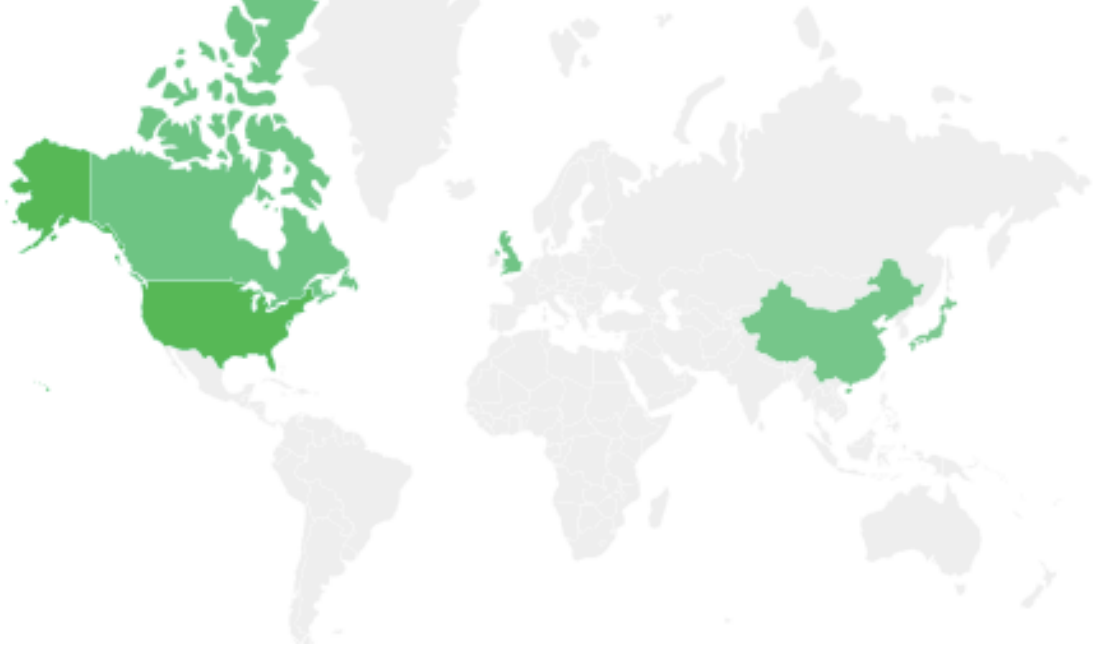
başlamıştır. Basılı medya hâlâ yaşamaktadır. Ancak, artık haber üreticileri dijital ortamlarda haberlerini dolaşıma sokmakta ve belirli aralıklarla güncellemektedir. Zaman zaman haberin tamamı olmasa bile önce başlıklarını verip ardından haberle ilgili parçalar hâlinde bilgileri paylaşmaktadır. Haberi, bilgiyi verme yarışı analog dönemde olduğundan daha çetin bir şekilde yapılmaktadır. Bunun için bloglar, internet siteleri ve yukarda belirtildiği gibi çalışmanın üçüncü bölümündeki konumuz olan sosyal medya gibi araçlar kullanılmaktadır. Bu yeni dönemde medya ‘Yeni Medya’ olarak anılmaya başlamıştır. Yeni Medya kavramı sosyolog ve aynı zamanda iletişim bilimci olan Jan Van Dijk’a göre, bilgisayar ağları ve kişisel bilgisayarlar gibi çevrimiçi ve çevrim dışı medyadan oluşmaktadır. Yine Van Dijk’a göre Yeni Medya’nın en belirgin özelliği telekominikasyon, yani bilgi ve iletişimin tek bir araçta toplanabilmesidir.⁵⁶

Her kullanıcı artık bir yayıncı olarak tanımlanmaktadır. Dijitalleşme ve internetle beraber kullanıcılar açtıkları Blog sayfalarıyla içerikler üreterek kendi bilgi yayınlarını yapabilir hale gelmişlerdir. Bunun en güzel örneği Amerikalı bir girişimci olan Arianna Huffington’dır. Bloglar birer toplayıcı site (aggregator) olarak çalışmaktadır. Yani kendi başlarına içerik üretmek yerine var olan içerikleri bir araya getirerek diğer kullanıcılara ulaştırmaktadır. Arianna Huffington aggregator bir blog açarak yayın hayatına başlamıştır. Böylelikle hiç bir maddi yük altına girmeden bir iş modeline girişmiştir. **Huffington Post** adını verdiği blog sayfasıyla çeşitli kaynaklardan topladığı bilgileri yaymıştır. Örneğin teknoloji haberini konuyla ilgili kaynaktan, siyaset haberini siyaset haberi kaynaklarından almıştır. Aldığı bu bilgileri belirli bir düzene sokarak Huffington Post’tan yayınlamıştır. İlk başlarda haber kaynakları, başta **New York Times** olmak üzere, büyük tepki göstermiştir. Açılan davalar Huffington Post’un yayın hayatını bitirebilecekken Ariana Huffington’un dillendirdiği argüman bütün tartışmaları sona erdirmiştir. Huffington içerikleri aldığını kabul etmiştir. Ancak, içerikleri alırken Huffington Post üzerinden içeriğe erişen kullanıcılar bilgiye tıkladıklarında gerçek kaynağa yönlendirilmiştir. Bu yüzden Huffington Post’ a göre ortada içerik hırsızlığı yoktur. Kaynaklardaki okuma oranlarına da bakıldığında bu argüman kabul görmüştür. Bütün davalar düşmüştür. Huffington internetin sunduğu avantajı zekice kullanarak çok başarılı bir girişim başlatmıştır. Huffington Post’un en

⁵⁶ Gürsoy Değirmencioğlu, “Yeni Medya Çağında Haberciliğin Dönüşümü: Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında Hiper Yerel Gazetecilik”, **Yeni Medya Üzerine**, Müge Demir der., Konya: Literatürk, 2014, s. 147-148.

çok takip edildiği ülkeler Amerika, Kanada, İngiltere ve çok ilginç bir şekilde Çin ile Japonya'dır.

İnternet sitelerinin trafik istatistiklerini tutan www.alexa.com sitesine göre kullanıcıların %69.1'lik oranı Amerika, %3.4'lük kısmı Kanada, %3.0'lık oranı Birleşik Krallık, %2.2'si Çin ve %1.4'ü Japonya'dandır.⁵⁷



Resim 8. Huffington Post'un en çok okunduğu ülkeler bölgeler

Amerika ve Kanada her ne kadar ayrı ülkeler olarak gözüксе de fiziki olan ayrılık sosyal ve kültürel olarak birlik içindedirler. Bu girişimin çıkış noktası Amerika olduğu için en çok erişilen ülkelerin Amerika ve Kanada olması şaşırtıcı değildir. Birleşik Krallık içinse kendi dillerinde yayın yapan bir yeni medya aracı olmasının getirdiği bir popülerlik söz konusudur. Ancak, Uzakdoğu'da Çin ve Japonya'nın dünyada Huffington Post'u en çok takip eden diğer iki ülke olması gerçekten araştırılmaya muhtaç bir olaydır. Basit bir mantık kullanılırsa, Çin Amerika'ya yoğun göç veren ve Amerika'nın iş gücünü kullandığı bir ülkedir. Dolayısıyla, sitenin Çin'de popüler olması doğaldır. Japonya ise yine aynı şekilde göç veren bir ülkedir. Sanırım bu eklemelerle bu popülerliğin altında yatan nedenlere biraz yaklaşılmaktadır.

⁵⁷ <http://www.alexa.com/siteinfo/huffingtonpost.com> Erişim Tarihi: 1 Kasım 2016.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YENİ İLETİŞİM ARAÇLARI: SOYAL MEDYA NE KADAR SOSYAL

Sosyal medya insan toplumlarının hayatına son derece hızlı bir şekilde girmiştir. İlk günden bugüne hızını hiç kaybetmemiş ve büyük medya platformu haline gelmiştir. Bu yüzden sosyal medyayı ihmal ederek iletişim alanında çalışma yapmak imkânsız hale gelmiştir.

3. Yeni İletişim Aracı: Sosyal Medyanın Ayak Sesleri

İletişim teknolojilerinin gelişimi ve internetle hibritleşmesi sayesinde iletişim araçlarından olan geleneksel medyanın geçirdiği gelişim ve dönüşümden bir önceki bölümde söz edilmiştir. Bu gelişim ve dönüşüm esnasında medyanın etki alanı hem genişlemiş hem de geleneksel medyayı tek medya aracı olma durumundan çıkaran bir gelişmeler dizisi yaşanmıştır. Web 2.0 ile birlikte kullanıcıların sadece mesaj alıcı olma konumundan çıkıp hem mesaj alan hem de mesaj veren konumuna gelmesi her bir kullanıcıyı ayrı ayrı bilgi kaynakları haline getirmiştir. 1994 yılında Geocities kurulmuş ve kullanıcılara kendi web sitelerini yapma olanağı tanımıştır. Böylelikle internet artık International Süperhighway olarak tanımlanmaya başlamıştır.⁵⁸

Ancak, milyarlarca kullanıcının ayrı ayrı bilgi kaynağı haline gelmesi büyük bir dağınıklık yaratmıştır. Bilgiler hızla akmaktaydı ancak bütün bilgilere ulaşmak için ayrı ayrı bağlantılar kurmak ve onlar üzerinden erişim sağlamak gerekmektedir. Bilgileri toplamak, kullanıcıları ortak bir platformda birleştirmek fikri aslına bakılırsa 1970’li yıllara kadar dayanmaktadır. Hatta daha da eskiye gitme ihtimali vardır. Örneğin 1947 yılında üretilen ve 162 metre karelik bir alanı kaplayan ilk bilgisayar ENIAC’ın (Electrical Numerical Integrator And Computer- Elektronik Sayısal Entegreli Hesaplayıcı) ortaya çıkışıyla beraber zaten kitlelerle veri alışverişi düşüncesi kafalarda dolaşmaktaydı. ARPANET’te birbirine bağlı sınırlı sayıda bilgisayarlarla bile o bilgisayarların ait olduğu yerdeki insanlar bilgi paylaşımında bulunmaktaydı.

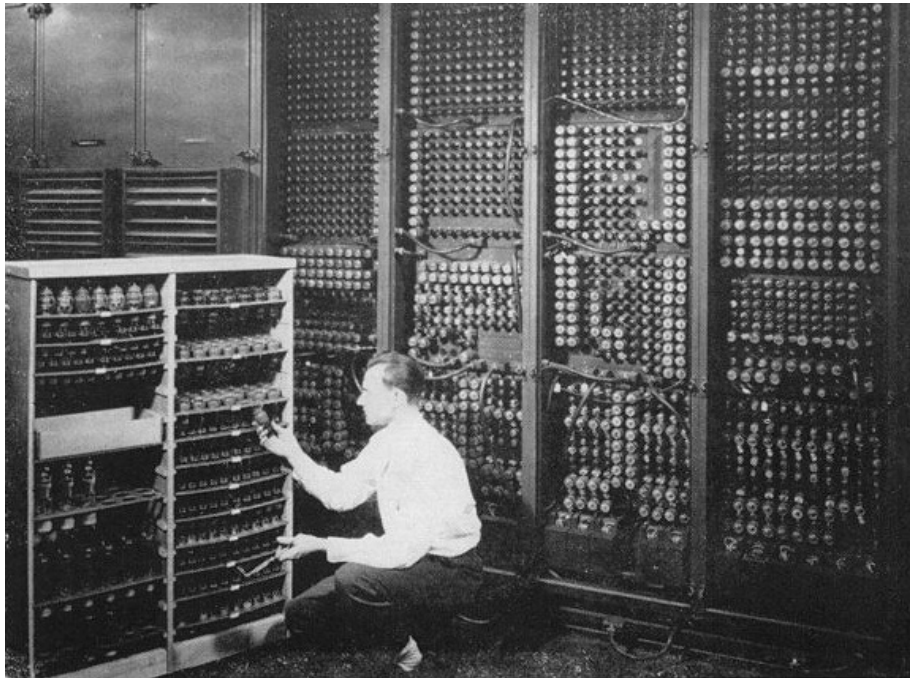
Bugün sahip olduğumuz dijital güç bir anda ortaya çıkan bir güç değildir. Her bir gelişmenin bir sonrakine kapı açmasıyla belli bir birikim oluşmakta ve o birikimden doğan fikirleri hayata geçirmek için bilgileri birleştiren beyinler gerekmektedir. Ward

⁵⁸ Ümit Sanlav, *Sosyal Medya Savaşları*, İstanbul: Hayat Yayınları, 2014, s. 22.

Christensen ve Randy Suess isimli iki kişi bu birikimleri hayata geçiren ve bugün sosyal medya dediğimiz olgunun temelini tam anlamıyla atan kişiler olmuştur.

3.1 Sosyal Ağların Gelişimi

İnternetin kapalı ve sınırlı bir sistem olmaktan çıkartılıp kitlelerin kullanımına aılması, Web 2.0'ın gelişmesi, kişisel web sayfaları, bloglar, bilgi akışının hızlanması ve insanların sosyal varlıklar olması iletişimde değişimi hızlandırmıştır. ENİAC ve ARPANET'ten bugüne kadar gelen süreçte hayatımız tümüyle değişmiştir. Akşam yemeğimizi temin etmeyi, kişisel ihtiyaçlarımızı karşılamayı, özgül bilgiye erişmeyi vb. pek çok şeyi artık internet üzerinden halledebilmekteyiz. Sadece bizlerin değil, bizlere ulaşmak isteyen insanların teknikleri ve yöntemleri de değişmiştir. Hem teoride hem de pratikte sosyal varlıklar olan ve komüniteler halinde yaşayan biz somut olarak var olmayan ancak rakamsal olarak karşılığı olan bir dünyada farklı kimlikler ve farklı yaşantılarla var olmaya başlamış durumdayız. Bilgi akışını kontrol edebilme, süzgeçten geçirebilme, bilgileri filtreleyebilme yeteneğini kazanmanın yanı sıra, artık bilgiyi manipüle de edebilecek konuma gelmekteyiz.



Resim 9. ENİAC kullanılırken

Ward Christensen ve Randy Suess isimli kişiler 1978 yılında arkadaşlarıyla bir ağ üzerinden iletişime geçebilmek için bir yazılım geliştirmiş ve bu yazılıma BBS adını vermiştir.⁵⁹ Böylelikle farkında olmadan sosyal medyanın ilk adımları atılmıştır. Sosyal medyayı tanımlamak istersek, iletişimin çevrimiçi olduğu ve farklı yerlerden farklı kişilerin dijital bir ortamda komüniteler oluşturarak iletişime geçtiği ortamdır diyebiliriz. Çalışmanın giriş bölümünde bahsedildiği gibi, insanların sosyal varlıklar olması ve bu sosyalliği dijitalleşmeyle sanal dünyaya taşıyarak orada da topluluklar oluşturması iletişim teknolojileri ve internetle beraber başka bir şekle bürünmeye başlamıştır.

Christensen ve Suess'in BBS yazılımı bunun kapısını aralamıştır. Arkasından dünyanın her yerinden, her çeşit kullanıcıyı aynı ortamlarda buluşturacak, zaman-mekan bağlantısını daha da esnek hale getirecek platformlar ortaya çıkmaya başlamıştır. 1995 yılında insanların bir araya gelebilmesi için bir dönemin popüler sohbet platformu MIRC sahneye çıkmıştır. MIRC'in ortaya çıkmasıyla beraber gerçek hayattaki topluluklar sanal dünyaya taşınmıştır. Bu topluluklar gerçek hayattaki kimliklerini bu sanal topluluğa taşımak yerine kendilerini takma isimlerle (nick name) göstermeye başlamışlardır. Sanal dünyada varlık gösteriyor ancak kendileri hakkında gerçek ve tam bilgileri vermedikleri gibi karşılarındaki kişilerin de tam bilgilerini göremiyor ve öğrenemiyorlardı.

Daha sonra ICQ ortaya çıkmıştır. Ancak, ICQ tanımadığınız insanlarla değil tanıdığınız insanlarla iletişim kurmaya yaradı. Gerçek hayatta birbirlerini tanıyan kişiler bu yazılım sayesinde gerçekte var olmayan dijital bir dünyada da topluluklar oluşmuştur. Şu an gerçek hayatta nasıl bizi tanımlıyan ve her türlü bilgimize erişimi sağlayan kimlik numaralarımız var ise ICQ yazılımı da giriş yapan her bir kullanıcıya ulaşılabilmesi için bir numara vermektedir. Böylelikle dijital Dünya'da dijital numaralarla varlığımız başlamıştır.

1999 yılında Bill Gates'in sahibi olduğu Microsoft firması hepsinden daha gelişmiş bir sistemi piyasaya sürmüştür. Bu, popüler adı MSN olan Messenger programı olmuştur. Messenger bir fark yaratmıştır. Kullanıcıları takma isimlerden ve sanal 'kimlik numaralarından' kurtararak, gerçek isimlerini kullanabilecekleri bir platform

⁵⁹ Sanlav, a.g.e., s. 20.

yaratmıştır.⁶⁰ Bu yazılım kısmen sanallıktan gerçekliğe geçişi sağlasa da bazı kullanıcılar takma isimler (nick name) kullanmaya devam etmiştir.

İnsanlar bu platformlarda varlıklarını devam ettirirken ne meslek gruplarının ne de ne iş yaptıklarının ayırdında olmadan iletişime geçmişlerdir. 2002 yılında Reid Hoffmen, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly ve Jean Luc Valliant tarafından LinkedIn kurulmuştur. Bu ağ tamamen iş bağlantıları kurma üzerine giderek diğerlerinden daha farklı bir yol izlemiştir. LinkedIn ilk profesyonel iş ağı olarak bir çok kullanıcıyı mesleki anlamda bir araya getirmeyi amaçlamıştır. İlk kurulduğu yıllarda nispeten kapalı bir ağ olan LinkedIn'e 2004 yılı içerisinde sadece 20 kullanıcı kayıt olmuştur. Ancak platform daha sonraki yıllarda çok hızlı bir büyüme göstermiştir. Yine 2004 yılı içinde Amerikan Express markasıyla ortaklığa giderek yıl içerisinde 500.000 üye sayısına ulaşmıştır.⁶¹ LinkedIn şu an dünya çapında 58 milyon üyeye hizmet vermekte ve kravatlı Facebook olarak anılmaktadır. LinkedIn'in kurulmasından yaklaşık olarak bir sene sonra 'profil oluştur, arkadaşlarını davet et, arkadaşlarının arkadaşlarıyla tanış' mottosuyla Myspace ortaya çıkmıştır. Medya devi Murdock'ın Myspace'i satın almasıyla sosyal platformların iş dünyası için de kârlı yatırımlar olabileceği görülmüştür.

Akabinde her türlü paylaşım için pek çok platform kurulmuştur. Hepsi dünya üzerindeki bütün kullanıcıları birbirine bağlama gayesinde olmuştur. Bunda başarılı da olmuşlardır. Ancak, Harvard Üniversitesi kampüsünde M. Zuckerberg adlı bir genç adam sosyal medya algısını farklı bir boyuta taşımıştır. Facebook 2004 yılında kurulduğunda sadece üniversiteler arası bir ağ olarak ortaya çıkmıştır. Tabii bu yıllarda çeşitli üniversitelerde sosyal ağlar üzerine değişik çalışmalar da yapılmaktaydı. Facebook bugün binlerce çalışanı bulunan kârlı bir şirket olsa da ilk çıkış amacı kâr elde eden bir şirket olmaktan çok insanların dünyaya bakışını değiştirmekti. Facebook'un üniversiteler dışına açılmasıyla arkadaşlarımızla ve ailemizle iletişime geçebildiğimiz, kendi blog yayınlarımızı yapabildiğimiz, gündemi takip edebildiğimiz bir platform doğmuştur. Hatta Messenger uygulamasıyla Facebook başlarıyla anlık iletişim kurabildiğimiz, canlı yayın yapabildiğimiz, fotoğraflarımızı paylaşabildiğimiz bir platformdur. Bu özelliğiyle Facebook dijital TV yayıncılığını da bünyesine katmış durumdadır. Çünkü neredeyse bütün kanallar Facebook üzerinden hesaplara sahiptir ve

⁶⁰ Sanlav, **a.g.e.**, s.20.

⁶¹ Buğra Ayan, **Sosyal Ağlar Tarihi**, İstanbul: Abaküs Yayınları, 2016, s, 245.

bu hesaplardan anlık canlı yayınlar yapabilmektedir. Tabii ki bu araç sadece televizyon kanallarına ait hesaplara değil bizler gibi sıradan kullanıcılara da verilmiş durumdadır. İnsanlar bu platformdan seslerini herkese duyurma imkanı elde etmiş ve dijital bir güç kazanmıştır.

Böylelikle Erich Schmidt ve Jared Cohen'in söylediği gibi "Dijital güç kazanma bazıları için hayatlarında ilk kez tattıkları seslerini duyurma, hesaba katılma, ciddiye alınma olanağı veren bir deneyim" haline gelmiştir.⁶² Hatta öyle bir durum ortaya çıkmıştır ki artık dijital literatürde stalklamak olarak geçen dilimizde röntgencilik olarak bilinen hadise Facebook'ta en çok uygulanan yöntem olmuştur. Platform üzerine yapılan araştırmalarda kayıtlı kullanıcıların büyük çoğunluğunun paylaşım yapmaktan çok başkalarının neler paylaştıklarına bakarak vakit geçirdikleri görülmüştür.⁶³

Bugün Facebook socialbakers.com sitesinin verilerine göre %84'ü Amerika Birleşik Devletleri dışından olmak üzere günlük 1 milyar 90 milyon aktif kullanıcıya sahiptir.⁶⁴ Bu kadar çok kullanıcısı olan platform her türlü insanın, her türlü topluluğun birlikte hareket edebileceği, birlikte komünler oluşturabileceği koşulları da sağlamıştır. Siyasal görüşleri aynı olanlar kendileri için ayrı sayfalar açıp fikirlerini o sayfalarda tartışabilmektedir. Ya da toplum tarafından dışlanmış, hor görülmüş gruplar da yine Facebook üzerinden organize olabilmektedir. Sosyal yardımlaşma kampanyaları, sosyal farkındalık projeleri yürütülebilmektedir. Yakın dönemde ise Facebook insanları yönlendirebilecek konuma gelmiştir. Dünyanın bir yerinde terör saldırısı olduğunda o bölgede yaşayan insanlar platform üzerinden yine Facebook'un belirlediği seçenekleri profillerinde belirgin hale getirerek iyi olduklarını duyurabilmektedirler. Ya da milli bayramlarda, uluslararası olaylarda yine Facebook tarafından yönlendirilerek duygularını profillerinde emojiyle ya da önceden hazırlanmış cümlelerle belirtebilmektedir. Hatta gittikleri yerleri işaretleyerek o an neler yaptıklarını, nerede olduklarını, nereye gideceklerini dahi arkadaşlarına ve yakınlarına bildirebilmektedir.

Bu durum tabii ki bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Gerçek hayattaki topluluklar Facebook üzerinden sanal bir dünyaya taşınmaktadır. Gerçek hayattaki aktiviteler yine sanal dünya oluşturan elektiriksel dijital kodlar olan 0 ve 1'ler arasına

⁶² Eric Schmidt ve Jared Cohen, **Yeni Dijital Çağ: İnsanların, Ulusların ve İş Dünyasının Geleceğini Yeni Baştan Şekillendirmek**, (çev. Ü. Şensoy), İstanbul: Optimist Yayınları, 2014, s. 15.

⁶³ Aktaran Sanlav, **a.g.e.**, s. 112.

⁶⁴ <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/> Erişim Tarihi: 26 Ekim 2016.

sıkışmıştır. Bir tür sanal denebilecek sosyallik oluşmakta ve bu belli ölçülerde geleneksel sosyalliğe zarar verse de aslında sosyalliği dijitalleştirmektedir.

Facebook sayfasında bilgilerin sıralı bir şekilde akmasıyla o an olup bitenlerden haberdar olmaktadır. Yani Facebook başlı başına ayrı bir medya halindedir. Fakat yalnız değildir. Jack Dorsey 1976 doğumlu bir yazılım mimarıdır. 2006 yılında şu an dünyanın durum bildirmede ve haber almada en çok kullanılan sosyal medya organı Twitter'ı kurmuştur. Twitter, Facebook ve diğer yeni medya araçlarından farklı olarak paylaşımlar için 140 karakter limiti vermektedir. Kullanıcılar paylaşımlarını 140 karakter limitini aşmadan yapmak zorundadır. Jack Dorsey'in yaptığı, blog mantığını mikro düzeye indirmek olmuştur. Jack Dorsey 21 Mart 2006'da ilk gönderisini paylaşmıştır.

Böylece ortaya Twitter denen mikro-blog sitesi çıkmıştır. Twitter kişisel paylaşımlardan, marka yönetimine, haberlerin ve çeşitli bilgilerin anlık olarak paylaşılabilesini ve dolaşımdaki bilginin çok çabuk bir şekilde tazelenmesini sağlamıştır. Bu sayede gündem hep sıcak kalmış ve insanlar yeni olgularla meşgul olmuştur. Twitter karmaşıklaşan internet dünyasına basit bir takip mekanizması sağlamıştır.⁶⁵ Twitter üzerinde kişisel paylaşımlar yapmak herkesin büyük kitlelere çok rahat bir şekilde ulaşabilmesi demektir. Twitter'ın sağladığı sanal ortamda hayatın her alanına rahat bir biçimde entegre olabilecek hâle gelmiştir. Twitter bugün toplumu yönlendirmede çok büyük bir güçtür. Önceki bölümlerde bahsedilmiş olan Dijital Güç'ün karşılığıdır. Twitter üzerinde kişisel kullanıcıların yayın yapmasının yanında aynı zamanda devletlerin diplomatik tavırlarını anlamak, sokak hareketlerini organize etmek ve yönlendirmek -ki buna dijital aktivizm denmektedir- gibi pek çok şey mümkündür. Başlarda Twitter'ın kurucuları bile yapılan işin önemini kavramakta güçlük çekmiştir. Ancak, aynı yılın Ağustos ayında Kaliforniya'da gerçekleşen 4.4 ölçeğindeki depremle ilgili gönderiler atılmaya başladığında Twitter ekibinin ufku açılmıştır.⁶⁶ Ekip kendisini tanıtmak için çeşitli etkinliklerde tanıtımlar yapmasına rağmen beklenen karşılığı görmemiş ve sadece 100 kişi platforma üye olmuştur.

⁶⁵ Sanlav, a.g.e., s. 64.

⁶⁶ Ayan, a.g.e., s. 340.



@jack
Jack Dorsey

just setting up my twttr

21 Mar 06 via web ☆ Favorite ↗ Retweet ↩ Reply

Retweeted by anyulled and 100+ others



Resim 10. Twitter'dan yapılan ilk gönderi

2009 yılında New York Hudson Nehri'ne zorunlu iniş yapan U.S Airways uçağıyla ilgili atılan bir tweet kısa sürede dünyaya yayılmış ve bütün haber kanallarına son dakika haberi olarak düşmüştür. Bu Twitter'da dünyaya yılan ilk sıcak haber olmuştur. Böylelikle Twitter bir kez daha ne kadar önemli bir girişimcilik örneği olduğunu göstermiştir. Kullanıcıların Twitter'a artan ilgisi U.S Airways örneğinde olduğu gibi 'Vatandaş Gazeteci' kavramını ortaya çıkarmıştır. Twitter'da herkes duyurmak istediği ya da tanık olduğu olayları mikro- blog şeklinde duyurabilmektedir.

Twitter'ın etkisiyle/rolüyle ilgili bir başka ilginç örnek ise 2009 Haziran ayında İran'da yaşanan protestolardır. İran'da protestolar başladığında Twitter bakım için geçici süre kapanmıştır. Fakat ABD Dışişleri Bakanlığı şirkete bir e-posta göndererek sitenin açılmasını istemiştir. Twitter konuyla ilgili yaptığı açıklamada İran halkının yaşanan olaylar boyunca haber alabilmesinin önemine değinmiş ve siteyi açık tutacağını duyurmuştur.⁶⁷ 2011 yılında Arap Baharı Twitter üzerinde organize edilmiş ve bütün bölge ülkelerine yayılmıştır. Aynı yılın Mart ayında Twitter'dan haftada 1 milyar twit atılmıştır. Twitter internetle hibritleşen diğer teknolojik cihazlar için de girişimlerde bulunmuş ve akıllı telefon uygulamalarını çıkararak her platformda kullanıcılara ulaşmaya başlamıştır. Sosyal medyanın avantajı olan anlık tepkiler verebilmek en bariz şekilde Twitter'da ortaya çıkmıştır. Etkileşim gerçek zamanlılık kazanmıştır.

⁶⁷ Ayan, a.g.e., s. 342.

www.statista.com internet sitesinin raporuna göre Twitter'ın 317 milyon aktif kullanıcısı bulunmakta ve günlük ortalama 500 milyon tweet atılmaktadır.⁶⁸ Rakamlara bakmakla yetinmeyip olaylara ve olgulara yoğunlaşıldığında Twitter'ın etki gücünün sahip olduğu tweet rakamlarından daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Son yıllarda yaşanan toplumsal olaylarda Twitter adeta bir silah olarak kullanılmıştır ve kullanılmaya devam etmektedir. Türkiye'de sosyal medya kullanıcı rakamlarına bakınca aşağıdaki tablo elde edilmektedir⁶⁹

Tablo 2. Türkiye'de internet, mobil bağlantı ve sosyal medya kullanan kişi sayısı.

	Nüfus	İnternet Kullanıcısı	Sosyal Medya Kullanıcısı	Mobil Kişi	Bağlantılı
TÜRKİYE	78.741.053	46.028.000	42.000.000	71.000.000	

Kaynak: www.wearesocial.com 2016

Türkiye'de Facebook, Twitter dışındaki diğer sosyal medya araçlarının kullanım oranları ise şöyledir:

Tablo 3. Türkiye'de sosyal medya kullanım oranları.

Medya Aracı	Kullanım Oranı
Facebook	%32
Twitter	%17
Instagram	%16
Google+	%15
LinkedIn	%9
Vine	%7

Kaynak: www.wearesocial.com 2016⁷⁰

⁶⁸ <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> Erişim tarihi: 14 Eylül 2016.

⁶⁹ <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> Erişim tarihi: 14 Eylül 2016.

⁷⁰ <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> , Erişim Tarihi: 26 Ekim 2016.

Devletler sosyal medyayı manipölasyon aracı olarak kullanmaya başladıklarında bu araçlar artık sadece bilgi paylaşım platformları olmaktan çıkmıştır. Bunun en güzel örneği İran'da yaşanan olaylarda ABD Dışışleri Bakanlığı'nın Twitter'ın açık kalması için bizzat devreye girmesidir. Türkiye de yakın geçmişte benzeri olaylara tanık olmuştur. 2013 yılında Gezi Parkı olayları olarak adlandırılan sokak hareketleri esnasında Twitter üzerinde çeşitli ölkelerin bürokratik sınıflarından yapılan açıklamalarla ve onlara destek veren grupların açıklamalarıyla yaşanan olaylarda twitlerin manipölatif olarak kullanıldığı görölmüştür. Ayrıca, artık gizlilik denen olgunun ne kadar ince bir ipe bağlı olduğu da ortaya çıkmıştır. Twitter'dan sızan bir bilgi anında milyonlara ulaşabilmektedir. Ancak, böylesine bir gücü kullanan bizler için temel sorun dolaşımdaki bilgilerin ne kadar doğru, ne kadar güvenilebilir olduğudur.

Dijitalleşen medya ve sosyal medya kavramlarıyla yeni terimler de hayatımıza girmiştir. Eskiden insanların hayatları arasında geleneksel - modern, taşralı - şehirli gibi ayrımlar yapılmaktaydı. Dijital iletişim çağında yeni bir hayat biçimi ayrıştırması devreye girmiştir. İnsanlar artık hayatlarını ya online ya da offline olarak yaşamaktadır. Eğer sosyal medyada aktif olarak zaman geçiriyor ve internet teknolojisiyle beraber hibritleşmiş teknolojileri de kullanıyorsak artık gerçek dünyanın yanı sıra dijital bir dünyada sayısal değerler olarak yaşıyoruz demektir. Offline olanlar ise bunun, yani dijital dünyanın tamamen dışında kalan kesimdir. İşte burada sosyal ayrımcılığın yeni bir versiyonu olan dijital ayrımcılık/eşitsizlik ortaya çıkmaktadır. Bu ayrımcılık şekli Dijital Ayrımcılık/Eşitsizlik (**Digicrimination/Diginequality**) olarak adlandırılabilir.

3.1.1 Dijital Çağda Ayrımcılık ve Eşitsizlik

Eşitsizlik ve ayrımcılık sosyal hayatımızda çok önemli yer teşkil eden sorunların başında gelmektedir. İnsanlar çağlar boyunca renk, din, dil, ırk ve cinsiyet bakımından ayrımcılığa ve dolayısıyla eşitsizliğe maruz kalmışlardır. Artık yeni bir dönem yaşanmaktadır. Beyin, yaşayış, düşünce ve hayata bakış açısından eşitliğin ve ayrım karışıklığının önce çıktığına inanılan bu yeni döneme ayak uydurmuş vaziyetteyiz. Ancak, eşitsizlik ve ayrımcılık çağlara ayak direktmektedir. Bir zamanlar Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşanan ten rengi ayrımcılığından, ölkemizde her dönem başını kaldırmaya çalışan etnisite ve mezhep ayrımcılığına kadar dünyanın her bölgesinde ortak bir temele dayanan bu hoş olmayan durumlar çağın değişmesiyle farklı boyutlarda

tezahür etmeye başlamıştır. Bugün yirmili yaşlarda olanlar analog başladıkları hayatlarına artık dijital olarak devam etmekte. İnsanlık entelektüel bakımdan değişmiş ve gelişmiş olsa bile bu iki sorundan hala tam olarak kurtulamamıştır. Aksine, dijitalleşme ile bu sorunların da bizler gibi “dijitalleştiğini” söyleyememek mümkündür. Bu bağlamda, dijital dönemde eşitsizlik ve ayrımcılık gibi kavramların, aynen teknolojik gelişmelerde olduğu gibi hibritleştiğini söylemek çok yanlış olmayacaktır.⁷¹



Şekil 1. Online ve Offline çizgilerinin farklılığı

Teknolojinin insan hayatını tarih boyunca en derinden etkilediği dönemde yaşamaktayız. Bu sebeple teknoloji kavramların form değiştirmesine sebep olmuştur. Ayrımcılık: “Kişilere ve gruplara gerçekten sahip oldukları veya sahip oldukları varsayılan bir özellikten dolayı diğerlerine olduğundan daha farklı muamele etmektir.”

⁷² Ayrımcılık iki şekilde vuku bulmaktadır. Bireyler açısından bakıldığında negatif ve pozitif ayrımcılık vardır. Negatif ayrımcılık haksızlığa uğramaktır. Pozitif ayrımcılık ise ayrıcalık sahibi olmak veya imtiyazlı muamele görmek biçiminde tanımlanabilmektedir.

⁷¹ Oğuz Turan Yayla, “Dijital Çağ’da Eşitsizlik ve Ayrımcılık” **Liberal Düşünce Dergisi**, Y. 5, S. 79 (2015), s. 44.

⁷² Atilla Yayla, **Siyasi Düşünce Sözlüğü**, Ankara: Adres Yayınları, 2005, s. 35.

Dijital hayattaki/dünyadaki ayrımcılık ve eşitsizlik şekilleri, içinde barındığımız gerçek dünyadan birçok bakımdan farklıdır. Dijital eşitsizlik yaratılmış gerçeklikler üzerine kurulu bu yeni dünya üzerinde, başka şekillerde ortaya çıkmaktadır. Dijitalleşmeden önce yazılı ve sözlü kültür içinde yaşanılmaktadır. Bu yüzden algılarımızla beynimizin çalışma biçimi farklıdır. Analog kültür bizi düşünmeye, düşündüğümüz şeyi çözmeye ve anlamaya zorlamıştır. Bilgiye erişmek için kütüphanelere gitmemizi (kaynağa gitmemizi), sayfaları teker teker karıştırmamızı ve erişmek istediğimizi bulduğumuzda onu beynimizin çatı katına yerleştirmek için çok dikkatli bir şekilde okumamızı gerektirmiştir. Bunun için dikkat kapasitemizin yüksek olması zorunluluğu vardır. Yazılı ve sözlü olarak var olan şeyleri beynimizde canlandırmamız lâzımdır. Bununla da bitmez, o bilgileri daha sonra kullanmak için hatırlama zorunluluğumuz vardır. Kitap entelektüel kültürdür ve kültür ise aracın getirdiği yöntemdir.⁷³ Dijital kültür ise fazla çaba sarf etmeden edinilebilmektedir. Dijital kültür adeta zaman ve mekân bakımından sınır tanımamaktadır. İstedğimiz her yerde her zaman elimizin altındadır.

Dijital çağda yeni bir kavramla tanışılmıştır. ‘On the line’, yani internete bağlanmış olmak. Artık ‘online’ olmak neredeyse bu dünyada varlık göstermek ve yeni kültürün parçası olmak demektir. ‘Off the line’ olmak yani internete bağlanmamış olmak, bu dünyanın bir ölçüde bir parçası olmamak, dünyayla sınırlı ilişki içinde olmak demektir.

Hepimiz dijitalleşmeyle beraber internet üzerinde ve Sosyal Medya ağlarında aktif olarak varlık göstermekteyiz. Çünkü o ağlar yeni bir dünya olarak karşımıza çıkmıştır.

O dünyada hem gerçek hayatımızı insanlara gönüllü sergileyebilmekte hem de kendimizi olduğumuzdan farklı bir hayat içindeymişiz gibi gösterebilmekteyiz. Gerçek hayatlarımızda çeşitli sorunlarla mücadele etmekteyiz. Fakat Sosyal Medya üzerinde yaptığımız paylaşımlarda- özellikle Facebook ve Instagram gibi görsel yönü ağırlıkta olanlarda- gittiğimiz güzel yerlerde çekindiğimiz mutlu anlarımızın fotoğraflarını insanlarla paylaşmaktayız.

Şüphesiz, mobil teknolojilerin internetle birleşmesiyle bu teknolojiyi kullananlar bir anlamda daha ayrıcalıklı bir ‘grup’, ayrıcalıklı bir ‘sınıf’ hâline gelmiştir. Online

⁷³ Carr, a.g.e., s. 123.

topluluklar olarak haberleri izlemekten, gazete okumaya, yaşanan her türlü olaya kalabalıkların görebileceği şekilde tepki verebilecek ve her ihtiyacımızı sadece parmak hareketlerimizle gidermeye uzanabilecek konumdayken, bizim tam aksimize, offline olarak bu dünyanın dışında kalmayı tercih eden kişiler dijital dönemde analog yaşamaya devam etmektedir. İlginçtir ki bu yeni dünyada yaşanan ayrımcılıkta mali imkanlar eşitsizlik kaynağı, sebebi olarak en alt sıralarda yer almaktadır. Bütün mesele iki dünya arasında bir seçim yapmaktır. Yani Dijital ve Analog arasında.

Gerçekliğin bile teknoloji sayesinde sorgulandığı bugünlerde sigara içmenin insana sözde popülerlik kazandırdığı zamanlarda içmeyenlerin yadırgandığı gibi bugün Facebook, Twitter gibi sosyal medya araçlarını kullanmayanlar da yadırganır olmuştur. Yeni tanıştığımız kişilerle iletişime geçmek için telefon numaralarını istediğimiz günlerden doğrudan Facebook hesaplarının isimlerini istediğimiz günlere gelmiş bulunmaktayız. Hiçbirimiz inkâr edemeyiz ki karşımızdakinin hiçbir sosyal medya hesabının olmadığını öğrendiğimizde gerçekten şaşırırmaktayız. İçinde bulunduğumuz sanallaşma sürecinde tarikatvari topluluklar bile sanal âlemde yerlerini almıştır. Hatta sosyal medya hesaplarında o gruplara üye olmak için adeta banka kredilerine kefil olunuyormuş gibi referanslar gerekebilmektedir. Bir şekilde o gruplara dijital olarak katılabilmek anlık değişen enformasyon akışının içinde olmak, dijitalleşmeyen kişilerden önde olmayı sağlamaktadır. Yani o davetiyeye sahip olmak bireyi o grubun “Dünyası”na sokmaktadır.

Özellikle sosyal ağlarda dijital etkililiğe giren her birey enformasyon tüketicisi ve enformasyon sağlayıcısı haline gelmiştir. Tanımadığı, görmediği insanlarla iletişim ve etkileşim içinde olabilmektedir. Kickstarter gibi internet portallarında projeler geliştirip, o siteler üzerinden fon toplanabilmiş, ortaklıklar kurulabilmektedir. Artık LinkedIn gibi iş dünyasına yönelik ağlarda iş başvuruları yapılabilen hatta Google üzerinden mülakatlara girilebilmektedir.

Günümüz dünyasında siyah ve beyaz gibi iki keskin kutup vardır. Bu kutuplar analog ve dijital kutuplardır. İkisinden birini seçmek zorunludur. Ya yeni dünyaya ayak uydurup sosyal medya üzerinden hem tüketici hem de üretici olunacak ya da dijital dünyada analog yaşamaya devam ederek bu yeni topluluklardan ayrı kalınacaktır. Bilgi akışının parçası olmak ve bilginin bize gelmesi yerine bilgiye gitmek için çaba sarf edilecektir. Gerçek hayattaki çeşitli ayrımcılık ve eşitsizliklerin anlamsız kaldığı

yaratılmış gerçekliklerde ayrımcılık ve eşitsizliğin farklı boyutlarını yaşamaktan kurtulmamızın imkânı yoktur.

3.2 Sosyal Medya Sosyal mi Asosyal mi

Tartışmalarda sıklıkla sosyal medyanın insanı asosyalleştirdiği söylenmektedir. Sosyal medyanın gerçek kimliklerimizi saklayıp istediğimiz kimliklerle var olabildiğimiz için utanma gibi duyguları yok ettiği ve narsizm gibi pek çok psikolojik rahatsızlıklara sebep olduğu da iddia edilmektedir.⁷⁴ Ancak, aynı zamanda sosyal medyanın insanlara bu platformlar üzerinden yeni bağlantılar kurma olanağı sağlayarak bu sanal ortamı sosyal bir alan haline getirdiği de ifade edilmiştir.

Sosyal medyada anılarımızı- anılarımızı paylaşmaya çalışırken çoğu zaman özel anları kaçırmaktayız. Özel bir an yaşarken o anın keyfini çıkarmak yerine sosyal medyada paylaşım yaparak başkalarına o anı göstermeye çalışmaktayız. schools.com'un yayınladığı bir infografide insanların her gün Facebook'ta 10.5 milyar dakika geçirdiği ve mobil kullanım haricindeki sayının 19,963 yıla denk geldiği belirtilmektedir.⁷⁵ wearesocial.com raporuna göre ise Türkiye'de sosyal medya kullanımının en fazla olduğu yaş aralığı 20-29'dur. Yine aynı rapora göre bu oran nüfusun %36'sına denk gelmektedir. Bunun %14'lük bir kısmını kadınlar, geri kalan %23'lük kısmını ise erkekler oluşturmaktadır. En az kullanım ise 60 ve üzeri yaş grubunda görülmektedir. Bunların da %0.6'sı erkek ve %0,5'i kadınlardan oluşmaktadır.⁷⁶

İnsanların sosyal varlıklar olması ve topluluklar halinde yaşama alışkanlıkları sosyal platformlar içinde de kendini göstermiştir. Birinci bölümde bahsedilen gruptaki insanların, bu platformlarda yeni insanlarla tanışmaları olgusu bir kenara bırakılsa bile, gerçek hayattaki ilişki ağlarını da bu platformlara taşıdıkları su götürmez bir gerçektir. Gerçek hayatta yapılan bir aktivite o bireylerin sosyal platform içinde kurdukları özel alanlarda yaptıkları bilgi paylaşımlarıyla hayattaki sosyalliğin dijital ortamda da devam ettiğinin göstergesidir. Kişisel olarak bu tartışmaların yanlış olduğu fikrini taşımakla

⁷⁴ Sanlav, a.g.e., s. 87.

⁷⁵ a.g.e., s. 89.

⁷⁶ <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> Erişim tarihi: 10 Kasım 2016.

beraber sağlıklı bireylerin hem gerçek hayatta hem de sosyal medyada geliştirdiği ilişkiler ağıının reel sosyalliğin bir parçası olduğu tezini daha doğru bulmaktayım.

Hergün sosyal medyada yer alan milyonlarca gönderi, paylaşılan milyarlarca veri dünyanın herhangi bir yerinde tanımadığımız kişiler tarafından alınabilmektedir. Onların gönderdiği veriler de bize gelebilmektedir. İnteraktif bir etkileşimin olduğu yerde karşıdakilerin de birer gerçek kullanıcı olduğunu düşünürsek tamamen asosyal olmak neredeyse imkansızdır. Ancak, bu sosyalliğin gerçek hayattaki yüzyüze sosyallikten farklı olduğunu, dijitalleşen dünyada dijital kodlara bürünmüş avatlardan ve oluşturduğumuz kimliklerden ibaret olduğunu da unutmamamız gerekmektedir.

Twitter’da ilgi çeken bir gönderi yaptığımız zaman yeni takipçiler edinebiliriz. Facebook’u kullandığımızda ise yeni ‘dostluk’lar kazanabiliriz. Bazen uzun zaman önce edininp daha sonra bağımızın koptuğu arkadaşlarla yeniden karşılaşılabilir. Sosyal ağlarda normal hayatta karşılaşamayacağımız kişileri rahatlıkla bulabilmekteyiz. İlkokul öğretmenimizden, izini kaybettiğimiz çocukluk arkadaşımıza, yıllar önce beraber çalıştığımız patronumuzdan üniversitedeki hocalarımıza, bugüne kadar hayatımıza bir şekilde etki etmiş ve sosyallik halkamıza bir tarafından dahil olmuş insanları sosyal ağlardaki sepetimize koyabilmekteyiz.

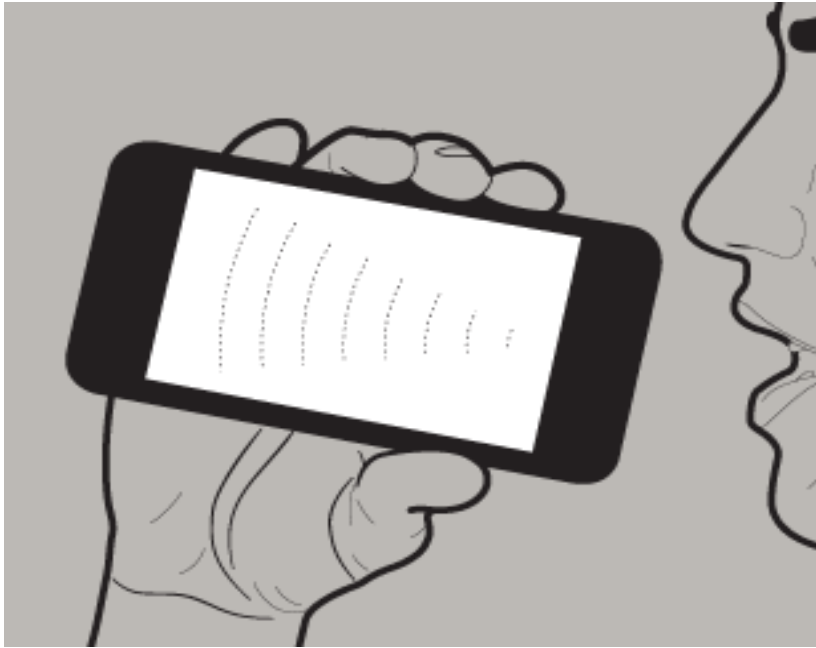
Ancak, bu sosyallik, tanımadığımız insanlarla kurduğumuz bağlantılarda kendisini soru işaretleriyle dolu bir alana bırakmaktadır. Sosyal medyada kimliklerin saklanabilmesi insanların ne kadar bağlantı kurarlarsa kursunlar birbirlerine yanlış bilgi vermelerine sebep olabilmektedir. Hiçbirimiz - çok göz önünde insanlar değilsek eğer- bütün bilgilerimizi tanımadığımız insanlara aktarmamaktayız. Eğer herkesin görebileceği şekilde açık bir hesabımız var ise paylaştığımız bilgiler ve görseller sıkı bir elekten geçmektedir.

Bu tarz sosyallik insanların gerçek hayatta bastırmak zorunda kaldıkları egolarının açığa çıkmasına sebep olabilmektedir. Olduğundan farklı görünmek ya da olmak istediğin şekilde görünmek gibi seçenekler karşımızdadır. Yapılan bir araştırma, çoğu kullanıcının kendisini olduğundan farklı göstererek abarttığını ve yalan söylediğini ortaya çıkartmıştır. Farklı görünüm ve yalan söyleme oranı Amerika’da %24’lerdeyken İngiltere’de %28’lerde gözükmemektedir. İnsanların %33’ü yeni insanlarla tanışmayı istemekte, %39’u ise online olarak sosyalleşmeyi tercih etmektedir.⁷⁷

⁷⁷ Aktaran Sanlav, **a.g.e.**, s. 89.

3.2.1 Sosyal Değişim

Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat gibi anlık paylaşım uygulamaları insanların diğer insanların neler yaptığını, neler düşündüğünü öğrenmesini sağlamaktadır. İnsan cinsi yaratılışı gereği diğer insanların hayatlarında neler olup bittiğini merak eder. Hepimiz bir şekilde başkalarının hayatlarına müdahil olmak isteriz. Fakat teorik olarak hiç kimse diğerlerinin kendi hayatının her anının içine girmesini istememektedir. Bu kimi zaman hayatımızdan memnun olmadığımız için kimi zaman başkalarının hayatı karşısında kendi hayatımızı aynı değerde bulmadığımız için olmaktadır. Ancak, sosyal medya ile birlikte doğan başkalarının hayatlarının belirli bölümlerini öğrenme, onları takip etme gibi ‘avantajlar’ görmezden gelinemez. Sosyal medya yüzünden çağımıza dikizleme ya da kendini gönüllü dikizletme çağı denilebilmektedir.



Şekil 2. Twitter: sosyal megafon.

Özellikle yüksek kullanıcı rakamlarına sahip Facebook ve Twitter gibi uygulamalar insanların sanal alemde büyük topluluklar oluşturduğu alanlardır. Facebook insanların yaşantılarını dışarıya yansıttığı sosyal bir aynadır. Twitter ise insanların düşüncelerini açık ve kapalı kimliklerle duyurduğu bir megafon işlevi görmektedir. Sosyal ağ sitelerinde kendini online düzlemde tanıtmada konusunda,

kullanıcıların online sitelerde isimsiz olarak kimlik oluşturdıkları, bu kimliklerle rol üstlenme gibi oyunlara giriştikleri ve normal olmayan davranışlar sergiledikleri görülmektedir.⁷⁸

Andy Warhol'un "herkes bir gün 15 dakikalığına ünlü olacak" sözünden yola çıkılırsa sosyal ağlar insanların büyük kitlelere ulaşmasının ve o kitleler üzerinde bir popülerlik kazanmasının kısa ve kolay bir yoluna dönüşmüştür. Her kesim kendine yakın bulduğu, aynı düşüncede ya da bakış açısında olduğu kullanıcıların -gerçek kimliklerini saklayanlar dahil- dünya görüşlerinin savunucusu haline gelmiştir. Yani bazıları o kitlenin 'kanaat liderleri' konumuna yerleşmiştir. Bunlar bir fikrin 'gatekeeper'ları olmuştur. Bu kişiler onları takip eden büyük kitleleri yönlendirmeye başlamıştır. Örneğin, bir politik olayda bir sosyal medya 'kanaat liderinin' işaret ettiği istikamette ilerlemeye başlayan topluluk o kişinin manipülatif bilgilerini mutlak doğru ve gerçek olarak kabul etmektedir. Bu yönlendirme sadece tanımadığımız kişiler tarafından değil aynı zamanda topluma mal olmuş, toplumda gerçek anlamda söz sahibi olan ve asıl kimliğiyle boy gösteren kişiler tarafından da yapılabilmektedir.

Büyük kitleleri yönlendirebilmek zordur. Ancak, sosyal medya dediğimiz olgu bu konuda çok 'başarılı' sınavlar vermiştir. Yakın tarihimize baktığımızda 2013 yılında yaşanan Gezi Parkı olayları incelenmeye değerdir. Bu olaylara katılanların sayısının milyonlara ulaştığı söylenmiştir. Elbette tam sayıyı bilmek imkansızdır ancak bunu milyonlar olarak kabul edersek böylesine bir kalabalığa ulaşmak ve mobilize etmek gerçekten çok başarılı bir iletişim ağı gerektirmektedir. Twitter inc. şirketinin istatistiklerine göre Gezi olaylarının ilk on günü boyunca atılan tweet sayısı 143 milyondur. Bu günde ortalama 14 milyon civarı tweet atılmasına denk gelmektedir. Bu ortamda bilgilerin gerçeklik payları ve manipülasyona ne kadar açık olduğu düşünülürse bilgiye erişen kitlelerin belli bir konuya odaklanmalarının sağlanması ve yönlendirilmeleri son derece kolaylaştırmıştır.

Dikkat çekici bir başka durum ise şudur: Klasik bilgi kaynakları artık sosyal medya üzerinden yayılan bilgiler yanında bizler için güvenilirliğini kaybetmiştir. Çünkü artık biliyoruz ki TV kanalları gibi anlık yayın yapan medya organlarında sunulan bilgiler hemen eskimektedir. Gerçek zamanlı bilgi akışının olduğu timeline'larımızda güvendiğimiz kişiler tarafından sunulan bilgiler, o kişilere duyduğumuz ideolojik ya da

⁷⁸ Sanlav, a.g.e., s. 111.

kültürel yakınlık dolayısıyla daha güncel ve daha güvenilir hissedilebilmektedir. Bunun sebebi o kişilerin ya da bilgi kaynaklarımızın bizler için ideal stereotype'lar haline gelmesidir. İnsan doğasında olan kendi düşüncesine, kendi bakışına yakın kişileri kendine daha yakın görme, onlardan kendine zarar gelmeyeceğini düşünme olgusu bizleri sosyal medya üzerinde stereotype'lar üretmeye zorlamış ve zorlamaktadır.

Aslına bakarsak bu platformlarda bilgi almak için varlık gösterdiğimizi düşünebiliriz. Ancak, gerçek niyetimiz çoğu zaman büyük topluluklara ulaşmak ve o topluluklarda bireyleri kendi fikir ve düşüncelerimizle yönlendirmektir. Başka insanlar için ideal stereotype haline gelmektir. Ünlü bir profesör ya da toplum tarafından takip edilen bir gazeteci, oyuncu vb. iseniz zaten toplumun gözü önünde kişilersinizdir. Sosyal medyanın yarattığı farklılık göz önünde olabilmek durumunu sıradan insanlar seviyesine indirmesidir. Gerçek hayatta toplum içinde varlık gösteremeyenler, sosyal medyada varlık ispatı içinde olabilmektedirler.

Dijital çağın toplumsal olaylarından bahsederken unutulmaması gereken bir şey de, sıklıkla sözü edilen, kitlelerin aynı zamanda içerik üreticileri haline gelmesidir. Facebook ve Twitter gibi yeni medya araçları insanlara üreticilik vasfı kazandırmıştır. Bunun yanında bir de Youtube gibi video yayıncılığı imkanı tanıyan medya organları var ki onlar da büyük bir güç halindedir. Facebook ve Twitter'da üretilen içerikler Youtube gibi kanallarda görsel elementlerle desteklendiği zaman kitleleri her yönden çevreleyen bir bilgi bombardımanı ortaya çıkmaktadır. Unutulmamalıdır ki yeni medya organları birbirine bağlı hale gelmiştir. Kitlelere ulaşmak için büyük paralar harcamanın gerektiği dönemden sıfır maliyetle bunun başarılabildiği bir çağa gelinmiştir. Hepimiz erişmek istediğimiz bilgilere ansiklopediler yerine bu yeni medya araçları üzerinden kitlelerin ürettiği içeriklerle erişebilmekteyiz. Wikipedia gibi internet ansiklopedisi olan ve kullanıcıların çeşitli bilgiler girebildiği ya da girilen bilgiler üzerinde istediği oynamayı yapabildiği -bilgilerin güvenilirliği tartışılrsa da- kaynaklar bulunmaktadır. Bilgiye erişim çok ucuzlamıştır. Bu maliyet artık internet hizmet sağlayıcılarının bizlere sunduğu hizmet bedelleriyle sınırlıdır. Bilgiye ulaşmak bu kadar kolay olunca bizler için bilginin değeri azalmıştır. Çünkü istediğimiz an istediğimiz bilgiye erişebilir konumdayız. Bilgi bu kadar 'ucuz' olunca bazen hayati önemdeki bilgilere bile sırt çevirebilmekteyiz. Bunun bir diğer sebebi de bilgi ve içerik üreticisi haline gelmemizdir. İçeriklere ve bilgiye müdahale edebilir konumdayız. Hatta gelen bilgileri seçme şansımız da bulunmaktadır.

Bu aygıtların böylesine güçlenmesi otorite sağlayıcı konumda olan devletlerin de iştahlarını kabartmıştır. Devletler bilgiyi her zaman kontrol altında tutan aygıtlar olmuştur. Ancak, sosyal medya aygıtlarının bilgiyi kendi himayelerine almaları yüzünden devletlerin bilgi akışını kontrol mekanizmaları da zorlanmaya başlamıştır. Başta paniğe kapılan devletler daha sonra bu aygıtlara erişim anahtarının ellerinde olduğunun farkına varmıştır. Normal medya aygıtlarında bilgi akışının sansürlenmesi gibi artık yeni medya aygıtlarında da bilgi akışının sansürlenmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır ve klasik sansürlemeye benzer yöntemler uygulanmaktadır. Örneğin mecazi olarak toplum içindeki her bireyin eline bir megafon geçirmesi demek olan Twitter istenmeyen bilgilerin dolaşıma sokulması ya da infial yaratabilecek bilgilerin erişime açık olması durumunda devletler tarafından engellenmektedir ya da çeşitli kısıtlamalara maruz bırakılmaktadır. Neredeyse her devlet interneti ve dolayısıyla yeni medyayı kendi ulusal özelliklerini yansıtacak şekilde dizayn etme çabasını içine girmiştir.⁷⁹ Bu çabanın ilk meyvesi ve sürecin ilk aşaması olarak agresif filtreleme başlamış bulunmaktadır.⁸⁰ Türkiye ve Çin bu konuda başı çeken ülkelerden olmuştur. Google'ın kurucusu Eric Schmidt Türkiye hükümeti tarafından doğrulanmasa bile yaklaşık olarak 8 bin web sitesinin kullanıcıların erişimine kapatıldığını söylemektedir.⁸¹

Devletlerin bütün sınırlama ve kontrol çabalarına rağmen yeni medya organları ve özellikle sosyal medya, toplumlar içinde ciddi trendler yaratma özelliğine sahiptir. Yeni medyanın konuşulacak konulardan, moda haline gelen kıyafetlere, bir ürünün nasıl kullanılacağına ya da bir filmin aslında ne anlattığına varana kadar herşeyi belirleme gücü vardır. Hatta öyleki devletler bile zaman zaman sınırlamaya çalıştığı bu akışın kurbanı haline gelerek sosyal medyada trendleşmiş bir konuyu kucağında bulmaktadır. Ancak, şunu da unutmamak gerekir ki bunları belirleyen bir AI⁸² (Artificial Intelligence) değil, sıradan, bilgisayar ekranı arkasına saklanmış kullanıcılardır. İnternet ve sosyal medyanın kullanıcılara kendilerini bir ölçüde gizleme olanakları vermesine rağmen George Orwell'ın 1984 romanında tasvir ettiği Büyük Ağabey milyarca kullanıcı içinde kendini kamufle ederek dolaşmaktadır.

⁷⁹ Schmidt ve Cohen, **a.g.e.**, s. 98.

⁸⁰ **a.g.e.**, s. 98.

⁸¹ **a.g.e.**, s. 85.

⁸² **Yapay zeka:** Bilgisayar yazılımlarının analiz etme, düşünme ve düşündüğüne göre hareket etmesi.

İnsanlar seslerini işittirmek isterler. Hep bunun çabası içindedirler. İşte sosyal medyanın kuralı: Sesini en etkin ve dikkat çekici şekilde duyur.⁸³ Bu çaba insanların diğerlerinden önde olma güdüsünü harekete geçirmiştir. Diğer kullanıcılarla yarış içinde olmak, kendilerini diğer insanlardan daha önemli bir konuma getirme isteğini pompalamıştır. Böylelikle insanlar kendilerini diğerlerinden daha değerli hale getirerek sosyal medyanın tüm spot ışıklarını üzerlerine çekmek istemişlerdir. Kişinin bu kadar göz önünde olması ve kendisini olduğundan daha değerli bir konuma çıkarması ister istemez bir dizi sıkıntı yaratma potansiyeli taşımaktadır. Sosyal medya üzerinde yaratılan karakterler ve gizliliğin getirdiği özgüven kullanıcıların gerçek karakterlerine sirayet edebilmekte ve kişiler kendilerini gerçekte de sosyal medya üzerindeki diğer kullanıcıların atfettiği şekilde başkalaştırabilmektedir.

Ancak, bütün sosyal değişim sadece yukarıda bahsi geçen konularla ilgili değildir. Aynı zamanda sosyal medyanın bu avantajı şiddet eğilimi olan organizasyonlar, illegal yapılar ve terör örgütleri için de muazzam bir ‘silah’tır. Şu an Ortadoğu’da geniş bir alana yayılmış olan DAESH gibi insanlığa karşı suç işleyen örgütler sosyal medyayı propaganda amacıyla kullandığı gibi bilgi edinmek, manipülasyon yapmak, militanlarıyla şifreli haberleşmek gibi pek çok amaç için de kullanılmaktadır. Dolayısıyla yaşantıları değiştiren sosyal medya aslında yeni medya olma özelliğinin dışında çok ciddi tehlikeler yaratabilecek bir araçtır. Terörizmin yükseldiği ve küresel terörizm çağı olarak adlandırılan bu dönemde internet ve sosyal medya platformlarının bu denli gelişmesi ve yayılması potansiyel hedefler haline gelmemizi sağlamıştır. İstedikimiz her bilgiye, istedikimiz her kişiye, istedikimiz şekilde erişebilmekteyiz. Kendi içeriğimizi yaratıp kitlelerle paylaşabilmekteyiz. Dünya küresel bir köy haline gelmiştir. Fakat, yaşanan bu sosyal değişimler yaşamlarımız üzerindeki tehditi aynı oranda arttırmıştır.

Herşey bu kadar açık hale gelmişken yukarıda da bahsedilen devletlerin bilgi akışını kontrol etme çabası ve büyük ağabey olarak kamufle bir şekilde ortalıkta dolaşması şaşırtıcı değildir. Bize geniş bir özgürlük alanı sağlandığı doğrudur. Fakat bu pozitif durum doğanın kanunu gereği karşıtını oluşturmuştur. Bizler her ne kadar özgür bir alanda, saklanabildiğimizi ya da bilgiye sınırsız erişebildiğimizi düşünsek bile aslında hem devletlerin hem de çeşitli terör örgütlerinin elleri üzerimizdedir. Hem

⁸³ Sanlav, a.g.e., s. 25.

gerçek hayatta hem de zaman zaman gerçek hayatlarımızı taşıdığımız sanal alemde ve dolayısıyla sosyal medyada potansiyel kurbanlar veya potansiyel zanlılar olarak da varlık sürdürdüğümüz unutulmamalıdır.

3.2.2 Sosyal Medyanın Sosyolojik Yansımaları

İnkâr edemeyeceğimiz bir gerçek vardır. Gelişen iletişim teknolojileri, internet ve sosyal medya insana bambaşka bir hayat sunmuştur. Bu hayat kimi zaman çok avantajlı olsa da kimi zaman avantaj olarak gözüken şeyler birey üzerinde ciddi baskılara sebep olmaktadır. Toplumda istediği, temenni ettiği varlığı gösteremeyen birey bu platformlarda ‘varlık mücadelesi’ içine girmiştir. Belki de kabul ettiremediği gerçek kimliğini sosyal ağlar üzerinde yarattığı yeni kimlikle değiştirmek istemiştir. Kimi zaman bastırdığı mizaç özellikleri sosyal ağlar üzerinde farklı kimliklerle ortaya çıkmıştır. Toplum içinde sıradan olan bazı bireyler sanal topluluklar içinde önemli konumlara gelmiştir.

İnternet beynimizin rasyonel düşünme becerisini ve duygusal düşünme şeklini kökten değiştirmiştir. 140 karakter arkasına saklanabildiğimiz bir dünyada çokta rasyonel düşünmemize gerek kalmamıştır. Zira kimliklerimizi istediğimiz gibi eğip bükebildiğimiz bir ortamda sorumluluk duygumuz da bir o kadar zayıflamış durumdadır. Sorumluluklarımızın çoğunu bize yükleyen şey toplum içinde yaşamamız değil kimliklerimizdir. Sosyal medyada yaptığımız ve paylaştığımız her şey kendimiz ve o an içinde bulunduğumuz platform içinde kendimize edindiğimiz kimlik içindir.

Facebook ve Twitter gibi ağlarda varlığımızı sürdürürken diğer kullanıcıların bu ağlarda varlıklarının bizden daha ileri olduğu duygusu kıskançlık yaratabilmektedir. Takipçi sayısı, içerikleriyle ne sıklıkla etkileşime girildiği ve kimler tarafından girildiği, içeriklerine verilen tepkiler gibi faktörler bizi onları kıskanmaya itebilmektedir. Bu yüzden, kendimizi dikkatleri çekecek şekilde davranmaya zorlarız. Bu sosyal medyanın negatif etkisinin başladığı andır. California Üniversitesi’nde yapılan bir araştırmaya göre sosyal medyanın barındırdığı negatif etkiler arasında dikkat bozukluğu, bağımlılık, depresyon, narsist kişilik bozukluğu, şizofreni gibi rahatsızlıklar da yer almaktadır.⁸⁴ Kullanıcılar daha önde olmak, daha çok dikkat çekmek için sıklıkla durum

⁸⁴ Aktaran Sanlav, **a.g.e.**, s. 91.

güncellemeleri yapmakta, özlü sözler gibi içerikler paylaşmaktadır. Gerçek hayatta dikkat çekme arzumuz artık sanal dünya içinde de kendini göstermektedir. Bastırılan karakter özelliklerinin sosyal medya üzerinden ortaya çıkması toplum yapısının DNA'larında da zaman zaman değişiklik yaratmıştır. Toplumu oluşturan bireylerin öne çıkma çabaları bazen sadece muhalif olmak, bencilleşmek ve kendini oradaki herşeyden önemli görmek şeklinde ortaya çıkmıştır. 'The Dark Tetrat 'denilen, psikolojik yönü daha ağır olan sağlık sorunu da görülmektedir. The Dark Tetrat sendromu kişilerin aşırı derecede bencil ve empatiden yoksun olmaları durumu olarak tanımlanmaktadır. Psikolog Chiristensen Hammond'a göre bu sendromun tipik düşünce yapısı şöyledir:⁸⁵

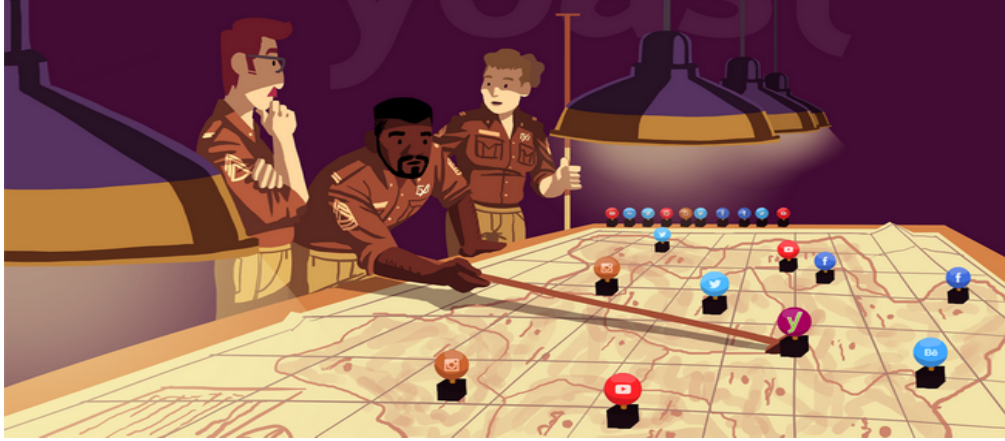
1. Benim yoluma gelmeleri için diğerlerini manipüle etmeliyim.
2. Diğerlerinin bana hayran olmasını istiyorum.
3. Eylemlerimin ahlâkî sorumlulukları hakkında endişelenmem gerekmez.
4. Prestij ve statü elde etmeliyim.
5. Küstah ve duyarsız olabilirim.
6. Diğerleri bana dikkat kesilmeli.
7. İlerlemek için aldatma ve yalan söyleme yollarını kullanabilirim.

Sosyal medya sadece paylaşımlardan ya da iletişimin dijitalleşmesinden ibaret bir ortam değildir. Burada sergilenen tavırlar kullanıcıların karakteristik yapılarına ve ruhsal sağlıklarına da etki edebilmektedir. **Best Science School** yayınladığı raporda sosyal medyanın kullanıcıları sadece ve sadece kendini düşünen ve diğer insanların kendisi hakkında ne düşündüğü konusunda takıntılı bireyler haline getirdiğini ileri sürülmektedir.⁸⁶ Biz de birer kullanıcı olarak kendimizi düşündüğümüzde sosyal ağlar üzerinden yaptığımız paylaşımlarda listemizdeki insanların neler düşündüğü merak etmekte, hatta zaman zaman paylaştığımız şeyleri komik, anlamsız olduğunu düşünerek silebilmekteyiz. Kimliklerimizi saklayabilmenin verdiği özgüvenin yanında açık kimliklerimizden kaynaklanan çekince ve eksik özgüveni de oraya taşıyabiliriz. Sosyal 'hayvanlar' olan insanların sosyal medya üzerinde elde ettikleri güç kısmi yozlaşma da yaratmıştır. Elde ettiğimiz güç, diğerlerine üstünlük sağlama arzumuz ve gerçek hayatta bastırdığımız pek çok istek sanal dünyada serbest bir şekilde dolaşabilmektedir. Zira sanal dünyada -hukuki meseleler hariç- bir sorumluluk almamıza gerek yoktur.

⁸⁵ <http://pro.psychcentral.com/exhausted-woman/2015/11/the-dark-tetrad-possibly-the-scariest-boss/#> Erişim Tarihi: 1 Kasım 2016.

⁸⁶ Aktaran Sanlav, **a.g.e.**, s 90.

Teknolojik gelişmeler toplumları geliştirebileceği gibi baş aşağı da götürebilir. Bu bir gerçektir. Ülkeler arası savaşları bazen sanal aleme taşımaktadır. Toplum içi çatışmaların sosyal medya üzerinde devam ettiği ve sanallık üzerinden gerçek çatışmalar yaşandığı ülkemizde de sık sık görülmüştür. Toplumsal ayrışmalarda yaşanan ‘çatışma’ sonucu herkes bu yeni iletişim teknolojileri üzerinden bir şekilde kendi bilgi akışını yaratmıştır. Aynı zamanda askeri stratejik hamleler fiziki olarak nadir başvurulan bir yöntem haline dönüşmüştür. Artık masa başında, ateşli silah kullanılmadan, sadece yeni iletişim araçları ve bu araçların en güçlülülere olan sosyal medya platformları üzerinden harp yürütülebilmektedir. Nitekim Gezi Parkı isyanları ve Arap Baharı dahil olmak üzere pek çok olayda bu yöntem defalarca ve başarılı bir şekilde kullanılmıştır.



Resim 11. Yeni harp silahı olarak sosyal medya kullanımı.

İnternet, yeni iletişim araçları ve sosyal medyanın zaman kavramını değiştirmesinden söz edilmişti. Zaman yaşam ve ölüm arasındaki süreyle ölçülür.⁸⁷ Yaşamın sonunda bizi bekleyen akıbet inkâr edilememektedir. Herşey zamanında yapılmalıdır. Ancak, gelişen yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya araçları bu bağlamı değiştirmiştir. Tek zamanlı iletişim akışı iki zamanlı iletişim akışına dönüşmüştür: Eşzamanlılık ve Eşzamansızlık. Geleneksel medya gibi organların insanlara o güne kadar sunduğu bütün içerik arşiv olarak sunulabilmektedir. Böylelikle insanlar çevrimiçi içeriklere istedikleri zaman ulaşabilmektedir. Bu durum eşzamanlı olma alışkanlığını değiştirmiştir. Gerçek zamanın yanında bir de sanal dünya için ayrı

⁸⁷ Castells, a.g.e., s. 596.

bir zaman dilimi ortaya çıkmıştır. İnsanlar ikili zaman diliminde, iki şekilde yaşamları sürdürebilir olmuştur. Bu, değişen algılama biçimleridir biridir.

Yeni iletişim teknolojileri sayesinde iletişimin fiziksel yakınlık yönü gerilemiş, zaman zaman yerini tümüyle sanal cemaatlere üyeliğe bırakmıştır. Bunun sonucu olarak toplumun bazı kesimlerinde yoksullaşan sosyal hayat endişesi ortaya çıkmıştır. Bir bakıma sosyal hayatta sıradan vatandaşlar olan bizler Nicolas Carr'ın deyimiyle; "Kişisel bilgileri yetiştiren çiftçiler olmaktan çıkıp, elektronik veri ormanında dolaşan avcı ve toplayıcılara dönüşüyoruz".⁸⁸

⁸⁸ Carr, **a.g.e.**, s. 175.

SONUÇ

Gelişen her teknoloji insan hayatını bazen hemen bazen zaman içinde çeşitli genişlik ve derinlikte etkilemeyi başarmıştır. Mağara çizimlerinden posta güvercinlerine, posta güvercinlerinden telgrafa ve telefona, mektuplardan elektronik postalara vb. nicesine kadar varan değişimler iletişim yöntemlerini değiştirdiği gibi insanların hayatları boyunca kazandığı alışkanlıkların da değişmesine sebep olmuştur. Graham Bell kablolardan ses verilerini aktarmanın yolunu bulduğunda hem bilgi alışverişinde hem de iletişimde zaman ve mekan sınırları kırılmıştır. İletişim için birincil öncelik olan fiziki yakınlık zorunluluğu azalmıştır. Marconi radyoyu icat ettiğinde bilginin ve tek yönlü iletişimin mesafesi genişlemiştir. Uzak bölgelerden rahat bir şekilde haber alabilir hale gelinmiştir. Tepki de verebilir olunmuştur. Ancak, bu tepki sadece bizle ve etrafımızdaki yakın insanlarla sınırlı kalmıştır. Radyonun kitlelere ulaşma becerisi kitlelere ulaşmak için radyoyu kullananlar için bir araç olmuştur. Sıradan insanlar içinse sadece mesajı ileten bir araç olarak kalmıştır. Bunların hepsi sadece sesli kültürün parçası olmuştur.

Televizyonun icadı ile birlikte veriler ortak hareket alanı bulmuştur. Televizyon olayları hem sesli hem de görsel olarak insanlara ulaştırmıştır. Bu özellikleriyle televizyon veri kullanımı bakımından diğerlerinden daha farklı bir araçtır. Televizyonun karşısına geçtiğimizde olayları simülatif tecrübe halinde yaşayabilmekteyiz. Televizyon bizleri gidilemeyen yerlere götürmüş, görülemeyen şeyleri göstermiştir. Ancak, televizyon da tek yönlü bir araçtır ve insanlar televizyon çağında sadece bilgi ve veri tüketicisi konumunda kalmıştır. Gazeteler ve dergiler gibi görsel öğeleri ve kültürü kullanan araçlar televizyon ile birlikte etki alanlarını kısmen kaybederler dahi iletişim araçları olarak varlığını bugüne kadar bir şekilde sürdürmeye devam etmiştir.

Bilgisayarların ortaya çıkmasıyla yaşanan dijitalleşme başlangıcı bütün iletişim çağlarının ötesinde bir döneme açılacak kapılardan ilkidir. Bilgisayarlar evlere girince veriler dijitalleşmeye başlamıştır. Kâğıt ve kalem dijitalleşmiştir. İnsanoğlunun elde ettiği veriler 0 ve 1'lerden oluşmaya başlamıştır. Telefonların mobilleşmesi mekan bağımlılığımızı sonlandırmıştır. Artık bir mekana ihtiyaç duymadan -sokakta yürürken, yolculuk ederken ya da evimizden uzaktayken- diğer insanlarla iletişim kurabilir hâle gelinmiştir.

İnternet teknolojisi hayatımıza girince bize istediğimiz verileri daha hızlı elde etme gibi bir yetenek kazandırmıştır. Başlarda sadece bizim için üretilen verileri görüntülemekle yetinsek bile çeşitli zorunlulukları yerine getirdiğimiz takdirde üretici olabilmekteyiz. Web 2.0 ile birlikte üretilen verilere erişme yanında, o verilere tepki verebilme, müdahale edebilme gibi özellikler kazanılmıştır. Artık internet üzerinde eriştiğimiz verilere verdiğimiz tepkiler anında karşı tarafa iletilebilmektedir. Bu başka bir çağın ayak seslerinin kapımıza dayanması halidir. Sadece tüketiciyken hem üretici hem de tüketici olunmuştur. İnsanlar toplu halde varlık sürdürme güdülerini internet üzerine taşımaya başlamıştır.

Eski araçlar yerini yeni araçlara bırakmıştır. 2000’li yıllarda karşımıza Sosyal medya araçları çıkmıştır. Bu araçlarla bilginin akışını kontrol edebilir, verilere saniyeler içinde erişebilir, ürettiğimiz içerikleri ve verileri kitlelere ulaştırabilir konuma gelinmiştir. İlk başlarda önemsemesek bile daha sonraki yıllarda sosyalleşme eylemlerimiz dahi bu aygıtlar üzerinden gerçekleşir olmuştur. Ülkelerde internet kullanıcı rakamları milyonlara ulaştığında farklı topluluklar da kendilerini yeni dünyanın içinde bulmuştur. Üretici olmak bilgiyi kontrol etmek anlamına da gelmektedir. Hepimiz yayıncılara dönüştük. Kendi kitle iletişim yöntemimizi belirleyebileceğimiz sistemler gelişti. Bu şekilde kendimizi başka kimliklere sokarak istediğimiz şekli alabildik. Sosyal medya bazıları için sorumluluktan uzak, ahlaki yükümlülere kulakların tıkanabileceği bir ortam olmuştur. İnsani ilişkilerin dijitalleşmesi kimileri için asosyalite anlamına gelmektedir. Ancak, gerçekte olan, gerçek hayatımızdaki sosyalliği dijital Dünya’ya taşımaktan başka bir şey değildir.

Twitter, Facebook gibi yazılımlarla kendimizi iddialı bir şekilde bütün dünyaya duyurma fırsatı yakalanmıştır. Ancak, bu fırsat zaman içinde bize bilginin manipüle edilebilir halde orada olduğunu göstermiştir. Bu tarz sosyal ağlar üzerinde yaratılan stereotip figürler toplumun öncüleri haline gelmiştir. Topluma bilgileri yanıltıcı biçimde vererek insanların tepkilerini belirlemiştir.

Sosyal ağlar gerçek hayatta elde edemediklerimizi kolay bir şekilde elde etme aracı olarak görülmüştür. İnsanların dikkatini çekmek için standart içinde niş olma zorunluluğu bizleri içerik üretme konusunda zorlayıcı etken olmuştur. Hayatlarımızı paylaşıyor, ilişkilerimizi kuruyor, yediğimiz içtiğimiz şeylerden, giyindiğimiz markalara kadar herşeyi diğer insanların dikkatine sunuyoruz. Göz önünde olma arzumuzu, diğer insanları arka plana itme arzumuzu bastırmamıza gerek kalmamıştır.

Zira sosyal hayattaki sorumluluklar, gerçek hayattaki kimliklerin bize yüklediği yükler, sosyal ağlarda olmayacaktır veya böyle olduğunu sanmak mümkün olacaktır. Sosyal medyada kimliklerimizi istediğimiz doğrultuda eğip bükme gücüne sahibiz. Bu ağlarda edinebildiğimiz farklı kimlikler ve açığa çıkan bastırılmış isteklerimizi ya da kimliklerimizi serbest bırakma ‘avantajımız’, içerik üretimi için yarışılan bu alanda bizi bazen istemediğimiz şeyleri yapmaya zorlasa da, sosyal medyanın asosyal olduğunu söylemek hatalı bir bakış olabilmektedir. Anı yaşamak ve o anı paylaşmak arasındaki tartışmayı bir başka pencereden yorumlamamız gerekmektedir. Anı paylaşmak için o anı yaşamamız gereklidir. Kendi yaşadığımız anı başkalarıyla paylaşmak suretiyle televizyonun bizlere yaşattığı simülatif tecrübeyi bizzat ürettiğimiz içerikle başkalarına yaşatabilemekteyiz.

Hayatta niyet ve irade önemli olduğu gibi sosyal medyada da niyet ve irade önemli yer tutmaktadır. Yeni araçlarla insanların kolay kandırılabilir olması, kimliklerimizi saklayabiliyor olmamız her durumda kötü niyet barındırmamaktadır.

Devletler sosyal ağlar üzerinden insanları her zaman kontrol etmeye çalışacaktır. Bilgilere erişmeyi, kendi istedikleri bilgilerle mümkün hale getirmek için agresif yöntemler kullanmaya devam edecektir. Fakat insanlar hem gerçek hayatta hem de sanal hayatta dijital bir şekilde sosyalleşmeyi sürdürecektir. Farklılıklar sanal dünyada da devam edecek ama gerçek hayatın farklılıkları sanal dünyada başka şekillerde görülecektir. Online-offline gibi terimler siyasal tercihler gibi anlamlı ve önemli sonuçları olan tercihler olarak kalacaktır.

Teknoloji her zaman ilerler. Her teknolojik buluş bir sonraki buluş için zemin hazırlamıştır. Her yeni adım bir sonraki adım için tuğladır. Tuğlalar üst üste konmaya devam etmektedir. Dijitalleşme ütöpik çağrışımlar yapsa da bugün kullandığımız teknoloji ve sosyal ağlar bir zamanlar bugün baktıklarımız gibi ütopya olarak görünmekteydi. Dünya ve hayatlarımız canlı organizmalar gibi değişim geçirmek zorundadır.

Hayatlarımızda meydana gelen değişimler bazen negatif gözüke bile daha ziyade eskiden edindiğimiz alışkanlıklarımız ve değişim sancıları bize bu hissiyatı vermektedir. Bir süre sonra yeniye adapte oluruz ve sanki yeni edindiklerimiz hayatımız boyunca hep bizimleymiş gibi davranırız. Unutulmamalı ki bugün çocuğu olan bir ailenin bebeği ergenliğe geldiğinde henüz var olmayan bir dünya ve var olmayan meslekler için hazırlanıyor olacaktır. Ve o bebekten hem gerçek dünyada sosyalleşmesi

hem de o sosyalleşmeyi sanal dünyaya taşıması beklenecektir. Ne var ki, hangi teknolojik gelişme yaşanırsa yaşansın insan olmanın özellikleri değişmeyecektir. Başka bir deyişle iletişim temel insani etkileşimlerden biri olmayı sürdürecektir. İletişimde dijital çağın imkânları ve araçları gelişmeye ve hayatımıza girmeye devam edecektir. Ancak, ne gibi yenilikler ortaya çıkarsa çıksın insan cinsi sosyal olma özelliğini koruyacak, sosyalleşecek ve yenilikleri sosyalleşmenin yeni araçlarına çevirecektir. İletişim teknolojilerindeki ve iletişim bilimlerindeki değişikliklerin işaret ettiği yön, budur.

KAYNAKÇA

- Acar, M., ve Demir, Ö., **Sosyal Bilimler Sözlüğü**. Ankara: Adres Yayınları. 2002.
- Aktaş, C., **QR Kodlar ve İletişim Teknolojilerinin Hibritleşmesi**. İstanbul: Kalkedon. 2014.
- Atabek, Ü. **İletişim ve Teknoloji**. Ankara: Seçkin Yayıncılık. 2001.
- Ayan, B., **Sosyal Ağlar Tarihi**. İstanbul: Abaküs Yayınları. 2016.
- Baldini, M. **İletişim Tarihi**. (çev. G. Batuş), İstanbul: Avicol Yayınları., 2004.
- Carr, N. **Yüzeysellik: İnternet Bizi Aptal mı Yapıyor ?**. (çev. İ. Kapaklıkaya), İstanbul: Ufuk Yayınları. 2012.
- Castells, M., **Ağ Toplumunun Yükselişi**, (çev. E. Kılıç), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları. 2013.
- Cevizci, A. **Felsefe Sözlüğü**, İstanbul: Say Yayınları. 2011.
- Crowney, D. ve Paul H., **İletişim Tarihi: Teknoloji- Kültür- Toplum**. (çev. B. Ersöz) Ankara: Siyasal Yayınları 2014.
- Cohen, J. ve Schmidt, E. **Yeni Dijital Çağ**. (çev. Ü. Şensoy),İstanbul: Optimist Yayınları. 2014.
- Freud, G. **Fotoğraf ve Toplum**. (çev. Ş. Demirkol) İstanbul: Sel Yayınları. 2006.
- Değirmencioğlu, G. “ Yeni Medya Çağında Haberciliğin Dönüşümü: Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında Yerel Gazetecilik”, **Yeni Meyda Üzerine**, Müge Demir(der.), Konya: Literatür. C.I, 2014.
- Maigret, E. **Medya ve İletişim Sosyolojisi**. (çev. H. Yücel) İstanbul: İletişim Yayınları. 2014.
- Mulvey, L. **Saniyede 24 Kare Ölüm**.(çev. S. Dingiloğlu),İstanbul: Doruk Yayınları. 2012.
- Sanlav, Ü. **Sosyal Medya Savaşları**. İstanbul: Hayat Yayınları. 2014.
- Törenli, N. **Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenmesi**. Ankara: Bilim Yayınları. 2005.
- Turgut, S. **Yeni Medya**. İstanbul: Destek Yayınları. 2013.
- Yayla, A. **Siyasi Düşünce Sözlüğü**, Ankara: Adres Yayınları. 2005.
- Yayla, O. “Dijital Çağda Ayrımcılık ve Eşitsizlik”. **Liberal Düşünce Dergisi**. Y. 20, s. 31 (Yaz 205).
- Zıllıoğlu, M. **İletişim Nedir?**. İstanbul: Cem Yayınevi. 2014.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> Erişim Tarihi: 1 Aralık 2016

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm> Erişim Tarihi: 20 Kasım 2016

<https://www.statista.com/topics/846/amazon/> Erişim Tarihi: 3 Kasım 2016

<https://www.kickstarter.com/help/stats> Erişim Tarihi: 29 Ekim 2016

<http://www.wsj.com/articles/e-book-sales-weaken-amid-higher-prices-1441307826>

Erişim Tarihi: 1 Kasım 2016

<http://www.alexa.com/siteinfo/huffingtonpost.com> Erişim Tarihi: 1 Kasım 2016

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> Erişim Tarihi: 20 Ocak 2017