

Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Değerler
New Media and Changing Social Values

Yasin Bulduklı, Muzaffer Şeker

Doç. Dr. Yasin Bulduklu / drbulduklu@gmail.com

Doç. Dr. Yasin Bulduklu, 2010 yılında Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanında doktora derecesini almıştır. 2011-2019 yılları arasında Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak görev yaptıktan sonra 2019 yılında İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü'nde öğretim üyesi olarak göreve başlamış ve halen bu görevini sürdürmektedir. Sağlık İletişimi (2010), Hastalarla İletişim (2015), İmaj Yönetimi (2015) ve Kitle İletişim Kuramları (2019) adlı kitapları yazmıştır. Kurumsal iletişim, yeni medya, medya ve toplum, sağlık iletişimi, kitle iletişim araştırmaları, imaj yönetimi ve halkla ilişkiler alanında çok sayıda çalışması vardır.

Prof. Dr. Muzaffer Şeker / mseker@tuba.gov.tr

TÜBA Başkanı Prof. Dr. Muzaffer Şeker, 1995 yılında İngiltere'de Leicester Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde İnsan Anatomisi üzerine doktora derecesi aldı. 2000 yılında doçent, 2006 yılında da profesör oldu. Birleşik Arap Emirlikleri'nde iki yıl öğretim görevlisi olarak çalıştı. Dr. Şeker, Aralık 2010 yılında Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi'ne kurucu rektör olarak atandı. Halen aynı üniversitede dersler vermeye devam eden Dr. Şeker, ulusal ve uluslararası birçok akademik organizasyonda ve sivil toplum kuruluşlarında görev almıştır.

Assoc. Prof. Dr. Yasin Bulduklu / drbulduklu@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Yasin Bulduklu obtained his doctoral degree in the department of Public Relations and Publicity in 2010. After serving as lecturer at Necmettin Erbakan University between the years of 2011 and 2019, he has started work as lecturer in the Department of Media and Communication at the Faculty of the Social Sciences and Humanities at İzmir Katip Çelebi University in 2019 and still continues to work at this institution. He has published the books titled Sağlık İletişimi (2010), Hastalarla İletişim (2015), İmaj Yönetimi (2015) and Kitle İletişim Kuramları (2019). He has many studies in the fields of corporate communication, new media, media and society, health communication, mass communication research, image management, and public relations.

Prof. Dr. Muzaffer Şeker / mseker@tuba.gov.tr

Prof. Dr. Muzaffer Şeker completed his doctoral degree on Human Anatomy from Leicester University Faculty of Medicine in the UK in 1995. He became associate professor in 2000 and professor in 2006. He worked as lecturer in United Arab Emirates for two years. He was appointed as founder rector at Konya Necmettin Erbakan University in 2010. Dr. Şeker, who has still been giving lectures at the same university, has taken part in many national and international academic organizations and NGO's. Dr. Şeker has been serving as the President of Turkish Academy of Sciences, known as TÜBA since 2019.

Özet

İlk kullanıldığı günden bu yana teknoloji, insanların tabiat ile mücadelesinde ve ona hükmetmesinde fayda sağlayan araçlar olarak işlev sunmuş tüm aygıtları ifade etmektedir. Teknoloji, zaman içinde önce mekanik sonra da elektronik tüm araçları içine alan, her değişiminde toplumu da dönüştüren enstrümanlar olarak kullanımdan fazlasını ifade eden bir kavramdır. En basit tanımıyla mal ve hizmet üretiminde kullanılan mekanik ve elektronik sistemleri kapsayan teknoloji, tarihin her döneminde toplumlar üzerinde önemli etkilerde bulunmuş, medeniyetlerin kurulmasına ve yıkılmasına aracılık etmiştir. Bugün gelinen noktada teknoloji, yaşamın tüm alanlarında değişim ve dönüşümün hem nedeni hem de sonucu olarak hizmet sunan yapıdadır. Teknolojinin değişim ve dönüşümünde insanlar, önce kendilerini ve çevrelerini inceleyerek edindikleri bilgiyi farklı alanlara yansıtılmışlar; devamında ise her defasında geçmişin birikiminden yararlanmışlardır. Tarihsel süreçte yaşamı kolaylaştırma, daha fazla üretme, tabiatta var olan güçlüklerin üstesinden gelme motivasyonu ile sadece araç ve aracı olan teknoloji, gelinen noktada hayatın tüm alanını biçimlendirir hale gelmiştir. Tüketim başta olmak üzere çok sayıda alışkanlığın ana belirleyeni bugün teknolojik aygıtlar ve onlara hükmedenlerdir. Teknoloji, tüm hayatın başat unsuru haline gelmiştir ve tüm dünya bu sayede izlenebilir ve gözetlenebilir olmuştur. Teknoloji aracılı olarak toplumların kültürü, değerleri değiştirilebilir hale gelmiş, bu yolla tüm toplumlar yönetilebilir topluluklar biçimine evrilmiştir. Yönetimsel yapıları ve siyasal sistemler bu değişimin etkileneni olmuşlar, üretim ve dağıtım ilişkileri de farklılaşmıştır. Toplumsal ilişkiler, kökten değişmeye devam etmektedir ve tekniğin yaratıcısı olanlar, öncelikle kendi toplumsal iç çevrelerinde ve toplumların birbirleriyle ilişkilerinde üreten yönünde bir dengesizliğin yaratılmasını sağlamışlardır. Tekniğin ve teknolojinin yaratıcısı olanlar, diğerleri üzerinde hegemonik güç haline gelmişler, toplumlar arasında sürekli artan bir dengesizliğin ortaya çıkmasını sağlamışlardır. Tüm bu sonuçlar, öncelikle değerleri değiştirmekle başlamış, gelinen noktada teknoloji yeni değerleri yaratmıştır. Bu makale, teknoloji ve onun aracılığıyla değişen değerleri kitle iletişimi bağlamında irdelemektedir. Toplumsal soyut varlıklar olarak değerlerin kavramsal açıdan tanımlandığı makalede toplumsal yapı, kültür ve değerler, yeni medyanın bakış açısından ele alınmaktadır. Literatürden ve yeni medya ortamlarındaki uygulamaların gözlenmesinden yararlanan çalışma, değişen değer algılarını betimlemeye yönelik bir bakış açısıyla konuya yaklaşmaktadır.

Abstract

Since the first day it was used, technology refers to all devices that have served as agents, which benefit humans in their struggle with and domination of nature. Technology is a concept that means more than just use as instruments that encompass all mechanical and later electronic tools, so transforming the society in every change over time. Technology, which involves mechanic and electronic systems used in goods and services in the simplest definition, has gradually affected societies in every period, and mediates the establishment and breaking down of the civilizations. At this stage today, technology is in a structure that provides services both as both cause and a result of change and transformation in all areas of life. In the change and transformation of technology, people first reflect the information they obtained through examining themselves and their environment in different areas, and later on, they benefit from the accumulation of the past. Technology, which was only a tool and mediator with the motivation of making life easier, producing more, and getting over the difficulties existing in nature in the historical process, has become to shape the whole area of life at this stage. Today, the main determinants of many habits, notably consumption, are technological devices and those who rule over them. Technology has become the dominant element of whole life and the entire world has thus become monitored and observed. Through technology, the culture and values of societies have become changeable, and in this way, all societies have evolved into communities that might be manageable. Managerial structures and political systems have been affected by this change, and the production and distribution relations have also differed. Social relations have continued to change radically and those who are the creators of the technique have created an imbalance in the direction of the productive, especially in their own social inner circles and in the relations of societies with each other. Those who are the creators of technique and technology have become hegemonic power over the others, and they have caused the creation of an ever-increasing imbalance between societies. All these results, at the outset, have started with changing values, technology created new values at the point reached. This article examines technology and the values that change through it in the context of mass communication. In the article, in which values as socially abstract entities are defined conceptually, social structure, culture, and values are handled from the perspective of new media. The study, which makes use of the literature and observing the implementations in new media atmosphere, approaches the issue from a point of view to describe the changing value perceptions.

Yeni Medya ve Değişen Toplumsal Değerler

Yasin Bulduklı

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Muzaffer Şeker

Türkiye Bilimler Akademisi

Giriş

En basit tanımıyla mal ve hizmet üretiminde kullanılan mekanik ve elektronik sistemleri ifade eden teknoloji kavramı, tarihin her döneminde büyük bir değişim ve etkileme alanına sahip olmuştur. Günümüzde de yaşamın tüm alanlarında değişim ve dönüşümün nedeni olmaktadır ve olmaya devam edecektir. Bu değişim ve dönüşümde insanlar, önce kendilerini ve çevrelerini inceleyerek edindikleri bilgiyi farklı alanlara yansıtılmışlar; devamında ise her defasında geçmişin birikiminden yararlanmışlardır. Bu yararlanma ya eleştiriler, her bir deneyim sahibinin bakış açısından her defasında bir sonrasına aktarılmak yoluyla bütünlüğe, artmış ve katlanmışlardır.

Mal veya hizmetin üretiminde kullanılan ve üretimi kolaylaştırıcı işlevi bulunan enstrümanları tanımlayan; bu haliyle de teknik düzeye vurgu yapan teknoloji, zanaatın bir yardımcı ögesi olma işlevinin ötesine geçmiştir. Tarihsel süreçte yaşamı kolaylaştırma, daha fazla üretme, tabiatta var olan güçlüklerin üstesinden gelme motivasyonu ile sadece araç ve aracı olan teknoloji, gelinen noktada tüketim başta olmak üzere çok sayıda alışkanlığın ana belirleyeni olma noktasına ulaşmıştır. Tekerleği bulduğunda görünen uzak mesafeleri yaklaştıran, daha fazla yük taşımaya kolaylaştıran insanlık, günün birinde tekerlekten yola çıkılarak geliştirilen yeni araçlar ile binlerce kilometrelik mesafeleri kat edebilen hızlı ulaşım araçlarına dönüştürülebileceğini bilmiyordu veya hayal bile edemiyordu. Aynı şekilde radyo dalgalarını bulan Maxwell gibi Allesandra Lolita Oswaldo'yu arayan Bell de görüntüyle sesin aynı anda tel olmadan aktarılacağını ve tüm dünyanın çevrim içi olarak bu teknik sayesinde izlenebilir ve gözetlenebilir olacağını düşünmemişlerdir. İlk ve en basit icattan bugünün kablo ve mekân bağımsız iletişim araçlarına kadar tüm teknik gelişmeler, bir birikimin sonucudur ve hepsi birbirinin üzerinde yükselmişlerdir. Bir şeyi keşfetmenin, yapmanın veya üretmenin bilgisi, aracısı ve kolaylaştırıcısı olan teknolojik gelişim, salt bu işlevler içine hapsolmemiş; toplumu, kültürü, değerleri ve nihayet dünyayı dönüştüren hale evrilmiştir.

Teknoloji; toplumları, onun çatısı altındaki kurumları ve yaşam biçimlerini dönüştürücü işlevini ilk çağlardan bu yana göstermiştir. Yazının icadı, yazılı kültürü oluşturmuş ve bir milat yaşanmış; tarih oradan başlatılmıştır. Görsellerin toplumsal yaşama daha çok dâhil olması, görüntüyü ve imajları önemli hale getirmiş, teknoloji aracılı olarak görünmeyen alanlar görünür kılındıkça kültürün popülerleşmesi gibi bir durum ortaya çıkmıştır. Genel olarak akademik çalışmalar ve özelden iletişim araştırmaları, teknolojinin toplumsal düzeydeki işlevlerini ve sosyal olgular üzerindeki etkilerini incelemeye girişmişlerdir.

Bilimin gelişmesinde de benzer çerçeve, kılavuz olarak alınabilir. Diğer taraftan bu gelişmelerin topluma en güzel yansımalarından biri de yazı, kitap ve matbaanın birlikteliğinin yarattığı Rönesans ve bağlı olarak yaşanan Reform Hareketleri, bilimsel ve toplumsal düzeyde sonuçları olan gelişmeleri ortaya çıkarmıştır. Birinci Dünya Savaşında radyo teknolojisinin sağladığı yararlar, okyanus ötesi yayıncılığı doğurduğunda dünyanın küçük olduğu keşfedilmiş, 20. yüzyılın ilk yarısının sonlarına doğru ise televizyon dünyanın küresel köy olduğu fikrini yaratmıştır. Aynı yüzyılın ikinci yarısı ise toplumsal değişimi ve insan yaşamının hızlanmasını sağlayan bilgisayar ve internet teknolojisini insanlık tarihine eklemiştir. Geçmişte ABD ordu ve üniversiteleri arasındaki mesafeyi kısaltmayı amaçlayan bu ağ, günümüzde fiziksel, sosyal, kültürel ve ahlâki sınırları ortadan kaldırma, kültürel farklılıkları ve zenginlikleri yok etme; bağımlılık yaratma ve insanı tek tiplendirme riski oluşturmaktadır.

Geçmişten bugüne bilimin gelişmesinde etkili olan teknik, araştırmaların hem enstrümanı olmuş hem de gelişen bilim, farklı teknolojilerin icat edilmesiyle bilimsel gelişmelerin tetikleyicisi haline gelmiştir. Toplumların ve insanlığın devriminde saptayıcı bir rol üstlenen teknoloji; yönetsel yapıları ve siyasal sistemleri de yaratma, değiştirme, etkileme, dönüştürme ve geliştirme potansiyeline sahip teknik beceriler bilgisidir. Bu haliyle yeni bir tekniğin yaratılması, üretilmesi, değiş tokuşu ve kullanımı, toplumsal ilişkilerin kökten değişmesi sonucunu doğal olarak doğurmuştur. Tüm bu toplumsal ilişkilerin yeni yönü, bedeli mukabilinde iş ve işlemlerin yapılması sonucunu ortaya getirmiştir. Tekniğin yaratıcısı olanlar öncelikle kendi toplumsal iç çevrelerinde ve toplumların birbirleriyle ilişkilerinde üreten yönünde bir dengesizliğin yaratılmasının ilk aktörleri olmuşlardır. Tekniğin ve teknolojinin yaratıcısı olanlar, diğerleri üzerinde hegemonik güç haline almışlar; üretim ilişkileri ve sosyal yapılar, kendi içinde ve toplumlar arasında sürekli artan bir dengesizliğin de daimi etkenini oluşturmuşlardır. Günümüzde anlam bulan evrensellik, küresellik, emperyalizm kavram ve uygulamalarının bu noktada teknoloji ile ilişkisinin altını çizmek gerekir. Azgelişmiş ülkelerin gelişmiş ülkelere sürekli bağımlı yaşamalarının, aradaki farkın her daim gelişmiş ülkeler lehine açılmasının iletişim ve teknoloji ile ilişkisi de ayrı bir tartışma konusudur. Bu makale, teknoloji ve onun aracılığıyla değişen değerleri kitle iletişimi bağlamında irdelemektedir. Toplumsal soyut varlıklar olarak değerlerin kavramsal açıdan tanımlandığı makalede toplumsal yapı, kültür ve değerler, yeni medyanın bakış açısından ele alınmaktadır. Literatürden ve yeni medya ortamlarındaki uygulamaların gözlenmesinden yararlanan çalışma, değişen değer algılarını betimlemeye yönelik bir bakış açısıyla konuya yaklaşmaktadır.

Medya ve Toplumsal Yapı

İnsanlık tarihi, sosyal ve toplumlar arası simge paylaşımı, sembolik içerik üretimi ve aktarımı üzerine kuruludur. Matbaanın iletişim sürecinde merkezi bir konum edinmesinden bu yana toplumsal iletişim sürecinde içeriğin oluşturulması ve dolayısıyla sokulması kurumsal bir yapıya bürünmüştür (Timisi, 2003: 9). İletişimin bu kurumsal yapısı, kısaca medyayı tarif etmektedir. Ancak medyanın kurumsal hale gelişindeki süreç, tarihin ilk dönemlerindeki yavaş işleyişin aksine matbaanın icadıyla hızlı bir yola girmiş; ilk değişimler genellikle matbaa teknolojisinin vasıtasıyla basılı medya alanında ortaya çıkmıştır. Çok sayıda kitabın basımına olanak sağlayan matbaa teknolojisi, iletilerin uzak mesafelere aracılı aktarımı yanında kaydedilmesini ve uzun süre saklanmasını da olanaklı kılmıştır. Bireyler ve toplumlar üzerindeki iktidarın yönünü farklılaştıran kitap, önce kilisenin gücünü tehdit etmiş; ilerleyen süreçte ise gücü dini aktörlerden alarak bilgi ve bilime kaydırmıştır. Öncesinde sadece kilisenin ve dini sınıfların tekelinde bulunan bilgi, kitap aracılığıyla daha geniş çevreye yayılmış; bu durum, toplumsal yapı ve üretim ilişkilerinde değişimi yaratmıştır. Bilginin kitap dolayımıyla kolay yayılımı, kodların çözümünde ruhban sınıfının ayrıcalığını ortadan kaldırmış, toplumsal devrimlerin ortaya çıkmasını fitili de böylece ateşlenmiştir.

Kitap gibi yazı ve matbaa ile bağlantılı ancak ona göre daha etkili medya ise gazetedir. Gazete, kitabın durağan bilgi aktarımının önündeki engeli kaldırmış, güncelin hızlı yayılımı yoluyla insanların yaşadıkları yerlerden ve daha uzak mekânlardan hızlı haber almasını sağlamıştır. Posta sistemleri ve gemi teknolojilerindeki gelişmeler, iletilerin dar kapsamının dışına çıkması girişimlerinin öncüsü olarak kabul edilebilir. Gazeteler, daha yakın gelişmeleri kitlelere aktarma yolunda önemli işlevleri sağlamış; toplumların siyasal ve ekonomik dönüşümlerinde önemli bir dönüm noktası oluşturmuşlardır. Kitap ile gazete arasında geçen uzun sürenin aksine 19.yüzyılın sonundan itibaren kitle iletişim araçlarının nicelik ve niteliğinde hızlı ve önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu sürecin ilk adımları, fotoğraf makinesinin icat edilmesi ile atılmış; onu telefon izlemiş, fotoğraf makinelerinin yaygınlaşmasını takiben gelişen sinema teknolojisi ile görsel iletişim alanında önemli gelişmeler birbiri ardına gelmiştir. Telsizin icadı, radyoyu bir kitle iletişim aracı olarak toplumların hayatına sokmuş; televizyona olan gereksinim bunlar üzerine kurulmuştur.

Sanayi toplumunun ortaya çıkmasında kilit unsur, enerjinin dağıtımı ve üretimi olduğundan sanayi devrimi için buhar makinesinden elektrige, fosil yakıtlara, hatta nükleer enerjiye uzanan bir yelpazede yeni enerji kaynakları ne demekse iletişim devrimi için de enformasyon teknolojileri o anlama gelmiştir (Castells, 2008: 40). Dolayısıyla son devrim, aslında teknolojinin devrimidir. Devrimin sürecinde teknik ve buna dayalı olarak teknoloji, toplumu önce sanayi toplumuna dönüştürmüştü; sanayi sonrası toplumun enformasyon toplumuna dönüşmesinde internet, bilgisayar teknolojilerinin yaygınlaşması ve buna dayalı olarak enformasyonun küresel ağlar aracılığıyla yaygınlaşması etken olmuştur. Ekonomik güdülerin sınırları aşması, iktisadi etkenlerin uluslararasılaşması, küreselliği yaratmış ve geleneksel pazar ve pazarlama anlayışı yerini ağ teknolojilerini içeren pazarlama anlayışına bırakmıştır. Yeni yapıda bilgi en önemli araçtır ve sayısal

ile birleşen telekomünikasyon teknolojisi, medya ve onun işlevlerini farklılaştırmıştır. Bilgi toplumunun tetikleyicisi olan yeni kitle iletişim biçimi, medya araştırmaları başta olmak üzere çok sayıda alanı yeniden tanımlamayı gerektirmiştir. Bilginin ve onun sahibi olanların güçlü hale geldiği yeni küresel yapı, donanım üretimi yanında yazılımın da rekabet alanı haline gelmesine yol açmıştır. Bilginin güç olması, pazarın ve tüketicinin daha iyi bilinmesi, bilginin kullanıcı aracılığıyla kendiliğinden ve gönüllü paylaşımı yoluyla artışı ve yayılması, ticaretin dönüşümünü yaratmıştır.

Toplum, ortak idealler etrafında toplanmış, ortak tarihe ve ortak geleceğe yönelik birliktelikle oluşan ortak kültür çerçevesinde yaşayan bireylerden teşekkül etmiş yapıdır. Toplumlar, kültürel aidiyetlerine göre düşünür, davranır, tepkiler verir ve yaşarlar. Törenleri, yasaları, kutlamaları, kültürün kodlarına göre tanımlanır ve paylaşılır. Toplumsallaşma ve toplumsal yapı üzerinde medyanın etkisi ise yadsınmaz. Medyanın giderek etki alanını genişletmesi ve insan yaşamının hemen her alanına ve anına nüfuz etmesi ile bu araçların birey ve toplum üzerindeki etkisi de artmıştır ve artmaktadır. Günümüzde medya, özellikle yeniden üreten, şekillendiren, yöneten, kontrol eden ve hatta yargılayıp, infaz eden bir iktidar aracına dönüşmüştür (Mora, 2008: 6). Toplumların dönüşümünde esas olan bazı etkenlerden farklı olarak bugünün teknolojik devriminin ayrıcalığı, bilginin ve enformasyonun bilgi üretimine, bilgi işleme ve iletişim aygıtlarından kullanımına ve bunların birbiri ile etkileşimine dayalı olmasıdır. Son yirmi - otuz yılda yeni telekomünikasyon teknolojilerinin kullanımının üç ayrı aşamadan geçtiği görülmektedir. Bunlar; işlerin otomasyonu, kullanım biçimlerinin denenmesi ve uygulamaların yeniden biçimlendirilmesidir. Otomasyon ve kullanımın denenmesi aşaması, teknolojik yenilik ve kullanarak öğrenme üzerine dayanırken üçüncü aşamada kullanıcılar, teknolojiyi yaparak öğrenmişler; ağırları yeniden biçimlendirme, yeni uygulamalar bulma noktasına ulaşmışlardır (Castells, 2008: 41). Yeni medya olarak adlandırılan bu teknolojiler, giderek kullanıcı tarafından değiştirilebilir ve geliştirilebilir hale gelmiştir. En pasif kullanıcının bile kullanım için onay verdiği uygulamalar, geliştiriciler için geri bildirim oluşturmuştur. Kullanıcılar tarafından benimsenmesinde gönüllülük ve geri bildirim sağlamadaki sınırsızlık, teknolojinin sürekliliğini ve her alanda yaygınlığını yaratmıştır. Medyanın son geldiği noktada mobil (taşınabilir) aygıtlar üzerinde tüm araçların bütünleşmesi, günlük yaşamdaki neredeyse tüm iş ve işlemlerin dijitalle evrilmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Yeni bütünleşik yapıyla geçmişte tanımlanan kitle iletişim biçim ve yapıları bu sayede hiçbir devrimde olmadığı kadar hızlı değişmiş ve gelişmiş; medyanın tanımı ve kapsamı farklılaşmıştır.

Değişen teknolojiyle farklılaşan medya, toplumsal yaşamdaki dönüşümü ve hızı artırmıştır. Teknolojinin yarattığı etkiyle birlikte değişen toplumsal yaşamda bireylerin boş zamanı artmış, alışveriş, eğlence ve eğitim kalıpları değişmiştir. Geline nokta teknoloji ile medyanın etkileşimi, bilgi toplumu olarak tanımlanan toplumsal bir devrimin yaşanmasına yol açmış, içinde bulunduğumuz dönem, modern ötesi (post modern), dijital çağ, teknoloji çağı vb. ifadelerle nitelenir hale gelmiştir. Dijital teknolojilerin hızlı gelişmesi ve medya başta olmak üzere gündelik yaşamda aşırı yoğun teknoloji kullanımı, yaşamı kolaylaştırıcı et-

kisi yanında toplumsal kurumlar üzerinde de önemli etkiler yaratmıştır. Bu çağ, bilginin de öneminin artmasını beraberinde getirmiştir. Her iletişim etkinliği, özünde bir bilgi paylaşımını barındırır hale gelmiştir. Teknolojinin etkisiyle dönüşüm, sadece araç ve araçlar üzerinde olmamaktadır. Yaşam tarzlarından başlayarak tüm toplumu ve hatta dünyayı başka bir yöne götürmektedir. Demokrasi tanımından uluslararası ticarete, aile içi ilişkilerden mahremiyet algısına çok geniş bir yelpazeyi biçimlendiren dijital devrim, geçmişten bugüne aktarılan icatların ve teknolojik birikimlerin sonucu olarak oldukça geniş bir zaman diliminde ortaya çıkmıştır. İletişime sayıların hâkim olmaya başladığı dijital çağda iletişim teknolojileri, her geçen gün çeşitlenmekte; vaat ettikleri ve üstlendikleri işlevler farklılaşmakta, çeşitlenmektedir. Geleneksel noktada toplumun yapısı değişmiş; bilginin üretimi, erişimi, paylaşımı ve kaydedilmesi kolaylaşmış, bu durum yaşamı da hızlandırmıştır. Yaşam biçimlerini, alışkanlıkları, iş ve eyleyiş desenlerini kökten dönüştüren teknoloji dolaylı yeni araçlar, iletişim gerekliliğinin ötesinde işlevleri yerine getirir hale gelmiştir. Bireyler, bu araçlar sayesinde iletişim kurmanın yanında bilmedikleri bir şehri hatta ülkeyi kimseye soru sormadan gezebilmekte, dillerini bilmedikleri garson ile çeviri programları üzerinden iletişim kurabilmekte, parmaklarını kullanmak yoluyla dünyanın öbür tarafından sipariş verebilmektedirler. Tüm bu değişim ve dönüşüm, yeni meslekler, yeni yaşam biçimleri, yeni ilişki yapıları vb. sonuçları doğurmaktadır.

Yeni Medya ve Değişen Toplum

İlk imparatorluklardan bugüne toplumu oluşturan bireyler arası iletişim ve ilişkiler millet denilen çatıyı oluşturmaktadır. Çok sayıda örgütlü ve örgütsüz ilişkilerden teşekkül etmiş olan toplum, üretim ilişkilerinin bir sonucudur. Bu haliyle toplum, üretim ilişkilerinden teşekkül etmiş bir yapıdır ve bu yapılar ve ilişkiler, birbirleriyle yakın bağlantılıdır. Geçmişteki toplumların sosyal ilişki ağları, teknolojinin yaşama daha fazla dahil olması ile internet aracılı ve sanal hale gelmiş; insanların yaşamlarında ve ilişkilerinde sanal ağ, önemli yer tutmaya başlamıştır. Toplumun en temel kurumu olan aile bile ağ temelli teknolojiler aracılığıyla kurulur hale gelmiş, zaman içinde aile hayatında ağ temelli teknolojiler önemli birer gereksinim olmuştur. Gelişen teknolojinin sonucu olarak dünya, teknolojiye artan bağımlılığa dayalı bir yapıya bürünmüştür. Mevcut teknolojik dönüşüm süreci, enformasyonun üretildiği, biriktirildiği, paylaşıldığı, işlendiği, aktarıldığı ortak dijital dili ortaya çıkarmıştır. Dijital çağ adı verilen son milenyumda devrimin merkezinde bilgi işlem ve iletişim teknolojileri vardır. Toplumsal ilişkilerin aracılı hale gelmeye başladığı dönem, keşiflerin ve icatların yoğunlaştığı zaman aralığı ile eş doğrultuludur. Bireylerarası dinamiklerden farklı olarak teknoloji dolaylı ileti aktarımı, tek taraflı yapıya dönüşmüş; geribildirim göz ardı edilir hale gelmiştir. İnternet, diğer iletişim araçlarının gelişim süreciyle kıyaslandığında gelişmesiyle birlikte bu tek yönlülüğü ortadan kaldırma iddiasındadır. Kitle iletişimlerinin belki de en çok eleştirilen geribildirim boyutu, yeni medya adı verilen ağ temelli sayısal teknoloji ile ortadan kaldırıldığı algısı üzerine kurulmuştur. Son dönem gelişmelere bakıldığında çoğu toplumda karar ve politikaların belirlenmesinde yeni medyanın etkisine ilişkin çok sayıda örneğe rastlamak olasıdır. Her ne kadar sahte hesaplar üzerinden manipülasyon konusu, alınan önlemlere rağmen tartışılmalı olsa da tepkinin anında gerçekleşmesi ve geribil-

dirimin hızlıca iletilebilmesi olanağı, sayısal teknolojilerin yaşamın tüm alanlarında giderek var olması ve yaygınlaşması sonucunu doğurmasındaki etkenler olarak görülmektedir.

Ağ temelli ve sayısal teknolojiyi ifade etmek için kullanılan yeni medya, var olan temel iletişim altyapısını kullanarak bireylerin yer ve zaman sınırı olmaksızın iletişimde bulunabildikleri mecraları içine almaktadır. Bilgisayar temelli teknolojilerle telekomünikasyon araçlarını bir araya getiren bu mecra, geçmişten bugüne farklılaşmak yanında her bir teknolojik yenilik, alanın yeniden düzenlenmesi sonucunu doğurmuştur. Bu yeniden düzenlenme, teknolojik olduğu kadar toplumsal kurumları da değişim baskısı altına almaktadır. Yeni medyanın sürekli güncel kalma yönünde algıya seslenen boyutu, esasen adındaki “yeni” nitelemesi ile yakından ilişkilidir. Farklı yazılım ve uygulamaların hayata girmesi anlamına gelen değişim ve dönüşüm, medyanın da yeni olarak anılmasına neden olmuştur. Yeni kavramı, eskinin karşıtı olarak sürekli dünden uzakta olmayı, dünü yok saymayı da içinde barındıran bir yapıdadır. Sürekli gelişim ve değişimi motive eden yeni kavramı, teknolojinin hızla eskimesini, mal ya da hizmetler yanında değerlerin de hızla demode olmasını çağrıştırmaktadır. Yeni, sürekli farklı algılatmayı, hızın sürekli artışı ve durmaksızın güncellenmeyi gerektirmektedir.

Yeni medya aracılı iletişim çabalarında enformasyon ve mobilizasyon yapılarının yeniden organize edilşine küresel çapta büyük önem verilmektedir (Bal, 2014: 25). Yeni hale gelen medya yapılanmasında en temel bileşen, ağ teknolojisidir ve bu ağlar yoluyla yayılan bilgidir. Dev veri yığınları büyüdükçe her kullanıcının hem katkısı hem de veriyi tüketmesi şarta bağlanmış; sürekli artan bir bilgi paylaşımıyla insanlığın toplumsal evrim süreci hızlanmışır. Tüm bu dönüşüm sürecinde dünyayı saran ağın katkısı benzersizdir. Bireyler, çoklu ortamları tek bir platform üzerinden kullanabilme ve birbirleriyle iletişimlerini yanında araçların da etkileşimi olanağına sahip olmuşlardır. Geleneksel yüz yüze iletişim, araçlar yoluyla etkileşim biçimine de bu sayede evrilmiştir. Daha çok sosyal medya uygulamalarını akla getiren yeni medya; paylaşma, yorumlama, beğenme, eleştirme ve sohbet etme gibi yollarla etkileşimi yaratmaktadır. İletilerin karşılıklı değış-tokuşunu dil kadar dil dışı öğelerle de olanaklı kılan yeni medya, neredeyse tek dil aracılı anlaşan bir evren yaratma noktasında da işlev üstlenme motivasyonunda görünmektedir. Diğer taraftan birincil olarak kabul edilen yüz yüze iletişim bile yeni medya sayesinde aracılı yüz yüze biçimine dönüşmüştür. Kişiler arası iletişim, çoklu ortam araçları vasıtasıyla dolaylanılmış; araç, daha çok mesaj haline gelmiştir.

Yeni medyayla birlikte araç üzerinden alınan iletilerin anlamları, izleyicilerinin niteliğine ve alım koşullarına daha az bağı hale gelmiştir. Kişi, teknoloji karşısında bağımlı ve onun tutsağı pozisyonunda olsa da iletiye istediğı zaman kendince en uygun ortamda muhatap olmakta; kaynak tarafından gönderilen ileti, segmente edilme olanağı sayesinde bağlam ile daha çok ilişkili bir hale gelebilmektedir. Hedefin bölümlenebilirliğı yanında yeni medya dolaymlı iletişimde kaynak, hedef hakkında bilginin de sahibidir. Yönetmenin en temel kaynağının bilmek ve tanımak olduğu düşünöldüğünde dijital temelli iletişim araçlarının

yöneltme ve yönlendirme işlevi daha iyi anlaşılabilir. Yeni medya, aynı zamanda izleyicileri kullanıcılar biçimine evirmiş, her bir kullanıcının bilgi, ilgi, beklenti ve tercihlerini ilgililere de pazarlama olanağı sunar hale gelmiştir.

Enformasyon teknolojisi, enformasyon teknolojisini kullanma ve ona uyarlanma becerisi, ağ temelli toplumsal yapıda zenginlik, iktidar ve bilgi üretmenin, bunlara ulaşmanın başlıca unsurudur (Castells, 2013: 119). Egemen olanın toplumsal karar ve politikalara hâkim olduğu varsayımı, yeni medya ile birlikte bir dönüşüm geçirmiş olsa da yeni olarak nitelenen kitle iletişim araçları, paylaşımlar sonucu artan bilgiyle kişisel tercihlerden haberdar olma ve ürün ya da hizmetleri buna göre yapılandırma olanağına kavuşmuştur. Geçmişten bugüne geliştirilen kitle iletişim kuramlarının merkezi unsurlarından biri olan kültür, yeni medya ile daha geçişken bir yapıya bürünmüş; toplumun yapılandırılmasında tam bir dönüşüm yaşanmıştır. Toplumsal kurumlar, artan hıza paralel olarak dijitale evrilmiş, ürün ve hizmetler yeni medya aracılığıyla sunulur hale gelmiştir. Üretim ilişkileri değişmiş; yeni meslek grupları ve iş yapış biçimleri gelişmiştir. Her bir paradigmanın merkezinde yer alan toplumsal yapı ve dolaylı olarak kültür, teknolojiye paralel olarak daha küresel hale gelmiştir. Bir medya teknolojisinin bir kültürü dönüştürme gücü, yeni medya ile daha çok gündem olmaya başlamıştır. Özellikle internet ile yeni bir toplum biçimine erişildiği ve bunun adının ağ toplumu olarak kavramsallaştırılması gerektiği çok sayıda çalışmada ileri sürülmektedir.

Yeni medyanın en çok tartışılan işlevlerinden biri, kamusal alan üzerinde yarattığı değişimdir. Medyanın gelişmesiyle birlikte araca daha bağımlı hale gelen kamusal alan, demokrasi tartışmalarının hep merkezinde yer almıştır. Kamusal alan kavramı, bütün vatandaşların erişim hakkına sahip olduğu, kamu ile ilgili işlerin görüşülüp tartışıldığı ve nihayetinde kamuoyunun şekillendiği bir alanı ifade etmektedir. Kökleri, Antik Yunan'a dayanan kamusal alan yaklaşımları, agoralardan salonlara, kahvehanelerden kilise cemaatlerine kadar her dönemin tarihsel ve teknik koşulları bağlamında şekillenmiştir. Kitle kültürünün gelişimiyle birlikte kamusal iletişimin sağlanması ve geliştirilmesi için gereken ortam üzerine yoğunlaşan kamusal alan tartışmaları, yeni iletişim teknolojilerinin yayılmasıyla medyaya sıkı sıkıya bağlı bir boyut kazanmıştır (Odabaş, 2018: 2052). Habermas'a göre (2003) kamusal alan, devletin baskı ve otoritesinden bağımsız bir alanı ifade etmekle birlikte; bu alandaki siyasi çekişme ve eleştiriler, kamuoyu yaratma üzerinde de işlevseldir. Burada oluşan kamuoyu, devlet gücü ve iktidarına karşı da oluşabilmektedir. Özellikle 18.yüzyıl Avrupa'sında halkın bir araya geldiği kahvehanelerle anılan kamusal alan, tartışmaların özgürce yapıldığı mekânlar olarak tanımlanmıştır. Buna göre yeni medya, Habermas'ın özelliklerini belirlediği kontrolsüz ve özgür alanlar tanımına uyma potansiyeline sahiptir. Bu alanlar, herkesin erişimine açık olması açısından da giderek yaygınlaşmakta; tepkilerin muhataplarına iletilmesinde ise demokrasi açısından imkânlar sunmaktadır.

Yeni medya; sürekli değişkenlik gösteren, olaylara göre farklı biçimlerde ortaya çıkan, sınırları belirsiz, reel ile sanal dünyanın iç içe geçtiği ve birbirini tamamladığı; mücadelelerin, enformasyonun akış hızında bir görüntü bir kayb oldu-

ğu, parçalanmış alternatif kamusal alanlar yaratmaktadır. Toplumsal hareketin kendisinin sosyal medyada inşa edildiği bu yeni yapıda eleştiri ve tepkiselliğin hâkim olduğu (Şener, 2013: 253) bir ortam söz konusudur. Çoğunlukla sanal kimlikler üzerinden işleyen bu eleştirelliğin yeni kamuoyu oluşturma aracı olduğu pek çok örnekle kendini ispat etmiş görünmektedir. Bu haliyle Habermas (2003) tarafından sınırları çizilen kamusal alandan oldukça farklılaşmaktadır. Habermas'ın kamusal alanını yeni medya bağlamında inceleyen Volkmer (2003); Friedland vd. (2006); Trenz (2009), ağ teknolojisini, “yöneten-yönetilen arasında politik söylemin dolaşıma girdiği ve demokrasinin işlediği bir kamusal alan” olarak nitelmişlerdir. İnternetin merkezîyetçiliği kaybettiğini, sansürü ve eşik bekçilerini devre dışı bıraktığını savunmuşlar, kamusal alanı ise küresel ölçeğe genişlettiğini ileri sürmüşlerdir. Volkmer'e göre (2003) internet aynı zamanda iç içe geçmiş mikro kamusal alanlar da yaratmaktadır. Bu mikro düzeydeki alanlarda görüş açısından kutuplaşmış farklı kesimler, mesaj iletimi gerçekleştirebilmektedirler (Akt. Köseleli, 2017: 55). Küresel ağ, ulusal ve uluslararası çapta var olan ve sürdürülen egemenlik mücadelesinin yeni ortamıdır ve bu alanın yaratıcıları aynı zamanda kuralların da belirleyicisidirler. Ağ temelli mecralar, giderek artan oranda siyasal, ekonomik ve kültürel alanı daha fazla kontrol etme güdüsüyle hizmet sunar haldedir. Toplumsal eşitsizliklerin, haksızlıkların ve adaletsizliklerin yansıtıldığı medyanın yeni biçimi, kamusal alanı değiştirmiş; hak aramanın uzamını da farklılaştırmıştır.

Çıkar, güç ve ilişkiler kompozisyonunun yönetsel karar verme üzerinde etkili olduğu düşüldüğünde yeni medya; üretim, dağıtım, kullanım ve yaratılan faydayı bölüşüm safhalarını da değiştirmiştir. Teknolojiyi kullanım, geçmişte beceri gerektiren bir niteliğe sahipken gelinen noktada herkesin teknoloji okuryazarı olduğu varsayımı, egemen anlayış olmuştur. Bu anlayış; üretim, tüketim ve dağıtım süreçlerinde dezavantajlı grupların sayısının artışı yaratmıştır. Gücün sahibi, düne kıyasla bilgiye erişimde daha avantajlı konuma gelmiş, daha fazla bilgi, herkes için erişilebilir olmuştur. Geçmişte toplum denildiğinde belli ekonomik, siyasal ve kültürel üretim tarzı ve ilişkileriyle maddi ve düşünsel yaşamı üreten örgütlü insan topluluğu akla gelmekteyken yeni yapıda örgüt ve örgütlü olmak için gereken yollar değişmiştir. Günümüz örgütleri, sanal yapıya daha fazla bürünmekteyken örgüt üyelerinin birbirlerini tanıma gereksinimleri ortadan kalkmış, duygu birliği ve kişisel yoğun ilişkiler, yerini ortak siber tepkilere ve yankı odalarına bırakmıştır. Aynı duyguda olduklarını buldukları ortak platformlar üzerinden ve birbirlerini tanıma gerekliliği olmadan bazen sanal kimliklerle yaptıkları paylaşımlarla ifade eden bu odaların üyeleri, yeni örgütlü yapıların ana karakteridir. Ayrıca aynı sesi tekrar tekrar aksettirenler, grup üyeliğinde rağbet görürlerken aksi görüşler bu odaların dışına itilmekte ya da o kişinin olmadığı yeni yankı odaları, sanal cemaat ve grupların hizmetine sunulmaktadır. Diğer taraftan bu yeni yankı odaları, kamusal alandaki tüm cemaatler yanında anarşist yapıların, yıkıcı ve bölücü örgütlerin de toplanma yeri haline gelmiştir.

Yeni Medya ve Kültür

Kültür, toplumu bir arada tutan, geçmişte bir arada yaşamının bir sonucu olarak ortaya çıkan değerler ve semboller bütünüdür ve toplumsal yaşam açısından

son derece önemlidir. Diğer taraftan kültür, gelecek nesillere de aynı biçimde aktarılmakta; topluluğu toplum yapan ana faktör olarak bir arada yaşamayı şekillendirmektedir. Kültür, toplumu bir arada tutan ve onun duygu, düşünce ortaklığını sağlayan temel bir bileşendir; bu yolla da kültür, toplumun olduğu kadar o toplumun yarattığı medeniyetlerin temel taşıdır.

Kültür, bir toplumun üyesi olarak, insanoglunun öğrendiği (kazandıği) bilgi, sanat, gelenek-görenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür (Tylor, 1871; akt. Güvenç, 1979: 102). Kültür, toplumunun sembolik ve öğrenilmiş yönlerini anlatan genel bir terimdir ve bilgi, inanç, sanat, ahlâk ve gelenek olarak eğitimle aktarıldığı yapıyı göstermektedir (Çelik, 2006: 46). Kültür, toplumun paylaştığı değerlerden teşekkül etmiş yapıdır ve toplum bu kültürü paylaşan insanların birlikteliğinde var olmaktadır. Toplum, kültür olmadan var olamaz ve kültürün varlığı da toplumun varlığına bağlıdır (Gül, 2004: 226). Kültür, bireyler arası iletişim ve etkileşimin temelini oluşturur. Aynı zamanda bir tahakküm kaynağıdır. Sanat, bilim, din, dil de dâhil bütün simgesel sistemler, gerçeklik anlayışını şekillendirerek insanlar arası iletişimin temelini oluşturmakla kalmaz, toplumsal hiyerarşilerin tesisine ve sürdürülmesine de katkıda bulunurlar. Kültür; inançları, gelenekleri, değerleri, dili kapsar; aynı zamanda bireyleri ve grupları kurumsallaşmış hiyerarşilere bağlayan pratikleri dolaylıdır (Swartz, 2011: 11). Dil, kültürün aktarılması kadar korunmasında da son derece önemlidir.

Kültür kavramına “hars” diyen Gökâl, bir ulusa özgü olan dil, din, edebiyat, güzel sanatlar, hukuk, ekonomi, gelenek ve görenek, töre vb. gibi kurumların toplamına kültür demektedir. Kültür, toplum için oldukça önemlidir ve bireyde karakter ne ise toplumda kültür odur (Arslan, 2005: 11). Gökâl’ın (1976) hars tanımlaması, kültürün ötesinde bir anlama işaret etmektedir. Ona göre hars, toplumsal değerlerin tümünü ifade etmek için kullanılan ve terbiye yoluyla aktarılan yapıdaki değerler toplamını tanımlamaktadır. Ulus olma şartını bağladığı hars kavramı, bir topluluğu millet haline getiren ortak bilinç ve geçmişte bir arada yaşamaya vurgu yapan geniş bir çerçevenin adıdır. Ona göre millet, dil, din, ahlak ve kültürü paylaşan aynı terbiyeyi almış kişilerin bir arada olmasından teşekkül etmiştir.

Sosyal açıdan kalıplaşmış olan düşünce ve davranışlardan oluşan kültür, içine doğan insanı şekillendirme özelliğine sahiptir. Kuşaktan kuşağa aktarılan ve paylaşılan sembollerle anlaşma süreçlerini içerir. Kültür, hem bireyin kendisini hem de toplumu materyal ve zihinsel olarak üretmenin temel unsurudur (Erdoğan & Alemdar, 2005: 217). Toplumsal geçmişten aktarılan değerler ve inançlar, içine doğan insanın yaşadığı dünyayı değerlendirmesine ve anlamlandırmasına bir çerçeve sunar. Bunların bir bileşeni olarak kültür, zamanla değişme özelliğine sahiptir. Özellikle kitle iletişim araçlarından etkilendiği varsayılan bu değerler ve inançlar, sonraki nesillere de yine iletişim araçları vasıtasıyla aktarılır. Kültürün oluşması ve aktarılmasında iletişim araçları oldukça önemli bir yere sahiptir. Günümüzün masal anlatıcısı ve mitlerin yaratıcısı artık kitle iletişim araçları olmuştur ve bu haliyle toplumların bugünkü durumlarının ve gelecek-

lerinin şekillenmesinde önemli aktörlerden biri haline gelmiştir (Bulduklu & Karaçor, 2019: 114).

Kültür; iletişimle aktarıldığı ve iletişimle başlatıldığı için tarihsel olarak üretilmiş inanç sistemleri ve gelenekler, diğer teknolojik değişimlerden etkilendiğinden daha fazla yeni medyadan etkilenmiş; ağ temelli teknolojik sistemlere dayalı olarak temelden dönüşmüştür, zaman içinde daha da fazla dönüşecektir (Castells, 2008: 441). Kültür ve iletişim arasındaki bağın kurumsal hali olan medya, kültürün hem ürünü hem de belirleyendir. Medya sistemi, kültürün kişisel boyutunun ötesinde bir düzeye işaret eder. Bireysel bir tercih işleminin ya da ileti sunum işlevinin ötesinde medya sistemi, toplumsal olarak örgütlenmiş kurumlardan biri olarak ele alınmaktadır. Bu haliyle medya, kültürel üretimin esas aktördür ve bilinç biçimleri, düşünme yolları, duygu ile duyarlılık şekilleri ve davranış kalıpları hakkında çerçeveler yaratır (Erdoğan & Alemdar, 2005: 224). Yeni medya, yarattığı yeni kültür ile yerel olanı tehdit etmeye başlamış; yeni yaratılan siber kültür, özellikle evrensel ya da küresel olanı öne çıkararak gelecekseli yok etmeye yönelmiştir. Batı merkezli ya da Amerikan egemen bu yeni kültür, ötekilerle karşılıklı etkileşim sayesinde yaşam tarzlarının ve tüketim kültürünün yerel çerçeveye aktarılmasını sağlamıştır (Taylan & Arklan, 2008: 88).

Toplumsal kurumlar ve bu kurumların kendi aralarındaki ve diğer toplumlarla ilişkileri kültürü biçimlendirir. Bir toplum, tarihsel olarak ekonomik ve iletişim açısından ne denli ayrıksıysa o denli diğer toplum ve kültürlerden yalıtılır ve kültür, o derece özgün ve gelişmiştir (Castells, 2008: 238). Medyanın yeni olarak ifade edilen biçimi, kültürleri yaklaştırmış, kültürlerarası mesafe neredeyse ortadan kalkmıştır. Yeni medya, kendine özgü tekniği yanında kendine has dilini de geliştirmiş; pek çok ifade kısaltmış, evrensel hale gelmiş, emoji denilen simgeler; duyguları, düşünceleri ve tutumları ifade eder. Bu haliyle yeni medya, kültürün en önemli kurucu ve aktarıcısı olan yerel dili devre dışı bırakmış, kendine özgü dil yaratma yolunda önemli gelişmelere inza atmıştır.

Yeni medyayla küreselin giderek daha fazla hâkim olduğu kültürel alan, Batılı ülkelerden üçüncü dünya ülkelerine doğru tek yönlü bir biçimde işlemektedir. Kültürel aktarımda medyanın önemli işlevi vardır ve yeni medya, yerel kültürleri aşındırma yönünde işlevseldir (Taylan & Arklan, 2008: 94). Küreselleşen ekonomi sisteminin başlıca özelliği olan enformasyon, zenginlik ve iktidar ağlarını içine alarak ve dışında bırakarak işlemektedir (Castells, 2013: 213). İnternet temelli teknoloji, egemen toplumsal yapıyı, yani ağ toplumunu; yeni bir ekonomik sistemi; enformasyonel yeni bir kültürü yani gerçek sanallık kültürünü yaratmıştır. Bu ekonomi, bu toplum ve bu kültüre içkin mantık, karşılıklı bağımlılık içindeki bir dünyada toplumsal eylemin ve kurumların temelinde yatmaktadır (Castells, 2013: 486). Ağ toplumunda toplumsal ilişkiler bedensizleşmekte sanallık kültürü tüm dünyaya hâkim olmaktadır. Tarih boyunca kültürler, insanların üretim, iktidar ve deneyim ilişkileriyle belirlenen ve projeleriyle değişen koşullar altında uzamı ve zamanı paylaşmasıyla, topluma kendi değerleri ve hedeflerini dayatmak için birbirleriyle mücadele etmesiyle üretilmiştir. Dolayısıyla, uzam-zamansal konfigürasyonlar, her kültürün anlamı oluşturmaları ve farklı yön-

lere evrilmesi açısından kritik önemdedir. Enformasyonel paradigmada uzamlar akışı, zamansız zamanın mekânları aşması ve zamanı ortadan kaldırmasıyla yeni bir kültür doğurmuştur (Castells, 2013: 503). Siber kültürün melez değerler seti; zekânın yapaylaştığı yapıda ve gelenekselden uzaklaşmayla karakterizedir. Yeni düzende teknoloji ile yeni kültürel ortamın simbiyotik bir ilişki içinde olduğu, aklın cihaza atfedildiği, insan ve teknolojinin etkileşimine dayandırıldığı yapı mevcuttur. Bu kültürün kendi değerleri yanında toplum ve dünyanın kıymet verdikleri de değişmiştir. Değerlerin ve değer verilenlerin farklılaştığı bu yeni kültürde yaşamın biçimi değişmiş; toplumsal kurumlar dönüşmüştür. Suçun ve cezanın niceliği ile niteliği de aynı doğrultuda değişmiş; sınırsız özgürlük alanı gibi sunulan ağ temelli teknolojiler ve bunların tümünü ifade eden yeni medya, kendi değerlerini geleneksel üzerinden tanımlamış; onların karşısına ve onları dönüştürerek sınırsız bir dünya topluluğunu ortaya çıkarmıştır. Yeni yapıda değerler ve mahremiyet tehdit edilir olmuştur. Geleneksel kurumsal yapılar yanında yeni medya, kitle iletişiminde de tüm işleyiş ve işlemleri farklılaştırmıştır.

Yeni Medya ve Değişen Değerler

Toplumsal örgütlenmeler, töreler ve değerler, kişinin nerede ne yapacağını ve ne olacağını büyük ölçüde etkileyen faktörlerdir (Güvenç, 1979: 249). Toplumsal değerler, toplum üyeleri tarafından önem verilen soyut yapıdaki varlıklardır ve toplum üyelerinin davranışlarını yönlendirici işleve sahiptirler. Toplum üyelerinin büyük bir çoğunluğu tarafından onaylanan ilke, kural, tutum ve davranışların bütününe ifade eden değerler, kültürün yapı taşlarıdır ve toplumsallaşmanın esas unsurlarıdır. Somut olarak ifade edilmesi güç olan bu varlıklar, bireylerin davranışlarına rehberlik ederler. Toplumsal kabulün belirleyeni olarak değerler, yerel olduğu kadar evrensel özellikleri de içinde barındıran karmaşık bir kavramsallaştırmanın da öznesidirler. Kabul edilebilir olanla kabul edilemez olanın sınırları öncelikle değerler tarafından belirlenir. Toplumun kıymet verdiği kural, tutum ve davranış, değer olarak algılanırken bu çerçeve içinden görünenler, toplumsal açıdan rağbet görenlerken aykırı olanlar ise dışlananlar olmaktadır. Bu haliyle değerler, toplumsal meşruiyetin de belirleyicisidirler. Medya, hem yerel hem de küresel boyutta değerleri belirleyen, değiştiren ve yozlaştıran yapıdadır.

Değer, sosyal bilimler açısından her bir disiplinin kendi bakış açısından değişik tanımlamaları yapılan bir kavramdır. Bu durum, hem değer tanımını hem de sistemin özelliklerinin saptanmasını güçleştirmektedir. Değerler, hukuk, iktisat, psikoloji, sosyoloji, felsefe açısından farklı biçimde tanımlanmaktadır. Bu, esasen disiplinlerin kendi pencerelerinden kıymet verilenleri nitelmesi açısından beklenen bir durumdur. Ancak sosyolojik tanımlamada değerler, toplumsallaşmanın esas unsurları arasında yer almakla birlikte; iletişim ve özellikle yeni medya açısından sınırlarının çizilmesi noktasında çok sayıda belirsizliğe neden olmaktadır. Belirsizliğe ilişkin çok sayıda gerekçe sıralanabilir; ancak temel olarak tanımlı güçleştiren unsurlardan ilki, sosyolojik bakışın kendi dinamikleriyle yakından ilişkilidir. Öncelikle kültür, değer, etik ve ahlâk arasındaki sınırların toplumsal tanımlanmasındaki soyut yapı, bu belirsizliğe neden olmaktadır. İkinci olarak, toplumsal düzeyde çok sayıda alt kültür, değişik gösterge ve davranışları

kiymetli kabul edebilmekte; bu durum da kültürel farklılıklara göre değerlerin tanımlanmasını güçleştirmektedir. Üçüncü olarak medyanın ve iletişim uygulamalarının kendi doğası, değer tanımlamalarında değişimleri gerekli kılmakta; sistemin önemli bir katalizörü olarak değeri yaratma ve değiştirme rolüyle işlev sunması, tek bir değer kavramsallaştırması çerçevesinde kalmayı zorlaştırmaktadır. Dördüncü olarak medya, hem yerel değerlerin korunması hem de toplumsal ya da küresel değerlere göre politika belirlenmesi noktasında ikilemlere neden olmakta; bu durum da medyanın değer konusunda ilke ve kurallarını bulanıklaştırmaktadır. Medya için durum böyleyken yeni medya gibi iletinin uzamdan ve zamandan bağımsız olduğu mecrada değer duyarlı bir yapının var olma olasılığı düşüktür. Buradan hareketle yeni medyanın değerleri korumak yönünde işlev sunması, doğası gereği beklenen bir durum değildir. Ancak yeni medyanın değerli olarak sunduklarının, yeni olarak nitelenen bu mecranın yarattığı yeni kültürün özelliklerinin bilinmesi, yerelin muhafazası boyutunda katkı sağlama potansiyeli oluşturabilir.

Bütün iletişim araçlarını birleştiren, karşılıklı etkileşim potansiyeline sahip yeni bir elektronik iletişim sisteminin ortaya çıkışı, yerel kültürü ve değerleri sürekli değiştiriyor, değiştirecektir (Castells, 2008: 441). Yeni medya ve onun ait olduğu değerler seti, standart bir yapıyı ifade etmese ve tek tip olarak ilkelmiş ya da norm haline gelmiş yapıda olmasa da vardır. Değişik platformlar ve oluşan yeni gruplar için farklı farklı olsa da belirli ilkeler ve sınırları aşan yeni sanal, hızlı ve geçici bir değerler setinin değişen biçimde olsa da varlığından söz etmek olasıdır. Çoğunlukla yerleşik değerler üzerinden ve genellikle eleştirel bakışla ele alınan yeni medyanın değerleri, en başta sürekli eskitmek ve gelenekseli devre dışı bırakmak üzerinden işler. Aşırı bireyselliğin kıymetli olduğu bu yeni yapıda sorumlu olmamak ve sorumluluk almamak değerli kabul edilmektedir. Bilginin hızla yenilendiği ve yığınlar halinde değersizleştiği bu kültürel atmosferde sanal olan reel olanın yerine geçmiş, sanılan gerçek reel olarak algılanır olmuştur.

Yeni medya ve onun temelini oluşturan ağ teknolojisi, sınırsız biçimde genişleyebilen, ağ çerçevesinde mekân ve zamandan bağımsız iletişim kurabilmelerine olanak sağlayan ortamlardır. Yeni medyanın iletişim kurallarının ortaya çıkardığı ağa dayalı toplumsal yapı, sosyal dengeyi bozmaksızın yeniliklere gidebilecek, son derece dinamik ve açık bir sistemdir. Ağa dayalı bu yapının biçimi, iktidar ilişkilerinin anlamlı bir biçimde yeniden örgütlenmesinin de kaynağında yer alır. Aynı şekilde kültürel ifadeler, tarihten ve coğrafyadan soyutlanır. Ağırlıklı olarak, elektronik iletişim hatlarıyla aktarılır hale gelir. Sonuçta, dijital, görsel-işitsel hipertext'in kapsadığı kod ve değer çeşitliliği içinde ağlar, izleyicilerle etkileşim içinde olan, izleyicinin de etkileşim kurduğu araçlar halini alır (Castells, 2008). Diğer taraftan yeni medya, yaşam tarzlarını, toplumsal bakış açılarını değiştirmiş; yerleşik kültürü ise bulanıklaştırmış, etkisizleştirmiştir. Bunun en önemli etkilerinden birinin aile üzerinde olduğu görülmektedir. Birlikte vakit geçirme, yerini online oyunlara, haberleşme ve iletişim kurma ise sanal topluluklara devredilmiştir. Eğlence, başat unsur haline gelmiş; en değerli ve kritik konular bile mizahın öznesi olmuştur. Başta oyunlar olmak üzere yeni medya,

kullanıcıyı ekranların karşısına hapsedmiş; ebeveynler de dâhil olmak üzere insanlar, mobil teknolojilerin tutsağı olmuşlardır.

Yeni medya, kendisinin yeniliği yanında eski ya da gelenekseli de kendi bünyesine eklemiş; onları çoklu ortam ve uygulamalarla aynı çatı altında sunar hale gelmiştir. Bu eklemiş, fiziksel birliktelik yanında karşılıklı araçsal etkileşimi de yaratmıştır. Kendi içinde fiziksel eklemişinin somut boyutu, telefonlar ve diğer mobil aygıtlar üzerinden hâlihazırda tüm geleneksel kitle iletişim biçimlerini sunuyor olmasıyla ilgilidir. Etkileşimin örneği de geleneksel yayımlarda yapılan yeni medya platformlarına yönlendirme ve bu mecralardaki gelişmelerin gelenekselin gündemini belirliyor olmasıdır. Geleneksel yayımlarda Twitter hashtag'i açmayan veya Instagram hesabı vermeyen televizyon yayını yok gibidir. Prime Time'da yayımlanan bir televizyon dizisindeki kıyafet veya takıların eşanlı olarak ilan edilen bir alışveriş sitesinde indirmeye girdiği bilgileri de önce gelenekselden ilan edilmekte; sonra yeni medya aracılı mecralar tarafından bu sitelere yönlendirilmektedir. Diğer taraftan Twitter, YouTube veya Facebook'ta fenomen olan konu veya videoları ana haberde göstermeyen televizyon kanalı neredeyse yoktur. Bazı televizyonların ana haber bültenlerindeki ağırlığının yarıdan fazlasının buradan derlendiği gözlenebilir bir durumdur. Bu haliyle yeni medya, yeme içme alışkanlığından giyim kuşama, iş yapış biçiminden eğlenceye bireysel yaşamı; tepkilerden yardımlara, sosyal sorumluluktan gelenek ve görevlerin yaşanışına kadar oldukça geniş bir yelpazeyi etkilemiştir.

Yeni medya, katılımcılığın ve buna dayalı kültür ve değerlerin ölçüsünü değiştirmiştir; yeni katılım biçimlerini yaratmıştır. İskoçya örneğinde olduğu gibi dünyada ilk e-anayasa uygulaması için yurttaşların bu mecradan katılımının sağlanması kadar aktif olarak bir sosyal hareketin üyesi olmadan da katılım, olanaklı hale gelmiştir. Daha küçük gruplar halinde ve daha bireysel yollarla da sosyal medya üzerinde sosyal dönüşümde söz sahibi bireylerin ortaya çıkması imkânlı olmuştur. Eylem ve eylemlilik değişmiş; tepkiselliğiyle öne çıkan postmodern bireyler; ekran başında, yaratıcı, üreten ve tüketen eylemci tipini ortaya çıkarmışlardır (Şener, 2013). Devletlerin yasa ve anayasalarında değişim ve dönüşümleri yaratan bu mecralar üzerinden kimlikli ya da kimiksiz paylaşımlar, kitlenin niceliği karşısında karar vericilerin korku ve çaresizliğini yaratmış; politika, karar ve uygulamalar anında geri alınır hale gelmiştir. Bu geri almaların en kaygı verici örnekleri kuşkusuz hukuk alanında yaşanmaktadır. 2018 ve 2019 yılında yaşanan çok sayıda örnek; mahkemelerin verdikleri karar sonrası artan sosyal medya paylaşım ve iletilerinin yoğunluğu sonrası kararlarından vazgeçmeleridir. Adalet gibi bir toplumsal değere oluşan güven gibi bir başka değeri iki yönlü yıpratın bu uygulamalar, yeni medyanın yönetme, yöneltme, uygulama ve karar verme üzerindeki etkisini göstermesi açısından ilgi çekicidir. İnsani bir özellik olması gereken bazı değerlerin yeni medya ile ifade ettiği ya da dönüştüğü yeni kavramlar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Yeni Medya Aracılı Değişen Değerler

Toplumsal/ İnsani Değer	Kapsam	Yeni Medya Aracılı Değer	Kapsam
Paylaşmak	Ekmeği paylaşmak, sevgiyi paylaşmak, nefreti paylaşmak, parayı paylaşmak, acıyı paylaşmak	Paylaşmak	Yediğinin görüntüsünü paylaşmak, içtiğinin görüntüsünü paylaşmak, ibadetinin görüntüsünü paylaşmak, gittiği mekânı paylaşmak, mahrem olanı paylaşmak, tatili paylaşmak
Sorumluluk/ diğergamlık	Ebeveyn olarak evlada, yurttaş olarak devlete, mümin olarak yaratana, birey olarak topluma, zengin olarak yoksula, kurum olarak çevreye ve geleceğe...	Bencil/ bencillik	Kendine ayıracak zaman, eğlenmeye fırsat, turnuvada yenme, sosyal medyada kim ne yapmış görme, oyunda seviye geçme..
Mahremiyet	Bedenin mahremiyeti, mülkün mahremiyeti, malın mahremiyeti, ailenin ve evladın mahremiyeti, beden mahremiyeti,	Aleniyet	Selfie, story, müzik vb.
Saygı	Büyüğe saygı, küçüğe saygı, hayvana saygı, yaratılmışa saygı	Sınırsızlık	Amiri gömme, lideri gömme, iyiyi yerme, eskiyi aşağılama, yaşlıyı alaya alma
Hoşgörü	Başka dini, başka milleti, başka rengi, başka tercihi, başka görüşü hoş karşılamak, kusuru, hatayı hoş görmek...	Siber zorbalık	Farklıy ağ aracılı tehdit, aykırığı sanal kimlikle taciz, Başka isimlerle hakaret, güçsüz/ düşmüş nick ve rumuzla aşağılayıcı mesaj...
Dürüstlük	Ticarette dürüstlük, ilişkide dürüstlük, siyasette dürüstlük, bilimde dürüstlük, sözde dürüstlük, eylemde dürüstlük...	Trend Topic (TT)	# hashtag gündem ol, saldırı ünlü ol, dedikodu yap manşet ol, sanal ol takipçi kas
Yardımlaşma	Zoru birlikte yenme, yolda kalana destek olma, kapiya geleni boş çevirmeme, fazlasını verme..	Tık alma/ tıklanma	Duygusal mesaj atma, gündemdeki konularla eşleştirme, acayip pozlar verme, ihtiyacı olanla dalga geçme
İşbirliği	Birlikte yapma, diğerine destek olma, takım ruhu oluşturma...	Takibe takip	Takipçilerine bakma, paylaşımları görme,
Özgürlük	Kendini gerçekleştirme, toplumsal yapıyla sınırlar içinde bir arada oluş, kurallara göre özgürlüğün yaşanması,	Sınırsızlık	Ülkelerin, toplulukların ve grupların sınırlarının yok oluşu, kuralların sınırlarına uymamanın değer oluşu, bireysel ve toplumsal ahlâkla bağdaşmayan tutum ve davranışların yayılması.
Aile ilişkileri	Aileden öğrenme, ebeveynlerden değer aktarımı, akraba ziyaretleri, Yüz yüze iletişim, aile içi oyun ve paylaşımlar, birlikte zaman geçirme, temas ve dokunma	Sanal gruplar	Bağımsız ve gözetimsiz çocuk, ekran önünde ebeveynlik, popüler ilgi, öğretici sanal fenomenler, beğenme, dürümte, yorum yapma, sanal ileti kutlamaları, sanal oyun grupları, sanal iletişim, sanal etkileşim
Vatanseverlik	Canından vazgeçmek, malından vazgeçmek, kişiliğini ve kişiselini feda etmek	Hazcılık	Yaşandan, eğlenceden, seçtiğinden vazgeçmemek, her şeyde kişisel tatmin aramak, bulmak...
Güven	Eşe güven, hocaya güven, devlete güven, lidere güven, bilime güven, dine güven, dosta güven...	Trol	Boot hesap, algı, provokasyon, gündem saptırma, kanalize etme, tuzak kurma...

Toplumsal/ İnsani Değer	Kapsam	Yeni Medya Aracılı Değer	Kapsam
Doğruluk	Gerçeği söylemek, gerçek uygun davranmak, ölçü ve tartıda hile yapmamak, “emrolunduğu gibi olmak”	Sanallık	False paylaşım, sahte hesap, sahte hoca, sanal arkadaş, yalan haber
Dostluk/Arkadaşlık	Kederde ve sevinçte bir arada olmak, hakkı ve sabrı tavsiye etmek, anlayışlı olmak, derdiyle dertlenmek, sadık olmak, sırdaş olmak, olduğu gibi kabul etmek...	Beğeni/Takip/engel	Hoşuna gideni beğeni, farklı görüşleri arkadaşlıktan çıkarmak, olumsuz yorumlarda engellemek, DM'den yürütmek, duvarına yazmak, özel günleri yeni mecradan kutlamak
Adalet	Ödül ve cezada hakkı gözetmek, kurala uygun hüküm tesis etmek, çoğunluğun vicdanı için kabul edilebilir kararları almak	Tepki odaklı / takdire göre	TT olanı gözden geçirmek, tepki alanı değiştirmek/tepki yoksa umarsız kalmak, kuralların her platform ve kişi için ayrı değerlendirilmesi
Geçmişe bağlılık	Gelenek, görenek ve kültürel olanlara saygı, eskiye hürmet, tarih bilinci, gelenekselden istikbale bakma.	Güncelleme	Eskinin kıymetsizliği, her şeyin hızla eskimesi, sürekli uygulama ve donanım güncellemeleri ile tüketim, değişim, dönüşüm, post-modernizm, teknoloji bağımlılığı.

Tablo 1 bazı değerlerin gözlenen paylaşımlar çerçevesinde dönüşen ve sanal ortamda kıymet verilen yeni değerleri göstermektedir. Bu kavramların ve yeni değerlerin sayısını artırmak olasıdır. Ancak makalenin amacı, değişen toplumsal yapı ve tepkilerden ziyade farklılaşan değer anlayışını göstermektir. Yeni medyanın dönüştürdüğü ve insana has özelliklerden bazılarının farklılaşma yoluyla nasıl yerleştiğinin bir resmini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Tüm bu değerler çerçevesinde yeni medya, özellikle mahremiyet değeri üzerinde önemli düzeyde etkide bulunmuştur. Neredeyse tüm toplum kesimlerinin bir alışkanlığı haline gelen sosyal paylaşım uygulamaları aracılı teşhir davranışı, mahremiyetin alenileştirilmesine, gizil olanın kaybolmasına yol açmıştır.

Değişen teknoloji ve onunla bağlantılı olarak ortaya çıkan toplumsal ve küresel yapı içinde her şey hızla eskimekte; yeni kavramı da sürekli güncel olmayı ifade etmektedir. Yeni medya denildiğinde sürekli alışılmadık icatlar ve gelişmeler yaratan; devamlı yatırıma gereksinim olan araçlar ifade edilmektedir. Bu haliyle yeni kavramının bir sınırı yoktur ve yenilik sürekli olarak en sonuncuyu ifade etmektedir.

Yeni medyanın yeniliği, doğrudan veya dolaylı bir biçimde eskinin karşısına modernliği konumlandırmakta; modern olmayanın aşağılandığı bir anlayışı doğurmaktadır. Medyanın moderniteyi teşvik eden biçimde bir değer ifadecisi haline gelişi, modernist değerlerin yayılımı, aktarılması ve en önemlisi meşrulaştırılmasına yol açmaktadır.

Yerelin ikincilleştirildiği ve değersizleştirildiği bugünün ağ toplumunda siber uzay, millet ve milliyet değerlerini de ortadan kaldırmaya girişmiştir. Toplumsal grupların yerini uzaktan erişim veya etkileşimle karakterize sanal grup ve cemaatler

almış, eskinin geleneklerinin bir kısmı bu çerçevede kaybolmaya yüz tutmuş; bir kısmı ise sanal ile eklemlenik halde ayakta durma çabası göstermektedir.

Sonuç

Toplum olmanın, toplum içinde kalmanın ve sosyal yapının belirleyici unsuru olarak iletişim, bireylerin içinde bulunduğu durumu ifade etmesinin, ortak değerleri paylaşma ve aktarmasının, kısaca bir arada yaşamasının önemli bir ögesi- dir. Bireylerden teşekkül etmiş olan toplumun bir araya gelişinin de bir gerekli- lik olduğu düşünülüğünde iletişimin insan olmaktan kaynaklanan temeli ve bu temelin bir gereksinim oluşu daha net anlaşılabilir. Toplumu oluşturan bireyler, belirli soyut varlıklara kıymet atfeden ve dolayısıyla ortak değerleri ve çıkarları bulunan, bir arada yaşamak için sürekli ilişki içinde olan varlıklardır. Değerlerin yaratımı ve paylaşımından ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesine kadar toplum olmanın gerekli tüm aşamalarında iletişim işlevseldir. İletişim, en temel anlam- da yüz yüze ve karşılıklı bir durumu ifade etse de toplumun büyük bir kesimine iletilerin ulaştırılması düşünülüğünde akla gelen kitle iletişim araçlarıdır. İle- tişimin kurumsal hali olarak medya, geçmişten bugüne farklı süreçleri geride bırakarak toplumsal yapı üzerinde etkisini farklı boyutlarda göstermiştir. Bu araçlar, toplumlar ve insanlık üzerinde etkileri ile her zaman gündeme gelmiş ve araştırılmıştır. Kitle iletişim araçları, teknolojinin gelişmesine bağlı olarak geç- mişten bugüne hızla değişmiş ve bugün yeni medya adı verilen ağ temelli kitle iletişimi biçimini almıştır. Yeni medya, kitlesellik işlevi yanında bireysel iletişim ve ilişki üzerinde de çok önemli değişiklikleri yaratmıştır. Geçmişin ortak uzam ve zaman bağlamında bir arada olma zorunluluğu ortadan kalkmış, iletişim doğ- rudan olmak yerine yüz yüze aracılı hale gelmiştir. Teknoloji dolayımı iletişimin başlangıcında kuşkusuz bilgisayarın icadı ve telekomünikasyon sisteminin gelişi- mesi en önemli etkindir.

Teknolojinin gelişmesiyle aynı yönlü olarak bireylerin bilgiye erişimi artmış, söze dayanan iletişim biçimleri, önce yazıya, sonra işitsel boyuta evirilmiştir. Geçmişin doğrudan yüz yüze iletişimi, sinyal aktarımı boyutuna evirilmiş; kay- nak ancak bir iletilici vasıtasıyla bilgiyi kanala aktarır hale gelmiştir. Aynı şekilde ileti doğrudan hedefe gitmek yerine araya bir kod çözücü eklemlenmiş; alı- nan sinyalin teknoloji yaratımı bir çözücü aracılığıyla gönderi haline getirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Teknolojiye bağlı gelişimin geçmişte yavaş seyrinin tersine özellikle 2000'li yıllardaki hızlı dönüşümü ve web teknolojisindeki sürekli güncellenmesi gereken yazılım temelli uygulamalar, tüketim kültürüne hizmet eden bir medya sonucunu ortaya çıkarmıştır. 1960'larda askeri amaçla hayata geçirilen bir projeden yola çıkılarak yaratılan bilgisayarların birbirlerine bağlan- ması uygulaması, yaşamları mobil, kültürleri geçirgen, ekonomiyi küresel, sınırları görülmez, yasakları uyulmaz, tepkileri sanal ve nihayet yaşamları bağımlı bi- çime dönüştürmüştür. Diğer taraftan tüm bu gelişmeler, kitle iletişim araçlarına yönelik tartışmaların ve akademik bakışın da niteliğini farklılaştırmıştır.

Kitle iletişim araçları farklı yatırımları ve bireysel girişimleri gerektirirken bil- gisayar teknolojileri, sunduğu imkânlarla alışkanlıkları farklılaştırmış, erişimin sınırlarını ortadan kaldırmıştır. Yayın, radyo ve TV sinyallerini idare edebilen

bir radyo vericisine bağılyken ağı temelli teknolojilerle daha ucuz yatırımlarla yapılabilir hale gelmiştir. Çoğı işletmenin veya bireyin erişiminin ötesinde pahalı bir sermaye yatırımı yerine daha ucuz bir sunucuyla yapılabilir hale gelmiştir. Aynı şey, gazete ve televizyon için de geçerlidir. Gazete kâğıda gerekliliğın dışına çıkmış, televizyon için başında olma, programı aralıksız olarak takip etme zorunlulukları ortadan kalkmıştır. Diğer taraftan medyanın bu yeni biçimi, “eski” ve “yeni” medya arasındaki bağı koparmamıştır. Ağı bağılantılı yeni yakınsak medya, “eski”nin teknik donanımına bağılantı ve bağımlı yönlerini devre dışı bırakmıştır. Birçok farklı kullanıcı, ağı tabanlı dağıtımı kullanarak dünya genelinde birçok farklı zamanda birçok farklı türde medyaya erişebilir hale gelmiştir.

Gelişen tüm bu iletişim teknolojileri, bilgisayarla internete bağılanan kişinin erişimi ve kullanımı sınırlanmamış enformasyona, reklama ve propagandaya ulaşma olanağını yaratmıştır. Fiziki dokümanlara bağılı iletişim desenleri dijitale dönüşmüş, yaşamın içindeki gerekli işlemler, bilgisayar aracılı bir iletişim ve ilişki halini almıştır. Ticaret, eğitim, yayıncılık, eğlence, sağlık gibi pek çok alanda kullanıcıya büyük imkânlar sunan ağı teknolojisi, günümüzde çok geniş bir yaş aralığındaki kullanıcıların gereksinimlerine rahatlıkla cevap veren içeriklerle doludur. İletişimin ve yaşamın dönüşümü, teknolojinin etkisiyle, sadece araç ve araçlar üzerinde yaşanmamıştır. Dönüşüm sürmekte; yaşam tarzlarından başlayarak tüm toplumu ve hatta dünyayı başka bir yöne götürmektedir. Demokrasi tanımından uluslararası ticarete, aile içi ilişkilerden mahremiyet algısına çok geniş bir yelpazeyi biçimlendiren dijital devrim, geçmişten bugüne aktarılan icatların ve teknolojik birikimlerin sonucu olarak oldukça geniş bir zaman diliminde ortaya çıksa da dönüştürme işlevi kısa denilebilecek zaman aralığında yaşanmıştır. Ağı temelli teknolojilerin insani ve toplumsal değerler üzerinde farklılaştırıcı bir etkisi olmuştur.

Kültür, geçmişe içkin bir kavramdır ve toplumların bir arada uzun süre yaşamakla inşa ettikleri değerler bütünüdür. Kültür, insan tarafından inşa edilen; insan gruplarının toplum olmasını sağlayan unsurların bir birlikteliğinin sonucudur. Toplum olmanın ve toplumsallığın hem nedeni hem de sonucu olarak kültür, her dönemde iletişimden ve kitle iletişiminden aşırı düzeyde etkilenmiştir. Kültür, daha çok yerele ve topluma özgü bir yapıyken değişen ve gelişen teknoloji, kültür üzerinde de etkide bulunmuştur. Yaratılan etki, her dönem eleştirel biçimde ele alınmış olsa da en çok eleştirinin yeni medya ekseninde yapılmasının gerekliliğı görülmektedir. Zira yeni medya, hem yapısı hem de teknolojisi nedeniyle yerel ve geleneksel ile doğal bir çatışma içinde olmak zorundadır. Adındaki yenilik her şeyin ömrünün kısa olması ve sürekli eskimesi ile sonuçlanmanın gerekliliğinin ifadesidir. Yeni medyada sınır yoktur ve kültür daha geçişken bir hal almıştır. Bu geçişkenlik sayesinde toplumun yapılandırılmasında tam bir dönüşüm yaşanmıştır. Toplumsal kurumlar, artan hıza paralel olarak dijitale evrilmiş, ürün ve hizmetler yeni medya aracılığıyla sunulur hale gelmiştir. Üretim ilişkileri değişmiş; yeni meslek grupları ve iş yapış biçimleri gelişmiştir. Teknoloji, toplum ve kültür, birbirini etkilemiş; değişme ve gelişmelerle paralel olarak daha küresel hale gelmiştir.

Toplumlardaki tüm normalliklerin ve anormalliklerin, hastalıkların, eğilimlerin, iktidar mücadelelerinin ve en önemlisi tüketimci kültürün en önemli enstrümanı yeni medya olmuştur. Ağ temelli teknolojiler ve onun ulaştırdığı içerikler, eskinin, geleneğin ve değerlerin karşı tarafındadır. Yeni medya, gelenekselin tam karşısına konumlanmıştır ve yerleşik olanla aleni bir mücadele içindedir. Bu mücadele öyle bir mücadeledir ki aksini savunanlar bile belirli bir sürenin sonra “sırf meraktan” bir kez bulaştıklarında artık onun gizli birer müşterisi haline gelmektedirler. Uzun vadede herkesin hızla öğrendiği bu teknolojiler, okuryazarlık açısından bile farklı bakış açısını ortaya çıkarmıştır. Devletlerin hızlı bir biçimde dâhil oldukları internet temelli uygulamalar; eğitim, yaş ve diğer demografik değişkenlerden bağımsız tüm yurttaşları yeni bir okuryazarlık biçimine zorlamaktadır. Yeni medya okuryazarı olup olmadıklarına bakılmaksızın her bir yurttaş, günlük yaşamda iş ve işlemlerinin neredeyse tamamını bu araçlar üzerinden yapmak zorundadırlar. İşsizlik başvuruları, eğitim-öğretim, salgının takibi vb. çok sayıda uygulama, artık bu araçlar üzerinden yürütülmekte veya denetlenmektedir. Temel işlevi haberleşme olan telefonların akıllı olmamaları durumunda iletişimi kurmaktan bile aciz hale gelecekleri zamansa oldukça yakın görünmektedir.

Değerler, toplumsal alanda işlevsel olan, onun üyeleri tarafından kabul edilmiş; onların önem verildikleri soyut yapıdaki varlıklardır. Toplumun üyelerinin davranışlarını yönlendirme işleviyle değerler, kültürün yapıtaşlarıdır. Toplum üyelerinin büyük bir çoğunluğu tarafından onaylanan ilke, kural, tutum ve davranışların bütünü olarak değerler, teknolojik değişim ve devinimlere karşı durarlıdır. Her aracın kendi devrimini yarattığı tarihsel süreçte medya, değerlerin yaratıcısı, aktarıcısı ve değiştiricisi işlevlerini her zaman sunmuştur. Medyanın son geldiği nokta, yeni medya olarak adlandırılan sayısal temelli iletişimi ifade eden ve toplumsal yaşamın her alanını etkisi altına almış teknikten fazlasını ifade etmektedir. Yeni medya mevcut durumda hem kendi değerini yaratmış; hem de yerleşik yerel değerleri dönüştürmeye devam etmektedir. Bu haliyle değerler, yeni medya karşısında değişime direnmekte zorlanan yapıdadır.

Yeni medyaya karşı durmak ve ona karşı savaş açmak, bu savaşta da kültür ve değerler üzerinden sürdürmek; Don Kişot'un yel değirmeni ile metaforik mücadelesinden farksız olacaktır. Son yaşanan salgın ve felaketler sonrası yaşamın giderek dijitalle daha bağımlı hale gelişi, eğitimin bu platformlar üzerinden sunulmasının zaruri oluşu, yeni medyanın sadece iletişimden öte işlevlerini ve bu alanla mücadelenin yersizliğini ortaya koymuştur. Gelinek nokta, yeni medyayla mücadele yerine kültür ve değerleri yaşatmayı, yereli önde tutan anlayışları ve aracın sadece enstrüman boyutunun bilinmesine yönelik adımlara odaklı teşvik edici program ve politikalara gereksinimi öne çıkarmıştır. Yeni medya mecraları üzerinde iletinin uzamdan ve zamandan bağımsız erişime olanak sağlaması, hayatın her alanında çevrimiçi olma zorunluluğu ve gizilin kaybolması, yeni medyanın değerleri korumak yönünde işlev sunmasını olanaksız kılmaktadır. Bu alanla mücadeleden öte yeni medya kültürünün özelliklerinin bilinmesi, bu özelliklere göre ona rol biçilmesi, değişimin tehdidi altındaki kültürel öge ve değerlerin korunmasına odaklanması ve kültürel bilincin yeni nesle aktarılması,

yerelin muhafazasına imkân sağlayacaktır. Buradan hareketle yerel ya da toplumsal değer veya kültürü farklı ritüel ve pratiklerle korumak yönünde politika ve uygulamalar oluşturmak ve kültür ile değerleri yaşatan etkinlik ve eğitimlere odaklanmak yerinde olacaktır.

Kaynakça / References

- Arslan, M. (2005). Ziya Gökalp'te Kültür ve Uygarlık Anlayışı. İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, 10(3), 11-19.
- Bal, E. (2014). *Teknoloji, Gençlik ve Mobil Yaşam*. Konya: Literatürk.
- Bulduklu, Y. & Karaçor, S. (2019). *Kitle İletişim Kuramları*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplununun Yükselişi. (Çev: E. Kılıç), İkinci Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2013). *Bin Yılın Sonu Enformasyon Çağı Ekonomi, Toplum ve Kültür*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çelik, C. (2006). Gökalp'in Bir Değişim Dinamiği Olarak Kültür-Medeniyet Teorisi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 43-63.
- Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (2005). Öteki Kuram Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Yenilenmiş 2. Baskı, Ankara: Erk.
- Gökalp, Z. (1976). *Türkçülüğün Esasları*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Gül, G. (2004). Birey Toplum Eğitim ve Öğretmen. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 223-236.
- Güvenç, B. (1979). İnsan ve Kültür. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Habermas, J. (2003). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*. (Çev.: T. Bora & M. Sancar) 5. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Köselerli, B. (2017). Yeni Medya Ortamının Yeni Kamusal Alan Olarak Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme. *Humanities Sciences*, 12(1), 51-64.
- Mora, N. (2008). Medya ve Kültürel Kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5, 1-14.
- Odabaş, U. K. (2018). Tarihsel Süreçte Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü ve Habermas. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22; 2051-2066.
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*. (Çev: E. Gen), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şener, G. (2013). Toplumsal Mücadele Alanı Olarak Sosyal Medya. *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu- II: Kültür, Kimlik, Siyaset*, (Ed: C. Bilgili & G. Şener), İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık, 253-271.
- Taylan, H. H. & Arklan, Ü. (2008). Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(X), 85-97.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.