

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO SİNEMA VE TV ANABİLİM DALI
RADYO TV BİLİM DALI

YENİ İLETİŞİM ORTAMLARINDA YENİ KAMUSALLIK:
“FACEBOOK” ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GİZEM KOÇ

İSTANBUL, TEMMUZ 2011

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO SİNEMA VE TV ANABİLİM DALI
RADYO TV BİLİM DALI

YENİ İLETİŞİM ORTAMLARINDA YENİ KAMUSALLIK:
“FACEBOOK” ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GİZEM KOÇ

Danışman: Yrd.Doç.Dr.Göksel AYMAZ

İSTANBUL, TEMMUZ 2011

Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

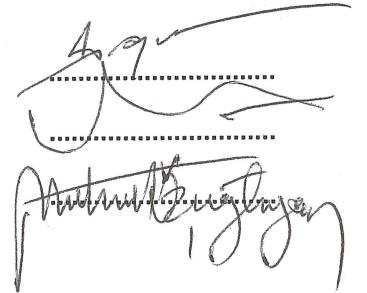
İLETİŞİM BİLİMLERİ Anabilim Dalı RADYO TV. Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi GİZEM KOÇ'ın YENİ İLETİŞİM ORTAMLARININ YENİ KAMU SALLIĞI : FACEBOOK ÖRNEĞİ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 23.06.2011 tarih ve 2011-12/16 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi : 11.07.2011

- 1) Tez Danışmanı : YRD. DOÇ.DR. GÖKSEL AYMAZ
2) Jüri Üyesi : DOÇ. DR. MEHMET ÖZTÜRK
3) Jüri Üyesi : YRD. DOÇ.DR. MEHMET ÖZÇAĞLAYAN



ÖNSÖZ

ÖZET

ABSTRACT

GİRİŞ: SOSYAL BİR VARLIK OLARAK İNSAN.....1

I.BÖLÜM: TEKNOLOJİK DETERMİNİZM İLE KÜLTÜREL KARAMSARLIĞIN UMUTSUZLUK YAYAN KOALİSYONU

I.1.İletişim Medyasının Tekniği ve Tarihselliği.....3

I.2.İletişim Teknolojisi ve Kültürel Bağlam.....6

II.BÖLÜM: ENFORMASYON DEVRİMİ VE YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ...11

II.1.Endüstriyel Modernleşme ve Elektrik/Elektronik Temelli Medya.....14

II.2.Görsel Medyaya Geçiş.....16

II.3.Yeni İletişim Teknolojileri ve Ortamları.....22

II.3.1.Yeni İletişim Teknolojisinin Kısa Tarihi.....25

II.4.İnternetin Doğuşu ve Gelişimi.....31

III.BÖLÜM: FACEBOOK VE YENİ KAMUSALLIK

III.1.Sosyal Paylaşım Ağları.....37

III.1.1.Kavram ve İçerik Olarak Sosyal Medya.....38

III.1.2. Kamu'nun Tarihsel Dönüşümü.....43

III.1.3.Sosyal Paylaşım Ağlarında Oluşan Kamu.....47

III.2.Facebok.....55

III.2.1.Tarihçesi ve İçeriği.....55

III.2.2.Kullanımı ve Yaygınlaşması.....61

III.3.Mahremiyetin İfşası.....65

III.3.1.Gözetim ve Tarihçesi.....65

III.3.2.Yeni İletişim Ortamlarında Gözetim.....68

III.3.3.Facebook ve Gözetleme.....	75
SONUÇ.....	79
ÖZGEÇMİŞ	
BIOGRAPHY	

ÖNSÖZ

Bu çalışma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo TV ve Sinema Anabilim Dalı Radyo TV Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans programında bitirme tezi olarak hazırlanmıştır. Kendisine konu olarak, modern toplumlarda kamusal yaşamın gerçekleşme mecrası olan kitle iletişim araçlarının yeni ortamlarında oluşmakta olan yeni kamusalılık biçimlerini seçmiştir. Bu çerçevede, internet ortamındaki sosyal ağların bireyler için olağan kıldığı sosyalleşme ilişkileri, bu ağlar içinde en yaygın biçimde kullanılan Facebook adlı paylaşım sitesi örneğiyle incelenmiştir.

ÖZET

Tekniklerdeki tüm ilerleme, tüm teknik araç gereçler gibi, kitle iletişim araçları da toplumsal bir ihtiyaçtan doğar, o ihtiyaç tarafından geliştirilir. Tekniklerdeki gelişmenin bir ürünü olarak “yeni iletişim ortamları” ve o ortamın bir mecrası olarak *Facebook* da varoluşsal açıdan aynı ilkeye tabidir.

Yeni iletişim tekniklerindeki gelişmelerin toplumsal etkileri, iletişim medyasının kullanımının, toplumsal alanda yeni eylem ve etkileşim biçimlerinin kurulmasını, yeni toplumsal ilişki biçimlerini ve ilişki kurma şekillerini içerir. İletişim medyasının tarihi bir “sosyal ilişki tarihi”dir, hatta “en gelişmiş sosyal ilişki tarihi”dir. İnsan denen varlık, kendi tarihinin her aşamasında “sosyalleşme” ihtiyacı duyar. *Facebook*, modern kamusal yaşamın ve giderek kamusal insanın çöküş çağına denk düşen “sosyalleşme” araçlarından biridir. Sosyal bir varlık olan, yalnız olamayan insanın son “yalnızlık aleti”dir *Facebook*.

Günümüzde bireyler, *Facebook* gibi internet tabanlı sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla sosyal bağlar kurmaktadır. Bu bağlar, bireylerin kendi rızalarıyla birbirlerini gözetlemesine olanak tanımaktadır. Ne var ki, tanımadığı kişilere karşı kendi kimliğini de gizleyebilmekte ya da değiştirebilmektedirler. İletişim kurgulanmış kimlikler aracılığıyla yapılırken, anonimlik bütünüyle geçerli hale gelmiştir.

ABSTRACT

The means of mass communication, just as all of the technological advances and all the technical tools and devices, emerge out of a social need and are thereby developed by that social need. Being a product of technological progress and of the "new milieus of communication" the appearance and current existence of *Facebook* itself is based on this same principle.

The developments in new media technologies lead to such social implications as the establishment of new forms of social relationships, actions and interactions. The history of communication media is a "history of social relationships". In fact, it is "the most advances history of social relationships". At every stage of history, human beings have had the need to "socialize". *Facebook* is a "socializing" tool of the modern public life and of the gradually declining public space. *Facebook* is the ultimate "isolation device" for the man who is a social being incapable of absolute solitude.

Nowadays individuals establish social ties through internet based social networking sites such as *Facebook*. These relations allow individuals to peek one another with their own consent. On the other hand, they are also able to hide or switch their identities towards people that they do not know. While the communication can be established on constructed identities, anonymity becomes entirely legitimate.

GİRİŞ: SOSYAL BİR VARLIK OLARAK İNSAN

“İnsan olağanüstü bir yaratıktır. Kendisini canlılar arasında eşsiz kılan bir dizi yeteneğe sahiptir: diğerlerinden farklı olarak, manzarada yer alan bir figür değil, manzaranın bir şekillendiricisidir. Bedende ve zihinde doğayı keşfedendir; her kıtada yuvasını bulan değil, yuvasını yapan, her yerde yaşayabilen canlıdır.”¹

İnsan, koşullarının ürünüdür. Koşulları değiştiren de yine insanın kendisidir.

Evrimin milyonlarca yılı, canlı türlerine ait oldukları doğaya uyumlu bir şekil kazandırdı. Ama biyolojik evrim, insanı belli bir özel çevreye göre donatmadı. İnsan türü fizyolojik olarak kendini hiçbir özel çevreye uydurmuş değildir. İnsanın çevreye uyması, bedeninin bir parçası olmayan aletler, giysiler, evler ve benzeri donatımlarla sağlanır. Aklı ve emeği insanın çevresiyle yetinmemesini ve onu değiştirip dönüştürmesini mümkün kılmıştır. İnsan, aklı ve emeğiyle biyolojik doğasını aşıp, *kültür üreten varlık* haline gelmiştir. İnsan, işte burada ayrılır hayvandan. “Hayvanlar çevrelerinin bilincindedirler, ama yalnızca edilgin bir biçimde ve çevrelerinin bir parçası olarak bilincindedirler. İnsan ise, kendinden ayrı bir şey olarak, üretim çalışmasındaki etkinliğinin *nesnesi* olarak bilincindedir çevresinin. Dolayısıyla, nesne olarak doğanın bilincinde olduğundan, *özne* olarak kendinin de bilincindedir.”² İnsanın yarattığı maddi kültür, üretici faaliyetinin nesnesi olan çevreye gösterdiği bilinçli bir tepkidir. *Özne* olan insanın, *nesne* olan doğa karşısında var ettiği her şey *kültür*’dür. Çağdan çağa, insanın geçim araçlarını elde etmek için aletler, giysiler, evler ve benzeri donatımlarla kendi çevresini yeniden oluşturması, kültürel evrimin temelidir.

Hangi kültürlerin, ilk kez nerede, nasıl ve ne zaman başladığını yanıtlamak, günümüz koşullarında bile karmaşık yönler içermektedir. Üstelik çeşitli çağlarda rastlanan değişik kültür biçimleri yerkürenin her yerinde aynı zaman dilimleri içinde başlamış, sürmüş ve de bitmiş değillerdir. İnsanın kültürel evrimindeki olası tek bölümleme ilkesi, maddi yaşamın

¹ Jacob Bronowski, **İnsanın Yükselişi** (ç.Aykut Göker), V Yayınları, Ankara 1987, s.5

² George Thomson, **İnsanın Özü** (ç.Celal Üster), Payel Yayınları, İstanbul 1987, s.19

üretimidir; yani, geçim maddelerinin elde ediliş biçimi ve geçim maddelerinin elde edilişinde kullanılan üretim araçlarının niteliği ile üretici güçlerin gelişme düzeyidir. Çünkü bütün karmaşıklığı ve kargaşası içinde tüm insan topluluklarını kapsayan bazı genel yasalar bu alanda saptanmaktadır. “İnsan topluluklarının tarihi, üretim tarzlarının değişimi ile koşullu değişiklikler içinde gelişmektedir. Bunların içinde, maddi gereksinimlerin üretimi, insanlık tarihinin temel genel geçerli yasasını oluşturmuştur. Maddi ürün elde edilmeden, ne insan ne de insan toplulukları söz konusu olabilmektedir.”³ İnsan, geçim araçlarını üretirken kendini de yeniden üretir. İnsanın ilk tarihsel işi, insanı hayvanlardan ayıran ilk iş, düşünmesi değil, kendi geçim araçlarını üretmeye koyulmasıdır. İnsan, kendi geçim araçlarını üretmeye başlar başlamaz, kendini hayvandan ayırt etmeye başlar. Ayrıca, üretim çalışması, ortaklaşa çalışmayı zorunlu kıldığı için, *toplumsal*dır; insanlar üretim yapabilmek için birbirleriyle belirli bağlar, ilişkiler kurmak zorundadırlar. “Alet yapmayı, avcılığı, ateş yakmayı, ev kurmayı ve toprağı işlemeyi, insan tek başına değil, öbür insanlarla birlikte, onlarla el ele vererek öğrenmişti.”⁴ Ortaklaşa çalışma, insana konuşmayı, konuşma da düşünmeyi öğretmiştir. Bu yüzden, geçim araçlarının temini bütün bir kültürel hayatın temelidir. Bu nedenle ilk koşul, maddi gereksinimlerin üretimidir.

Tekniklerdeki tüm ilerleme, tüm teknik araç gereçler gibi, kitle iletişim araçları da toplumsal bir ihtiyaçtan doğar, o ihtiyaç tarafından geliştirilir. Tekniklerdeki gelişmenin bir ürünü olarak “yeni iletişim ortamları” ve o ortamın bir mecrası olarak *Facebook* da varoluşsal açıdan aynı ilkeye tabidir.

³ Serol Teber, **Doğanın İnsanlaşması**, Say Yayınları, İstanbul 2003, s.212

⁴ M.İlin / E.Segal, **İnsan Nasıl İnsan Oldu?** (ç.Ahmet Zekerya), Say Yayınları, İstanbul 2001, s.17

I.BÖLÜM: TEKNOLOJİK DETERMİNİZM İLE KÜLTÜREL KARAMSARLIĞIN UMUTSUZLUK YAYAN KOALİSYONU

I.1.İletişim Medyasının Tekniği ve Tarihselliği

İletişim medyası, taşıyıp aktardığı mesajlar nedeniyle, bireyler için anlamlı materyallerin *üretimi*, *depolanması*, *çoğaltımı* ve *dağıtılması*yla ilgilidir ve tarihin her döneminde bütün toplumlarda insanlar (ilkel dil kullanımından bilgisayar teknolojisindeki son gelişmelere kadar) bu tür bir üretim, depolama ve aktarımda bulunmuşlardır. “Ancak on beşinci yüzyılın sonlarından günümüze kadar bir dizi medya kurumunun gelişimiyle birlikte üretim, depolama ve dağıtım süreçleri belirli yönlerde dönüşüm geçirdi. Bu süreçler modern dönemin özelliklerini oluşturan bir dizi kurumsal gelişmeler içinde taşındı. Bu gelişmeler nedeniyle sembolik biçimler görülmedik boyutta (yeniden) üretildi; pazarda alınıp satılabilen metalara dönüştürüldü; zaman ve mekânda yayılmış bireylere ulaştırıldı. Medyanın gelişimi, modern dünyadaki sembolik üretim ve değişimin doğasını çok esaslı ve geri dönülmez bir şekilde dönüştürdü.”⁵

Bunun nasıl bir dönüşüm olduğunu, iletişimin modern teknik medyasının belli başlı üç niteliğini belirleyerek anlayabiliriz. İlki, teknik medyanın sembolik formları *sabitleme* kabiliyetidir. Teknik medya, bu özelliğiyle sembolik formları/enformasyonu depolayıp muhafaza edebilir. Sembolik formların sabitlenme ve muhafaza edilebilme derecesini teknik medyanın bu işleme yönelik ortamı belirler. “Konuşma durumunda -ister yüzyüze konuşma ya da bunun hoparlör veya telefon gibi teknik bir medya tarafından aktarılması olsun- sabitleme derecesi çok düşük veya hiç olmayabilir; sabitleme teknik medyanın ayırt edici özellikleri yerine hafıza yeteneğine bağlı kalabilir. Ne var ki parşömen veya kâğıt üzerine yazma, odun veya kayaya oyma, boyama, basma, filme alma, kaydetme gibi başka örneklerde görece yüksek derecede sabitleme gerçekleşebilir. (...) Ve tıpkı farklı medyanın farklı derecelerde sabitlemeye olanak vermesi gibi, sabitlenen bir iletinin değiştirilmesine ve gözden geçirilmesine olanak verme derecesine göre medya da farklılaşmaktadır. Kalemle yazılan bir ileti, mürekkeple yazılan veya basılan iletiye göre değişikliğe daha yatkındır, teybe kayıtlı bir

⁵ John B. Thompson, **Medya ve Modernite** (ç.Serdar Öztürk), Kırmızı Y., İstanbul 2008, s.25

ifadeyi gündelik etkileşimin akışında reddetmek, değiş tokuş edilen sözcüklere göre daha zordur.”⁶

Teknik medyanın ikinci özelliği *çoğaltmaya* imkân sağlamasıdır. Kayalar üzerine yapılmış resimlerin farklı kopyalarını üretmek düşünülemez bile. Parşömen ve kâğıt gibi teknik medya ve yazı sistemleri, sembolik formların kopyalanıp çoğaltılabilirliğini önemli oranda artırdı. “Ancak bu konudaki asıl gelişme, yazılı iletileri o ana kadar görülmemiş bir boyut ve hızda çoğaltan matbaanın icadıydı. Aynı şekilde taşbaskı, fotoğrafçılık, gramofon ve teyp, sadece, kaydı dayanaklı bir ortamda görsel ve sessel unsurlarıyla sabitlemeye olanak verdiği için değil, ayrıca, onları ilke olarak çoğaltılmaya imkân verecek bir ortamda sabitleştirdikleri için de önemliydi.”⁷ Sembolik formların çoğaltılabilirliği, hem iletişim medyasının ticarileşmesi hem de (bundan ayrı düşünülmemesi gereken) iletişimin kitlesel karakterinin oluşumunda kilit önemdedir. Sembolik formlar artık metalaştırılabilir, yani piyasada alınıp satılabilir mallara dönüştürülebilir olmuştu. Artık sembolik formlar, diğer ticari metalar gibi (talebi karşılayacak arzı sunma değil) arza talep yaratma yasasıyla dolaşıma sokulmakta ve böylelikle kitle iletişimi de “kitlesel üretim/kitlesel tüketim”in iletişim alanındaki bir devamı, bir karşılığı olmaktaydı. Süreli basının ve gazeteciliğin ilk dönemlerinde bu tür medyaların tüketicisi nispeten konuyla ilgili uzman kişilerdi, yani talebi karşılamak üzere üretilmiş bir medya söz konusuydu; fakat günümüzün popüler dergi ve gazetelerine, film ve dizi filmlerine bakıldığında, bir meta olarak üretilmiş medyaya talep yaratma çabasının yürürlükte olduğu hemen fark edilebilecektir. Ayrıca burada yirminci yüzyılın sanat ve kültür eleştirmenlerini epeyce meşgul etmiş başka bir durum daha vardır: Sanat yapıtlarının ekonomik değeri genellikle eserin tek oluşuna (biricikliğine) dayandırılırken, kitap ve müzik kayıtları gibi yapıtların ekonomik değeri, tam aksine, onun çokluğuna bağlıdır.

Teknik medyanın üçüncü özelliği *zaman/mekân ayrışması* diyebileceğimiz, sembolik formların tüketiminin üretildikleri yer ve zamandan bağımsızlaşabilme olanağıdır.

Sonuç olarak, iletişim medyasının kullanımı, toplumsal alanda yeni eylem ve etkileşim biçimlerinin oluşmasını, yeni toplumsal ilişki biçimlerinin kurulmasını içerir. Bireyler iletişim medyasını kullandıklarında günlük yaşamlarındaki yüzyüze etkileşim tipinden belirgin derecede farklı olan yeni etkileşim biçimlerine girmektedirler. Fiziksel olarak o anda orada

⁶ John B. Thompson, *age.*, s.38

⁷ John B. Thompson, *age.*, s.40

olmayanlar, yanlarında veya karşılarında bulunmayanlar için duygu ve düşünce üretebilmekte, eylem icra edebilmektedirler. İletişim medyasının kullanımı, zaman ve mekânın algılanışını, toplumsal yaşamın zamansal ve mekânsal gerçekliğine ilişkin tasavvuru dönüştürmektedir. Biz artık gerçekliğe ilişkin algı, fikir ve kanaatlerin, zevklerin, beğenilerin ve önceliklerin, yani toptan benliğin oluşumunun iletişim medyasında taşınan, burada dolaşımda olan sembol ve materyallerle biçimlendiği, olayları yaşama kapasitemizin gündelik yaşamın “zaman-mekân patikaları” üzerinde karşılaşma olanağına bağlı kalmadığı bir dünyada yaşıyoruz. Kitle iletişim medyasının miladı kabul edilen matbaanın icadı, fikir ve kanaatlerin dolaşımının artık yüzyüze iletişimin sözcük değiş tokuşundaki bağlam ve boyutlarıyla sınırlanmadığı, olayları yaşama kapasitemizin şimdi ve burada olma koşuluna bağlı kalmadığı ve bütün bunların, kültürel, ideolojik, siyasal bir dizi toplumsal sorunu beraberinde getirdiği yeni bir dönemin habercisiydi.

Kitle iletişimi medyasının bu bağlamlarıyla analiz edilmesi, bizi doğrudan tarihsel alana taşır; kitle iletişimi medyası orada kendisine tarihsel bir bağlam bulur. Bu nedenle, medya tarihini toplumsal kurumların geniş alanı içinde konumlandırmak ve medyanın öyküsünü de bütün insanlık tarihini kapsayacak bir zemin üzerinde değerlendirmek gerekir. Bu şekilde ele alınmış bir iletişim tarihi, kendisine sürekli olarak bir “iletişim devrimi” yaşamakta olduğu söylenen 2000’li yılların insanına “yeni medyalara yönelik övgüden ve geleneksel medyalara yönelik merhametli bir horgöründen ibaret olan bir söylemden kaçınılabilme”⁸ kabiliyeti kazandırır. İletişimin teknolojik medyasına övgü veya sövgü düzmekten öte öncelikle anlamaya çalışmamız gereken şey modern toplumlarda insanların kitle iletişiminde niçin katılmak durumunda olduklarıdır. Bu çaba bizi, kitle iletişiminin iletişim medyası tarafından yönetilen bir süreç olmaktan ziyade, toplumsal yaşamın bütünlüğü içinde yaşanan diğer süreçlerin bir parçası olduğu bilgisine götürecektir. Bu bilgidен de biz anlayacağız ki, kitle iletişiminin (benliğin ve gerçeklik algısının oluşumunu biçimlendirebilme vb. gibi) kültürel işlevleri, iletişim medyasının tek başına kendi kudreti olmaktan ziyade, içinde yaşadığımız toplumsal sistemin yapısal özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bunun farkına da ancak söz konusu toplumsal sistemin insanlık tarihindeki yerine bakarak varabiliriz.

⁸ Fredric Barbier/ Catherine B. Lawenir, **Diderot’dan İnternete Medya Tarihi** (ç.Kerem Eksen), Okuyan Us Yayınları, İstanbul 2001, s.12

Kültür sosyolojisinin önemli isimlerinden Raymond Williams, kültür ile teknoloji arasındaki ilişkiyi ele alan çağdaş yaklaşımların, çoğunlukla, “teknolojik determinizm ile kültürde karamsarlığın bir bileşimini” sergilemekte olduğuna dikkat çeker. Söz konusu yaklaşımlar, Williams’a göre, “ileri teknoloji”nin “aşağı kültür” yayabildiği, buna karşılık, “yüksek kültür”ün “düşük bir teknoloji” düzeyinde varlığını sürdürebildiği, dahası, zaten yüksek kültürün büyük kısmının bu şekilde üretildiği yönünde “umutsuz sonuçlar” a takılıp kalmıştır. 1980’lerin ortasında (ölümünden hemen önce) kaleme aldığı çalışmasında Williams, “Kültürde muhafazakâr olanlar, kablolu televizyonun Pandora’nın kutusunun açılması, uydu yayıncılığının da Bâbil Kulesi’nin son aşaması olacağını iddia ediyor” demişti.⁹ Onun, “Her yeni teknoloji, zihinlere teknolojik determinizm bulaştırır” önermesini takip edersek, bugün ikibinli yıllarda biz de rahatlıkla, yerküre üzerindeki kullanım yaygınlığına bakarak internet’in “son Bâbil Kulesi” olup olmadığını sorgulayabiliriz.

1.2.İletişim Teknolojisi ve Kültürel Bağlam

Kitle iletişim araçlarının gelişimi, belli bir teknolojik paradigma içinde gerçekleşme noktasında modern dünyanın kuruluşu içinde kesin bir bütünlük arz ettiği içindir ki: “Medyanın bir sistem olarak gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu, daha büyük ya da daha küçük roller oynayan farklı öğelerdeki sürekli değişim içindeki bir sistemdir. Bunu izleyen şey, özsel olarak, politika, ekonomi ve teknoloji ile toplumsal ve kültürel bir tarihtir.”¹⁰

Yeni iletişim teknikleri ve enformasyon akışındaki gelişmelerin toplumsal etkileri, “iletişim medyasının kullanımının, toplumsal alanda yeni eylem ve etkileşim biçimlerinin kurulmasını, yeni toplumsal ilişki biçimlerini ve ilişki kurma şekillerini” içerir.¹¹

İnsanlığın kültür tarihi, işbölümünün yarattığı sınıfsal farklılaşmaları haklılaştırmayı ve kurumsallaştırmayı amaçlamış düşünceler, açıklamalar ve inançlarla ilerledi. İletişim medyası da böyle bir kültürün içinde, onun bir parçası olarak gelişti. “İletişim, gündelik yaşamımızda bize nesneleri, insanları tanımlar, işbölümü içinde değişik toplumsal roller yüklenmiş insanlara bu rolleri yerine getirirken, bu rol dağılımından oluşan toplumun o tarih

⁹ Raymond Williams, **İkibin’e Doğru** (ç.Esen Tarım), Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1989, s.124

¹⁰ Asa Briggs/ Peter Burke, **Medyanın Toplumsal Tarihi** (ç.İbrahim Şener), İzdüşüm Y., İstanbul 2004,s.12

¹¹ John B. Thompson, **age.**, s.16

dönemindeki hayat tarzını öğretir, olumludur, yeniden-üretimi için gereken değerlendirme biçimlerini aşılır. Toplumsal sistemin sürmesini, kendini yeniden-üretmesini sağlar.”¹²

Geleneksel toplumların yapı ve kurumlar düzeyinde “modernleşme”si olarak “rasyonelleşme”, toplumsal alanların bilim ve tekniğin “rasyonel ölçütleri”ne göre tanzim edilmesini de beraberinde gündeme getirdi. Teknolojik rasyonalitenin, giderek kendini tüm bir toplumsal yaşam evrenine doğru genişletip, yayması, artık toplumsal bilimlerde bir eleştiri konusudur. Kitle iletişim medyası, günümüzde teknolojik rasyonalite tartışmalarının odağında yer almaktadır. Örneğin J.Habermas’a göre, iletişim medyası, teknolojik rasyonalitenin bütün “ideolojik işlev”ini kendi üzerinde toplamıştır. Bugün şaşırtıcı bir gelişkinlik gösteren iletişim medyası, “bu evrende insanlığın özgürlüğünün büyük rasyonelleştirmesini sağlamakta”dır; “bu özgürlük ne akıldışı ne de politik olarak değil, tersine, daha çok yaşamın rahatlıklarını artıran ve çalışma verimliliğini yükselten teknik aygıtın boyunduruğu altına girme olarak görünmektedir.”

Genel olarak iletişim, sembolik formların (söz, resim, grafik, müzik, hareketli görüntü vb.) üretimi, çoğaltımı, aktarımı, alınılması ve değişik türdeki kaynakların idaresini içeren toplumsal bir süreçtir. Bireyler, sembolik formları üretmek ve yaymak için genellikle teknik bir araç kullanırlar. Bu nedenle, kitle iletişimi “kitle iletişim araçları” ya da başka bir deyimle “iletişim medyası” üzerinden işleyen bir süreçtir. Teknik araç, sembolik formların maddi zemini ve nesnel koşuludur. Çünkü, hem sembolik alışverişin bütün süreçleri bir ölçüde teknik araç gerektirir (yüzyüze iletişimde bile ifadelerin değiş tokuşu için gırtlak, ses telleri, yüz kasları gibi, ses dalgaları, kulak zarı gibi bazı maddi unsurlar gereklidir), hem de iletişimin gelişkinliği, araçların teknik düzey ve kapasitelerinin olanaklarıyla sınırlıdır (dumanla felsefî bir tartışma yapılamaz, veya sembolik formların depolama ve çoğaltım olanağı açısından bir Sümer parşömeni ile DVD’nin teknik ortam kapasiteleri arasındaki fark vs.). Dolayısıyla, kitle iletişimi tarihi, esasen, kitle iletişimi medyasının teknolojik gelişim tarihidir.

İletişim alanı, teknik standartların uygulanabileceği, teknik standartlara tâbi kılınabilen toplumsal bir alan olmaya başladıkça, akılcılaştırmanın bir alanı olmuştur. İletişim medyası, yaşanan dünyanın akıldışılığını üç olgu üzerindeki manipülasyonla akılcılaştırmaktadır: Zaman, mekân ve gerçeklik. Çünkü: İletişim medyasının kullanımı, zaman ve mekânın

¹² Ünsal Oskay, **İletişimin ABC’si**, Simavi Yayınları, İstanbul 1992, s.8

algılanışını, toplumsal yaşamın zamansal ve mekânsal gerçekliğine ilişkin tasavvuru dönüştürmektedir. Yaşama kapasitemizin gündelik yaşamın “zaman-mekân patikaları” üzerinde karşılaşma olanağına bağlı kalmadığı yeni dünya, internet teknolojisi ile daha da sorgulanır bir hâl almıştır.

Fakat kitle iletişim medyasının gelişimini yalnızca tekniklerde ve araç gereçteki aşamaların bir kronolojisi şeklinde ele almak, medyayla tek boyutlu ilgilenmek demektir. Bu türden tek boyutlu bir ilgi, kaçınılmaz biçimde, bizi teknik ilerlemeye ilişkin iki yanlış tutumdan birine götürür: Bunlardan birine göre, her şey iyi bir gelişim içindedir, diğerine göreyse her şey kötüye gitmektedir ve aslında bunların her ikisi de “teknolojik determinizm” dir.

“Teknolojik determinizmin temel varsayımı, yeni teknolojinin -matbaa ya da iletim uydusu- teknik çalışma ve deney sonucu ‘ortaya çıktığı’ görüşüdür. (...) Oysa bütün teknik deney ve çalışmalar, zaten mevcut toplumsal ilişki ve kültürel biçimler dâhilinde, genellikle zaten önceden tahmin edilen amaçlar için yapılır.”¹³ Bilim ve teknik, maddi hayatın üretiminden doğmuş, buna bağlı uğraşlarla gelişip serpilmiştir. Hiç unutmayalım ki, (her biri bilim alanında somut bir gelişmeyi ifade eden) kanallar yöntemiyle sulama tekniği, mayalama, metal üretimi ve kullanımı, dingilli yük araçları, yelkenli gemiler ve benzerleri, maddi hayatın yeniden üretiminin koşullandırdığı gelişmelerdi. Friedrich Engels’in (1820-1895) dediği gibi: “Toplumun teknik bir gereksinimi varsa, bu, bilimi on üniversiteden daha çok ilerletir. Bütün hidrostatik (Torricelli vb.) onaltı ve onyedinci yüzyıllarda, İtalya’da dağlardan inen akarsuları düzenleme zorunluluğundan doğdu.”¹⁴

İletişim medyasının teknik gelişimi de belli ihtiyaçlarla ilerlemişti. (Hiç unutmayalım ki, daha en başında alfabe ve yazı bile, büyük hayvan sürüleri ve yüksek gelirli çiftliklerin işin içinde olduğu tapınak hesaplarının tüm Sümerli rahiplerin takip edebileceği şekilde tutulması ihtiyacından doğmuştu.)

Genel olarak iletişim, sembolik formların (söz, resim, grafik, müzik, hareketli görüntü vb.) üretimi, çoğaltımı, aktarımı, alımlanması ve değişik türdeki kaynakların idaresini içeren toplumsal bir süreçtir. Türkçede *iletişim*, Latincedeki *communis* kelimesinden türetilmiş *communication* kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. “Anlaşılabileceği gibi, dilimizdeki

¹³ Raymond Williams, *age*, s.125

¹⁴ Friedrich Engels, *Tarihsel Materyalizm Üzerine Mektuplar 1890-94* (ç.Öner Ünalın), Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara 1993, s.36

karşılığı yabancı dillerdeki ki anlamının en önemli kesimini dışarıda bırakmaktadır. İletişim terimi, *communication* sözünün temelindeki toplumsallaşma anlamını ifade edememektedir. Oysa Latincedeki anlamı, *communa*, *communis* gibi kelimelerden anlaşılacağı gibi, bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği, iştirak hâline gelmiş olmayı kapsamakta, dolayısıyla, iletişimi hem bireyler arasında bir süreç olarak, hem de bunlar aracılığıyla toplumsal düzeyde bir süreç olarak ifade edebilmektedir.”¹⁵

İşte tam da bu nedenle, iletişim medyasının gelişimini, toplumsal ve tarihsel süreçlerden ayrı olarak yalnızca tekniklerde ve araç gereçteki aşamaların bir kronolojisi şeklinde ele almak, daha önce de belirttiğimiz gibi, matbaa, telgraf, telefon, radyo ve benzerlerinin sicil kaydını tutmaktan ibaret kılmak, medyayla tek boyutlu ilgilenmek demektir. Bu türden tek boyutlu bir ilgi, kaçınılmaz biçimde, bizi teknik ilerlemeye ilişkin iki yanlış tutumdan birine götürmekle sonuçlanır: Bunlar, her şeyin kötüye gittiği ya da her şeyin iyi bir gelişim içinde olduğu düşüncesidir. Bu yanlış tutumlardan uzak durabilmek için, iletişim medyasındaki teknik yenilikleri tek başına ele almamak gerekir. Teknik yenilik denilen şeyin (iyi ya da kötü yönde) mitleştirilişi, medya dünyasındaki yeniliklerin birer kopuş olarak ele alınmasını kışkırtır. Oysa, “yeni medya ortaya konduğu zaman daha eski olanlar terk edilmeyecektir, bunun yerine, birlikte var olacak ve yeni varış noktalarıyla etkileşim içinde olacaktır.”¹⁶ Antik Yunan kültüründe, yazının var olmasına ve bilinmesine rağmen, sözlü kültür baskındı; matbaa çağında el yazmaları önemini hâlâ korumaktaydı; televizyon çağında radyo ve kitaplar varlığını sürdürmekteydi vb... “Farklı kitle iletişim araçları, belli bir zamanda aynı teknolojik paradigmlar içinde yer alır.”¹⁷ Ayrıca, öncüllerine ait içerik ve anlatı kalıplarını da (farklı görünümelerde) kullanırlar. Bu anlamda, kitle iletişim araçları, bilhassa son iki yüzyıl içinde kesin bir bütünlük arz eder. Dolayısıyla: “Medyanın bir sistem olarak gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu, daha büyük ya da daha küçük roller oynayan farklı öğelerdeki sürekli değişim içindeki bir sistemdir. Bunu izleyen şey, özsel olarak, politika, ekonomi ve teknoloji ile toplumsal ve kültürel bir tarihtir.”¹⁸

¹⁵ Ünsal Oskay, **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, Der Yayınları, İstanbul 1993, s.309-310

¹⁶ Asa Briggs/ Peter Burke, **age**, s.12

¹⁷ Fredric Barbier/ Catherine B. Lawenir, **age**, s.386

¹⁸ Asa Briggs/ Peter Burke, **age**, s.12

İletişim medyasının tarihi bir “sosyal ilişki tarihi”dir, hatta “en gelişmiş sosyal ilişki tarihi”dir.¹⁹ İletişim medyası, ilkel matbaa ve baskı tekniklerinin ilk biçimlerinden, elektronik iletişim ve bilişim teknolojisinin en son türlerine kadar modern toplumların gelişiminin asli bir parçası olmuştur. İletişim medyasının gelişimi derken, on beşinci, yüzyılın sonlarında henüz çok küçük boyutlarda olan baskı atölyelerinden, günümüzün dev medya holdinglerine kadar sistem içinde açık kurumsal temelleri olan bir dizi gelişimden söz etmiş oluyoruz. Ayrıca, on dokuzuncu yüzyılın ortalarından itibaren tedrici bir gelişmeyle küresel boyutlara ulaşmış iletişim ağlarının ekonomik, siyasal, askeri vb. alanlardaki otoritelerce bireysel veya kolektif düzeyde kendi amaçları doğrultusunda kullanılmış ve kullanılmakta oluşu da iyi belgelenebilecek açık seçik bir vaka olarak ortadadır. Hem iletişim medyasının gelişiminin tarihsel sahnesi modern toplumların gelişimi ve kültürel dönüşümleridir, hem de modern toplumların gelişimi ve kültürel dönüşümlerinde iletişim medyasının gelişiminin ve dönüştürücü etkisinin önemli bir yeri vardır. Bu yüzden, iletişim medyasının gelişimi, modern dünyaya biçim veren büyük toplumsal dönüşümlerle köklü biçimde iç içedir. Bu iç içe olma halini, iletişim medyasının toplumun çeşitli alanları ve süreçleriyle karşılıklı bağlantılarını araştırmak ve izini sürmek, söz konusu bağlantıların anlamları üzerinde düşünmek, içinde bulunduğunuz “iletişim ve enformasyon çağı”nı, medya ile tıka basa doymuş bu dünyayı biraz olsun anlamak ve aydınlatmak demektir. Şayet bugün içinde yaşadığımız dünyayı, modern toplumların kurumsal özelliklerini ve yaşam koşullarını anlamak istiyorsak, iletişim medyasının gelişimine ve etkisine merkezi bir rol vermek zorundayız.

Teknik yenilik denilen şeyin (iyi ya da kötü yönde) mitleştirilişi, medya dünyasındaki yeniliklerin birer kopuş olarak ele alınmasını kışkırtır. Oysa, “yeni medya ortaya konduğu zaman daha eski olanlar terk edilmeyecektir, bunun yerine, birlikte var olacak ve yeni varış noktalarıyla etkileşim içinde olacaktır.”²⁰ Örneğin, daha önce de söylendiği gibi, Antik Yunan kültüründe yazının var olmasına ve bilinmesine rağmen, sözlü kültür baskındı; matbaa çağında el yazmaları önemini hâlâ korumaktaydı; televizyon çağında radyo ve kitaplar varlığını sürdürmekteydi vb... “Farklı kitle iletişim araçları, belli bir zamanda aynı teknolojik paradigmlar içinde yer alır.”²¹ Ayrıca, öncüllerine ait içerik ve anlatı kalıplarını da (farklı görünümelerde) kullanırlar.

¹⁹ Fredric Barbier/ Catherine B. Lawenir, **age**, s.11

²⁰ Asa Briggs/ Peter Burke, **age**, s.12

²¹ Fredric Barbier/ Catherine B. Lawenir, **age**, s.386

Kitle iletişim araçlarının gelişimi, modern dünyanın kuruluşu içinde bu nedenle kesin bir bütünlük arz eder. Onbeşinci yüzyılda basımcılığın ilk biçimlerinden, elektronik iletişimin yirmibirinci yüzyıldaki en son türlerine kadar iletişim medyası, modern dünyanın yükselişinin asli bir parçası olmuştur. O nedenle, kitle iletişim medyasının gelişimi “modernleşme” dediğimiz tarihsel süreçten ve “modernite” dediğimiz toplumsal deneyimlerden ayrı ele alınamaz. “İletişim medyasının gelişimi, ‘modernite’ demeye başladığımız şeyin kurucusu olan bir dizi gelişimsel süreçlerle karmaşık biçimlerde dokunmuştu. Bu yüzden, şayet modernitenin doğasını -yani modern toplumların kurumsal özelliklerini ve bu toplumlar tarafından yaratılan yaşam koşullarını anlamak istiyorsak- iletişim medyasının gelişimine ve etkisine merkezi bir rol vermek zorundayız.”²²

Modern dünyanın kurucusu olan dünya ticaretinin “en büyük düşman”ı mesafe idi. İletişim teknolojisini geliştiren şey bu mesafenin aşılma ihtiyacıydı. Hiç şüphesiz: “Telekomünikasyon sistemlerini yaratan şey hızlı iletişim talebidir, yoksa bunun tersi değildir.”²³ Dünyanın ilgili her köşesini bilmek isteyen ve bilen, tüccar kesimiydi. “18.yüzyıla kadar Çin’de olanların, Avrupa’nın (uzmanlaşmış tüccar gruplarıyla varsa da) siyasi yöneticileriyle bir ilgisi yoktur. Japonya’da olanları, 16. yüzyıl ile 19. yüzyıl ortaları arasında burada bir köprübaşı oluşturmalarına izin verilmiş bir avuç Flaman tacir dışında kimse doğrudan bilmezdi. 1848’de bile, hatta en iyi Avrupa haritalarında çeşitli kıtaların, bilhassa Afrika’nın, Orta Asya’nın ve Kuzey Amerika’nın bazı bölümleri ve Güney’in iç kesimleri ile Avustralya’daki bir dolu bölge beyaz bırakılmıştı.”²⁴ Tarihçi Eric Hobsbawm’ın (1917-...) deyişiyle, “Bir limana yakın olmak, dünyaya yakın olmak demektir”. Bu, ticaretin bir avantajıydı, zira askerler ve tüccarlar dışında yolculuk olağandışı bir işti: “İnsanların büyük çoğunluğu, askere alınmak gibi başlarına kötü bir şey gelmedikçe, doğdukları kontlukta hatta mahallede yaşar ve ölürdü.” Birer ticaret merkezi olmalarından ötürüydü ki, “birbirinden uzaktaki başkentleri birbirine bağlamak, kırla kenti birbirine bağlamaktan daha kolaydı. Bastille’in düştüğü haberi Madrid halkına onüç günde ulaşırken, başkente 133 kilometre uzaktaki Péronne’da halk ‘Paris’ten gelecek haberler’ için ayın 28’ine kadar beklemişti.”²⁵

Kapitalist toplumun yaşamsal önkoşulu ve niteliği olan “dünya pazarı”, coğrafi bilgi açısından bile henüz *tek bir dünya* haline gelememiş olan yerküreyi *tek bir pazar* olarak *tek*

²² John B. Thompson, *age*. s.14

²³ David Crowley/ Paul Heyer, *İletişim Tarihi* (ç.Berkay Ersöz), Phoenix Yayınları, Ankara 2010, s.186

²⁴ Eric Hobsbawm, *Sermaye Çağı 1848-1875* (ç.Sina Şener), Dost Kitabevi, Ankara 1998, s.63

²⁵ Eric Hobsbawm, *Devrim Çağı 1789-1848* (ç.B.Sina Şener), Dost Kitabevi, Ankara 1998, s.18

bir mekân haline getirmekteydi. Söz konusu dönüşüm, buharlı gemilerle takviye edilmiş denizyolu ulaşımı, ama özellikle, insanlık tarihinin neredeyse en gurur verici mühendislik başarısı ve en büyük kamu işlerinden olan demiryolları ağıyla gerçekleşiyordu. (Amerika Birleşik Devletleri’nin 1865 yılında yaklaşık 35.000 mil uzunluğunda bir ray sistemi varken, 1870’lerin ortalarında bu rakam yaklaşık olarak 200.000 mile ulaşmıştır. İngiltere’de ise, 1850’de 19.000 mil olan hat uzunluğu 1900’de üç katına, 57.000 mile çıkartılmıştı.) İletişim medyasının teknolojik ilerlemesinde bu sürece eşlik eden en heyecan verici gelişme, mesajların elektrikli telgraf aracılığıyla iletilmesiydi. Artık kaçınılmaz bir gereksinim olan tek bir mekâna ilişkin enformasyonun hızlı akışı sorununu ansızın çözen bu gizemli alet, 1830’ların ortalarında *icat edilmek zorundaydı*. Nitekim telgraf, 1836-37’de farklı araştırmacılar tarafından neredeyse aynı anda icat edildi. Birkaç yıl içinde demiryollarında kullanılmaya başlandı. 1840’lardan itibaren deniz altından hat çekilmesi planları yapılmaya başlandı. 1850’lerin sonlarına gelindiğinde, Amerikan Telgraf şirketi saatte iki bin kelime gönderen bir sistemi uygulamaya koymuş durumdaydı. İletişim medyasının teknolojik ilerlemesinde bu sürece eşlik eden en heyecan verici gelişme, mesajların elektrikli telgraf aracılığıyla iletilmesiydi. Artık kaçınılmaz bir gereksinim olan tek bir mekâna ilişkin enformasyonun hızlı akışı sorununu ansızın çözen bu gizemli alet, 1830’ların ortalarında *icat edilmek zorundaydı*. Nitekim telgraf, 1836-37’de farklı araştırmacılar tarafından neredeyse aynı anda icat edildi. Birkaç yıl içinde demiryollarında kullanılmaya başlandı. 1840’lardan itibaren deniz altından hat çekilmesi planları yapılmaya başlandı. 1850’lerin sonlarına gelindiğinde, Amerikan Telgraf şirketi saatte iki bin kelime gönderen bir sistemi uygulamaya koymuş durumdaydı

İnsan denen varlık, kendi tarihinin her aşamasında “sosyalleşme” ihtiyacı duyar. *Facebook*, kamusal insanın çöküş çağına denk düşen “sosyalleşme” araçlarından biridir. Sosyal bir varlık olan, yalnız olamayan insanın son “yalnızlık aleti”dir *Facebook*.

II.BÖLÜM: ENFORMASYON DEVRİMİ VE YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Yeni iletişim teknolojileri ve ortamların yetiştiremeyecek ölçüde hızlı ve niceliksel olarak çok gelişmesinin en büyük nedeni, bilgi çağında olmamız, enformasyon toplumları haline gelmemizdir. Enformasyon toplumu “enformasyonun üretiminin, kullanımının ve dağıtımının öncelikli ekonomik ve sosyal aktivite olduğu” toplumdur.²⁶

Bugünkü enformasyon teknolojisinin temelleri aslında telefonun (1876) ve radyonun (1898) icadına kadar gitmektedir. Ancak özellikle fiber optik kablo teknolojiyle birlikte enformasyon alışverişinin büyüklük ve hızı tamamen değişmiştir. Yüksek ve hızlı veri akışının sağlanması için kullanılan fiber optik kablolarla, kullanıcı dilinde daha kaliteli ve akıcı ses ve görüntü alınır. Ayrıca bu teknoloji yeni medyanın etkileşim özelliği için de çok uygun bir ortamdır.

Fiber optik kablolar, iletişimi elektrik akımı olarak değil, ışık parçacıkları olarak taşırlar. Ancak bunlar gözle görülmeyen kızıl ötesi ışınlardır. Bu ışınlar bir saçtan daha ince olan fiber lifleri üzerinden gönderilirler. Elektrik akımı yerine ışık parçacıklarının kullanılmasının nedeni, ışık parçacıklarının elektrik akımına oranla daha fazla kapasiteye sahip olmasıdır. Teorik olarak optik kablolar yüzbinlerce telefon konuşmasını, yüzlerce televizyon yayını aynı anda taşıyabilirler. 1983 yılındaki teknolojik düzeyle bu potansiyelin sadece 4 bin kadarı kullanılabiliyordu.1990'lara gelindiğinde, bu kapasite yüz bin telefon konuşmasına yükselmişti.²⁷

Fiber optik kablo teknolojisinden başka, zaten uzun zamandır kullanmakta olduğumuz ancak artık dijital alt yapıları ve internetle olan bağlantılarıyla yeni iletişim teknolojilerine dahil olan televizyon, telefon sabit hatları, video kaydediciler gibi “eski”leri saymazsak, esas olarak bugünkü ortamları “yeni”leyenleri bilgisayarlar, cep telefonları ve neredeyse tüm bu teknolojilerle birlikte kullanılan enformasyon çağının asıl kahramanı ağların ağı internet olarak sayabiliriz.

²⁶ J. Straunhaar/ R. Larose, **Communications Media in the Information Society**, California:Warsworth 1997, s.22

²⁷ Haluk Geray, **İletişim ve Teknoloji-Uluslar arası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ütopya Yayınları, Ankara 2003, s.25

Ondokuzuncu yüzyılın son yılları bir yüzyıldan fazla süredir başlamış olan süreçlerin hem tamamlandığı hem de aşıldığı zamanlardır. Enformasyonun aktarımına ve yeniden üretimine yönelik tekniklerin performansında o denli önemli bir değişim görülür ki, bir “enformasyon devrimi”nden bahsetmek mümkündür. Tekniklerin tarihi üzerine çalışan bir araştırmacı, teknolojiadaki değişimi yakından incelediğinde “devrimler”i ayırt etmekte zorlanır. Onun gözlemlediği, daha ziyade, sürekli bir ilerlemedir: 1837, telgrafın icadı; 1876, telefonun ortaya çıkışı; 1899, radyo yayınının başlaması. Bu icatlar silsilesinde kökten değişimler başka bir yerdedir: Yeni tekniklerin etrafında ortaya çıkan ve toplumun genel işleyişinde tarihinin “devrim”den söz etmesine yetecek kadar önemli sonuçları olan “sosyo-teknik değişimler”dedir, ki bu tam da ondokuzuncu yüzyılın enformasyon aktarım tekniklerindeki ilerlemeler için söz konusudur.²⁸ Yoksa icatlar tek başlarına bir şey ifade etmez. Tarihteki anlam ve konumlarının eksiksiz anlaşılması için, bu icatların, taşımacılıktaki gelişmeleri, posta şebekelerinin modernleşmesini, ekonominin (özellikle kolonyal imparatorluklardaki) yönelimlerini, baskı teknolojilerindeki değişimleri ve siyasal yaşamdaki oluşumları da kapsayan toplumsal bütünün içine yerleştirilmeleri gerekir.

II.1.Endüstriyel Modernleşme ve Elektrik/Elektronik Temelli Medya

Enformasyon devrimi’nin ilk aşaması, telgraftı. 1830’da bir Londralı, Hindistan’a mektup yazdığında, mektubu Ümit Burnu’nu kat eder ve alıcısına beş ila sekiz ay sonra ulaşırdı; musondan dolayı, gönderen karşı tarafın cevabını ancak iki yıl sonra alabilirdi. 1850’den sonra, tren, buharlı gemi ve deve sırtında yol alan, İskenderiye, Kahire ve Süveyş güzergâhını takip eden aynı mesaj, hedefine en fazla otuz ila kırk beş günde ulaşır; gönderen, mektubunu gönderdikten üç ay sonra cevabını almayı bekleyebilirdi. Yirmi yıl sonra, denizaltı kabloları tarafından gönderilen bir telgrafın (ilk Atlantik ötesi kablo 1858 yılında döşenmişti, 1865’e gelindiğinde büyük denizaltı kabloları döşenmişti) hedefine ulaşması en fazla beş saat tutar ve gönderen aynı gün içinde bir cevap alabilirdi. 1840’lardan başlayarak telgraf, ABD’de ve Avrupa’da kıtasal iletişimin güçlü bir aracı olarak ortaya çıkmış ve kısmen okyanus aşırı kablo teknolojisi sayesinde yüzyılın bitimine doğru küresel bir sistem haline gelmişti.

²⁸ Fredric Barbier/ Catherine B.Lawenir, *age*, s.132

Telgraftan önce, bilginin taşınması aracın taşınmasını gerektiriyordu; mektup da tıpkı kil tabletler, el yazmaları, kitap ve gazete gibi birileri tarafından bir yerden bir yere götürülüyordu; “telgraftan itibaren mesajlar artık habercilerden daha hızlı yol alabiliyorlardı”.²⁹ Telgrafla birlikte gerçek zamanlı bilgi edinmenin kapıları açılmıştı. Bu hızıyla, telgraf “ ondokuzuncu yüzyılın insanlarına hükümetlerin ve ticari ya da mali şirketlerin gezegen üzerindeki iktisadi ya da siyasi anlamda temel niteliğe sahip noktalarına ulaşmasını sağlayacak daha önce görülmemiş bir iletişim sistemi sunar. (...) Tüm teknik değişimlerde olduğu gibi, telgraf da sonuç olarak anlamını yalıtılmış şekilde kazanmaz. Elektrikli iletişim araçları, demiryolunu, buharlı gemi taşımacılığını ve gazetelerle dergilerin kitlesel basım tekniklerini kapsayan bir sistemde yer alır. Öte yandan, şebekelerin işleyişi temel iktisadi ve askeri gelişmelere, bu gelişmeler girişimcilere müşteri ve pazar sağladığı ve onların kullanım alanını belirlediği ölçüde yakından bağlıdır. Böylece, büyük koloni imparatorluklarının ve özellikle de Britanya İmparatorluğu’nun inşası denizaltı telgraf şebekelerinin coğrafyasını belirler, buna karşılık bu şebekeler de, bunların konsolidasyonunu sağlar.”³⁰

Telgraftan sonra geliştirilen ilk temel elektronik iletişim aracı telefondur (1876). “Ses iletimine dayalı olan telefon, telgrafın birçok sınırlamasını aşabilmişti. Ayrıca, telgraf Mors koduna hâkim olmayı ve okuryazarlığı gerektirdiği için, onun evlere kadar yayılması mümkün değildi. 1880’lerin sonunda telefonun rahatlığı ve etkililiği zenginlerin evlerinde kullanılmasını sağlamıştı.”³¹

Elektrikli telgraftan ve telefondan daha da büyük bir aşama, insanlığı yakın gelecekte *radyo*’ya kavuşturacak olan *telsiz telgraf*’tı. “Telsizin olanaklı kıldığı ve (ünlü) *Titanic*’in (14 Nisan 1912’deki) batışının dramatikleştiği, uzaktaki pek çok farklı olayı aynı anda yaşama becerisi, şimdinin deneyimlenme biçiminde esaslı bir değişiklik yaratmıştı.”³²

Telsiz haberleşme araçlarının gelişiminin ardında bir dizi bilimsel çalışma yatar: Öncelikle, 1864’te ışık dalgalarına ek olarak genel bir elektromanyetik dalga teorisi kuran İskoçyalı James Clark Maxwell’i anmak gerekir. 1887’de, Alman Heinrich Hertz, kendi adını

²⁹ David Crowley/ Paul Heyer, *age*. s.182

³⁰ Fredric Barbier/ Catherine B.Lawenir, *age*. s.139, 140

³¹ David Crowley/ Paul Heyer, *age*. s.183, 184

³² David Crowley/ Paul Heyer, *age*. s.308

taşıyacak olan *dalga*'ları buldu ve üretmeyi başardı. 1890'da Fransız Edouard Branly, bir devreye galvanometre ve pille birlikte bağlanmış, içi demir talaşıyla dolu bir tüpten oluşan ilk elektromanyetik dalga iletkenini geliştirdi. İlk antenin yapılması için 1894'ü beklemek gerekecekti. İtalyan Guglielmo Marconi'nin denemelerinde, artık *hertz* adını alan ve önce 400, sonraları 2000 metreye kadar ses iletebilen dalgalar kullanılıyordu. Marconi, 1899'da Manş üzerinden ilk bağlantıyı kurmayı başardı. Bu denemelerinde Marconi, İngiliz Donanması için yeni bir sistem kurma amacıyla donanma subaylarından Sir Henry Jackson'la birlikte çalışıyordu.

Tam bir “buluşçu-girişimci” örneği idi Marconi (Thales, B.Franchin vs. gibi). Bilim çevrelerinde serbestçe dolaşmaya başlamış olan akademik çalışmalar bütünü, dağınık durumda olan bilimsel bilgiyi derleyip toparlayarak, iletişim konusunda o dönemin dünya lideri İngiltere'ye hizmet vermeyi önerir. Onu en iyi koşullarla karşılayan İngiliz denizciliği olur. Yani, Marconi'yi icadıyla buluşturan güç salt bilim merakı/bilimsel ilerleme değil, ihtiyaçtı.

Öte yandan, her modern kitle iletişim aracı, teknik bir buluş olarak ortaya çıktıktan kısa bir süre sonra, kitlesel üretim/tüketimin mantığı uyarınca, “ihtiyaca dönüşmüş lüks ürünler” listesine dâhil olmaktaydı hızla. “Bu açıdan bakıldığında, ondokuzuncu yüzyıl iletişim tarihinin tepe noktası olan telsizler basit bir şekilde telli telgrafın bir yedeği olarak düşünülmüştü. Bu, ondokuzuncu yüzyılın ulaşım tarihinin tepe noktasındaki otomobillerin yalnızca atsız araçlar olarak görülmesi gibiydi. Yalnızca aracı olan insanların onlara karşı arzu duyabileceği düşünülmüştü. Ancak radyonun okyanuslar üzerinde ve geniş alanlardaki pratik kullanımı olayın boyutunu değiştiriyordu. Bir lüks araç olarak otomobilin hiçbir kırsal alanda bir garajda olması düşünülmeyenken sinyal yayan bu araca karşı her kesimden bir talep başlamıştı.”³³ Aynı ilgi, çok yakın gelecekte, fotoğraf makinesi, kamera ve televizyon için de söz konusu olacaktı.

II.2.Görsel Medyaya Geçiş

Kameranın bir hareket duyumunu taşıması için bir sekans şeklinde kullanımı, koşan bir atın ayak hareketlerinin sıralı fotoğrafik dizisini kaydetmiş olan İngiliz at yetiştiricisi Edward

³³ Asa Briggs/ Peter Burke, *age*. s.175

Muybridge (1830-1904) tarafından 1888’de gerçekleştirilmiştir. Buna paralel olarak, 1894 yılında bir Fransız bilim adamı, Etienne Marey (1830-1906) tek bir film içinde kuşların kanat çırpma hareketlerini kaydetmiştir. Bir yıl sonra Amerikalı Thomas Edison, *kinetoskop*’un patentini almıştır. Bu, hareketli bir görüntüyü bireysel olarak izlemeyi olanaklı kılan bir alettir. Bir bozuk para atan kişi, aletin içindeki hareketli görüntüleri izlemeye başlıyordu ve hareketin devamı için arka arkaya para atılması gerekiyordu. Edison, görüntünün, topluca izlenmeye yönelik olarak, büyük bir ekran üzerine yansıtılmasının finansal açıdan kârlı olacağına inanmamıştı.

Edison, kendisinden onyediyi yaş küçük olan Louis Lumière’in (1864-1948) *sinemaskop* aletini tanıtması ile fikrini değiştirdi. Lumière, 1895 yılında Paris Grand Café’de otuzbeş kişilik bir izleyici topluluğuna görüntüler izletmişti. Ertesi yıl daha büyük bir izleyici kitlesine Londra Leicester Meydanı’ndaki Empire Music Hall’de gösteri sundu. O tam anlamıyla bir kitle aracı keşfetmişti.

“Kültür sanayinin bir parçası olan sinema, hem bu durumun yol açtığı tüm kısıtlamalarla birlikte bir sanayi gibi örgütlenmeli, hem de izleyici kitlesinin değişen zevklerini takip etmelidir.”³⁴

“ABD’de ve Avrupa’da ulusal modellerin farklılıkları, teknik konusunda bir determinizmin olmadığını gösterir. Hâkim modeller etrafında, her toplum kendi sinematografik gelişim modelini geliştirir. Ülkelerin kültürel, iktisadi ve siyasi kategorileri, görece farklılaşmış ulusal stillere yol açmak için yeterince farklıdır.”³⁵

İnsanlığı radyoya götürecek aşama, telsiz telgrafta kullanılan hertz dalgalarıyla insan sesinin taşınabilmesiydi. (O yıllarda bu tekniğin sadece 1876 yılında İskoçya asıllı Amerikalı Alexander Graham Bell’in çalışmalarıyla erişilmiş olan *telefon*’da işe yarayacağını öngörebilmişlerdi. İcadını izleyen birkaç yıl içinde telefon kamusal yayınlar için de kullanılmıştı. “1879’da Birleşik Devletler’de telefon hatlarından vaazlar yayınlanmıştı ve 1880’de de Zürih’teki bir konser telefon hatları üzerinden 50 mil uzaklıktaki Basel’de

³⁴ Fredric Barbier/ Catherine B.Lawenir, *age*, s.184

³⁵ Fredric Barbier/ Catherine B.Lawenir, *age*, s.184

dinlenmişti.”³⁶ Belle Epoque resimlerinde de burjuvalar, kulaklarında telefon, Verdi söyleyen Caruso’yu uzaktan dinlerken görünüyordular. Ama hâlâ iletişimin yalnızca iki nokta arasında sağlanacağı fikri hâkimdi.) Radyonun icadı ve yaygınlaşmasında da Marconi yine kendi buluşçu-girişimci gelişim çizgisini sürdürmektedir. Marconi için önemli bir başarı radyo cihazlarının daha ileri aşamalarının patentlerini alabilmesidir. 1899 yılında, iki yıl önce İngiltere’de kurduğu Telsiz Telgraf ve Sinyal Şirketi’nin bir şubesini de Amerika’da açar ve 1901 yılına kadar kablo şirketleri dışında Amerika’dan hiçbir rakip şirket ile karşı karşıya gelmez. Marconi, ticari bir imparatorluk kurmayı dener, nitekim ABD Birinci Dünya Savaşı sonrasında (1918) kendisini Amerikan toprakları üzerindeki çıkarlarına son vermeye zorlayana kadar Anglosakson bölgeye hâkim olmaya devam eder. Ama “özel bir şirkete dünya çapındaki radyo iletişiminin ayrıcalığını bırakmaya niyetli olmaktan uzak duran çeşitli devletler, yeni tekniği ulusal şebekelerle uluslararası işbirliğini bir araya getiren model çerçevesinde kurarlar.”³⁷ (Marconi’nin öldüğü günün ertesinde, 21 Temmuz 1937’de, dünyadaki tüm radyo istasyonları, bir iki dakikalığına sessizliğe gömüldüler. Bu, radyo tarihinde benzerinin bir daha hiç yaşanmadığı bir andır.)

Yüzyıl başından itibaren önce ABD’de ve ardından İngiltere’de radyolar evlere girmeye başlamıştır. Ama gerçek başlangıç Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra oldu. (Marconi şirketi istasyonu, ilk yayını 14 Şubat 1922’de yapar. Bu, yarım saatlik bir konser yayınıdır.) Henüz, kendi vericilerini imal eden radyo heveslisi telsizci kitlenin hazırladığı amatör programlardan başka, ortada sistemli bir yayın yoktur. Yayınların çok sayıda ve tanımlanmamış alıcıya doğru yönelmesi için, yirmili yılları beklemek gerekecekti. Sistemli yayın yapan radyo şebekeleri 1920’li yıllarda aşağı yukarı aynı anda tüm sanayileşmiş ülkelerde yaygınlaşmaya başlar. “Bu yayın biçimi, radyo iletişimi teknolojisinin dönüşümlerinden ve radyo elektrik malzemesi yapıp savaş süresinde üretimlerini büyük ölçüde geliştirmiş olan büyük şirketlerin sivil pazarlara yönelme zorunluluğundan doğar.”³⁸ Radyo teknolojisi, kolayca sanayileşip sektör haline gelebilecek bir arz-talep sistemine olanak verir. Zaten bu işin ilgili ülkelerdeki öncüleri de, ABD’de General Electric ve Westinghouse, Almanya’da Telefunken ve Siemens gibi, elektrik ve elektronik malzeme üreticisi şirketlerdi.

³⁶ David Crowley/ Paul Heyer, *age*. s.309

³⁷ Fredric Barbier/ Catherine B.Lawenir, *age*. s.148

³⁸ Fredric Barbier/ Catherine B.Lawenir, *age*. s.226

Radyo, 1920’li yıllarda, teknik malzeme temininden program üretimine, vergi ve reklam geliri gibi finansman sorunundan denetim ve kontrol sistemine dek bir yığın sorunla birlikte gelişmekteydi. Her ülke bu sorunları farklı biçimde çözdü. O nedenle, radyonun gelişimini izlemek için, “önce kamu sektörüyle özel sektörün bu yeni medyayı hangi hassas dengelere göre sahiplenmeye çalıştıklarına bakmak, sonra hükümetlerin ve siyasi çevrelerin sadece kendi çıkarları için kullanmak isteyecekleri kadar büyüleyici ve özgürlüğünü kısıtlamak isteyecekleri kadar korkutucu görünen bu iletişim biçimi karşısında nasıl tepki verdiklerini değerlendirmek” gerekir.³⁹ Tüm bu sorunlar üzerine farklı ülkelerde geliştirilen tercihlerin hepsi, ilgili ülkelerin iktisadi, sosyal ve siyasi yapılarının elverdiği koşulların neticesiydi.

Radyo yayını, iletişim tarihinde yeni tartışma konuları ve perspektifler açarak, yerini daha sonra televizyona bırakacağı bambaşka bir insan ve iletişim aracı ilişkisi ortaya koyar. “1930’lara dönüp bakacak olursak, radyoya kaşı alınan tutumların ve onun ortaya çıkardığı etkilerin, 1950’lerde televizyonun altın çağı yaşanırken gerçekleşecek olanlarla paralellikler taşıdığını görebiliriz.”⁴⁰

Televizyonun gelişimi de, sinema gibi, hareketli görüntü kaydı ve aktarımına, bağlıdır. İnsanlar uzun süreden beri uzağa resimler göndermenin hayalini kuruyorlardı. İlk etapta söz konusu olan, sabit resimlerdi. İtalyan Caselli’nin icadı olan ve elyazısı kısa mesajlar ile çizgi halinde resimler gönderen *pantelegraf* 1856’da kullanılmaya başlanmış, fotoğraflar gönderebilen *belinograf* savaştan önceki yıllarda tasarlanmıştı, ama bunlar televizyonun değil, daha çok, faks makinesinin ataları sayılmalıdır.

“Televizyon, fotoelektrik, yani bazı cisimlerin bir elektron ışınmasını elektrik enerjisinden ışık enerjisine dönüştürme kapasitesi üzerine yapılan keşiflerden doğdu. Aşılması gereken en büyük güçlük, elektronik taramaydı.”⁴¹ Edouard Becquerel’in 1873 yılında yaptığı deneyler, kablo sistemiyle bir tarama tekniği ile görüntü gönderiminin olanaklılığı ortaya konmuştu. Ancak bu teknik, uzun süre sadece tek tek resim göndermede kullanılacak, bununla sınırlı kalacaktı. Oysa televizyon tekniği, hareketsiz resimler gönderme tekniğinden farklıdır. “Shelford Bidwell’in ortaya koyduğu yapıya göre, bir ışık ile yukarıdan aşağıya ve sağdan sola taranan görüntüler dizisi, elektrik dalgaları ile güçlendirilerek kablolar aracılığıyla ya da

³⁹ Jean-Noel Jeanneney, **Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi** (ç.Esra Atuk), YKY, İstanbul 2009, s.145

⁴⁰ David Crowley/ Paul Heyer, **age**, s.302

⁴¹ Jean-Noel Jeanneney, **age**, s.261

havadaki radyo dalgalarıyla tekrar ışık sinyallerine dönüştürülür. Onların insan gözüne gözükme kapasitesi görüntüye bağlı olan bir ekran üzerine tam ve hareketli bir resim olarak şekillenmesi ile ortaya çıkar.”⁴²

Kitlesel televizyon için anahtar olacak elektronik tarayıcı, 1908 yılında Campbell Swinton tarafından tanımlanmıştır. Bundan daha önce, 1907 yılında St. Petersburg’da Boris Rosing, bir katot tüpünü alıcı olarak kullanarak elde ettiği televizyon sisteminin patentini almıştı. Bolşevik Devrim’den sonra, Rosing’in öğrencilerinden olan Vladimir Zworykin ABD’ye iltica ederek, 1923 yılında tam bir elektrikli televizyonun patentini almıştır. Ama İskoçya doğumlu John Logie Baird (1888-1946) bu yeni cihazın gerçek mucididir. “Baird’in genç asistanı V.R.Mills, kendi parmaklarını ilk kez olarak ekran üzerinde gördüğü zaman büyük bir heyecan yaşamıştır. Ofisboy olarak çalışan William Taynton’ın başı ve omuzları ekrana yansıdığı zaman ise heyecanları bir kat daha artacaktır. Baird, memnuniyetini Taynton’a bir miktar bahşiş vererek göstermiştir.”⁴³ BBC ile yapılan uzun görüşmelerden sonra 30 Eylül 1929 tarihinde Baird, bir deneysel televizyon yayınının gerçekleştirilmesine izin vermiştir. Buna paralel olarak, Baron Manfred von Ardenne öncülüğünde Alman mühendisler, Baird’in katot tüpüne dayalı 30 çizgilik sistemi karşısında 60 çizgili ve tümüyle elektronik bir sistem üzerinde çalışıyorlardı. Ama Baird ile çalışmış mühendislerden biri, Jim Percy, onun çalışmalarını uzun dönemli bir bakış açısıyla değerlendirerek haklı bir yargıya varmıştır: “O, mekanik çağın, tekerleklerin ve çarkların terimleriyle düşünüyordu” diyor Jim Percy; “O, elektronik çağ ile ilgili değildi. Bir katot tüpünün nasıl çalıştığını güç bela biliyordu. Fakat o bir talep yaratmıştı. Eğer onun 30 çizgilik resimleri Londra boyunca hareket etmeseydi, biz savaştan önce bu ülkede televizyona sahip olmazdık. O, nasıl yapılması gerektiğini belirleyemese de, televizyonun *yapılabileceğini* kanıtlamıştı.”⁴⁴ Nitekim çeşitli Avrupa ülkelerinde, bir Baird olmaksızın, elektronik televizyon kolayca ortaya çıkmıştı.

Bütün bu faktörler düşünüldüğünde, anlaşılabacaktır ki, “televizyonun geleceği, bireysel buluş adamları değil, büyük organizasyonlar tarafından belirlenecektir.”⁴⁵

⁴² Asa Briggs/ Peter Burke, **age**. s.195, 196

⁴³ Asa Briggs/ Peter Burke, **age**. s.198

⁴⁴ Asa Briggs/ Peter Burke, **age**. s.200

⁴⁵ Asa Briggs/ Peter Burke, **age**. s.198

1920'lerin sonlarından itibaren televizyon cihazları satışa sunulmaya başlanmıştı, ama asıl “Televizyon Çağı” 1950'li yıllara kadar başlamayacaktı. “İlk dönem, radyonun dışında yapılan deneyler dönemi, İkinci dünya Savaşı nedeniyle uzamıştır. Savaş, radyoyu, medyaların kralı tahtına oturtarak ne kadar kayırdıysa, televizyon da bundan o kadar sıkıntı çekti, zira teknik atılımı, mühendislerin çabaları başka yöne kaydığından sekteye uğramıştı. Savaş patladığında, teknik açıdan savaşan ülkelerin işine yarayacak kadar gelişmiş değildi.”⁴⁶

İkinci dünya Savaşı öncesinde yaşanan bu emekleme döneminde, dört ülke, deneylerin niteliği, çeşitliliği ve canlılığıyla diğerlerinden ayrılıyordu. İngiltere, yine başı çekiyordu. BBC, 2 Kasım 1936'dan itibaren 405 satırlı bir sistemle halka yönelik yayınlar yapmaya başladı. 1939'da Londra bölgesinde süresi haftada yirmi dört saate çıkan yayınları alabilen 20.000 televizyon alıcısı bulunuyordu. ABD'de, Aralık 1941'de ülke savaşa girdiği sırada bile şahıslara ait sadece 5.000 televizyon alıcısı bulunuyordu. Ama ilerleyen yıllarda ABD kesin bir üstünlük elde edecekti. Ülkedeki televizyon alıcısı sayısı 1945'te 10.000'e, 1950'de büyük bir sıçrama yaparak 4 milyona, 1952'de 15 milyona ulaşacaktı. İngiltere'de gelişme, Amerika'dakine göre daha yavaş, ama Avrupa kıtasındakine göre daha hızlı biçimde oldu.

Televizyon çağının gerçek başlangıcı 1945 yılına, İkinci Dünya Savaşı sonrasına denk düşer. Televizyonun iki savaş arası dönemdeki teknik olgunlaşması görece uzun sürer ve bu araç ancak 1950'li yıllarda yeni bir kitle iletişim aracı olarak ortaya çıkar.⁴⁷ Üstelik televizyon, başlangıçta sadece yerel/ulusal yayınla sınırlıydı, uluslararası yayın ve enformasyon imkânını halen radyo sunmaktaydı. Ancak savaş sonrası yıllarda öyle hızlı bir yaygınlaşma gösterdi ki, bu yeni kitle iletişim aracına yönelik övgüler, birkaç on yıl önce radyonun erdemlerini yüceltenlerin sarf ettiği sözleri neredeyse aynen içeriyordu. O artık, “insanın gerçekten evrensel olan ilk aracı ve uzantısıydı”.⁴⁸

Bugün televizyon, yaklaşık 150 yıl önce telgrafla başlamış olan bir insanlar arasında bir “eşzamanlılık” ve “ortak varolma gösterisi”ni sürdürmektedir. Bu iki unsur, kamusal yaşama ayrılan mekânı kurma ve ortak bir kamu yaratıp bunun sürekliliğini sağlama işlevini neredeyse artık tamamen iletişim araçlarının bir rolü haline getirmiştir. İletişim araçları bu alanda oynadığı etkin rolde ortak bir değerler ve temsiller bütününe sahneye koyar.

⁴⁶ Jean-Noel Jeanneney, *age*, s.260

⁴⁷ Frederic Barbier/ Catherine B.Lavenir, *age*, s.257

⁴⁸ David Crowley/ Paul Heyer, *age*, s.458

Televizyonun buradaki başat rolü ve yarattığı yeni kamusal alan biçimi, bilgisayar temelli yeni iletişim teknikleri karşısında sorgulanır olmuştur.

II.3.Yeni İletişim Teknolojileri ve Ortamları

Günümüzde, yeni iletişim ortamları yeni medya olarak adlandırılmaktadır. Yeni medya kavramı 1970'lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Ancak 70'lerde değinilen anlam, 90'larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır⁴⁹. Başka bir tanıma göre yeni medya, bütün bilinen farklı ortamları bir araya toplama yetisine sahip bir özelliktedir. Buna "multi-medya" ya da çoklu ortam denilmektedir. Metin, durağan görüntü, hareketli görüntü, ses gibi ortamların birliktelikleri bu özelliği meydana getirmektedir.⁵⁰ Yeni medya, yeni hizmetler sunan ya da var olanları geliştiren mikro elektronik, bilgisayar ve telekomünikasyon uygulamalarıdır. Yeni medyayı eskisinden ayıran en önemli unsur, fiziksel atomların yerine sayısal 'bit'lerin iletimidir. Medya tüketicisi için yeni ve eski medya arasındaki temel fark, kullanıcı kimliğine ilişkin olarak, daha fazla kontrol ve seçim olanağıdır. Medyanın yeni medya olarak ele alınması gerçekte, iletişim ve bilişim sektöründeki teknolojik gelişmelerle ilgilidir. Bu teknoloji, "yeni iletişim teknolojileri" olarak da adlandırılmaktadır.

Bilgisayar ve telekomünikasyon ağları, dünyayı çevreleyen yeni ve yapay bir iletişim atmosferi oluşturmuştur. Radyo linklerinden, uydu bağlantılarından ve kablo şebekelerinden oluşan bu yapay atmosfer, bütüncül ve dünyayı saran bir doku gibi, bir yerden başka bir yere sürekli sesli, görüntülü ve yazılı bilgi iletmektedir. Bu büyük bilgi akışına rağmen, donanım, yazılım ve endüstriyel tasarım, dilbilimi ve bilişim alanlarında çalışan uzmanlar, daha çok miktarda enformasyonun hareket edebileceği, daha kolay kullanılabilen aygıtlar geliştirmek için çalışmalar yapmaktadır.⁵¹ Amaç, televizyon kadar basit olan, ancak anında dijital dünyaya bağlanabilen yeni iletişim ve teknolojileri üretmektir.

⁴⁹ Nemci Emel Dilmen, "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları", *Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı 12, s.114

⁵⁰ Nemci Emel Dilmen, *age*, s.115

⁵¹ Serhat Baştan, *Yeni İletişim Teknolojilerine Örgüt Yapısı İçinde Uyum Sorunu*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir 2000, s.17

Günümüzde yeni iletişim teknolojileri, alışılmış radyo ve televizyon yayınlarının güçlerini aşan boyutlara ulaşmış durumdadır. Yeni iletişim teknolojilerinden ilk akla gelenler; videotext, teletext, kablolu televizyon, veri iletişim, elektronik mektup, iletişim uyduları, çoklu ortam ve internet sistemleri vb. gösterilmektedir. Dijitalleşme ve teknik ilerlemeler, yeni iletişim teknolojilerine yönelik doğrudan etkilere sahip olmaktadır.

Özellikle:⁵²

- * Bilgisayar kapasitesi, iletişim ağları ve bilgi depoları ve düzeltme sistemleri geçmişteki bilgi teknolojilerinden daha hızlı artmakta ve görece küçük giderler için standart ekipmanlarla muazzam bir şekilde artmaktadır.
- * Telekomun fiyatlarındaki önemli azalmaya paralel olarak dijital dönüşüm ve bilgisayar ekipmanlarının değeri giderek azalmaktadır.
- * Yeni iletişim teknolojileri tarafından sağlanan servislerdeki düzenleme hızlı bir şekilde genişlemekte ve genişlemeye devam etmektedir. Faks, cep telefonu, e-posta ve masaüstü bilgisayarlardaki sürekli güncellenen yazılımlar için iletişimde sanal kişisel ağlar ve bilgisayar ağları örnek olarak verilebilir.
- * Yukarıda belirtilen yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internet, hem bilgiye ulaşmak hem de genel nedenlerle yeni iletişim teknolojilerinin kapasitesinin dönüşümünü sağlamaktadır.

İnternet, özellikle de web, iş ve yaşam alanımızın her noktasına bilgiyi gönderme ve erişirme özelliği bakımından bir iletişim devrimi gerçekleştirmiştir. Bu devrimle beraber, veri değişimi ve analizinin kolaylaşması söz konusu olmuş ve küresel iş döngüsü hızlanmıştır.

Öte yandan bu teknolojinin kullanımı tüm dünyada çok hızlı bir şekilde artmaya devam etmektedir. Özellikle 1990'lı yıllardan sonra internet, gerek hız gerekse erişim açısından iletişim gücünün artması ile kitle iletişim araçları arasında önemli bir yere sahip olmuştur. Morgan Stanley'nin 2004 yılında yaptığı bir araştırmaya göre; diğer iletişim araçları

⁵² David Souter, **The Role of Information and Communication Technologies in Democratic Development**, Comford, Vol. 1, No. 5, 1999, s.409

ile karşılaştırıldığında 50 milyon kullanıcıya ulaşma süresinin radyonun 38 yıl, televizyonun 13 yıl, internetin ise 5 yıl olduğu saptanmıştır.⁵³

Uygarlığın “en büyük düşman”ı olan “mesafe”ye karşı enformasyon devriminin verdiği savaş, telsiz telgraf, telefon, radyo ve televizyon sürecinden geçerek bugün internetin öncülük ettiği “yeni iletişim teknolojileri” ile sürmektedir. Burada anahtar kelime ‘yeni’ kelimesidir. Ne de olsa 133 yıl önce icat edilen telefon da bir iletişim teknolojisidir. Telgraf, televizyon gibi teknoloji ile iletişimin bütünleştiği tüm araçlar, ilk ortaya çıktıklarında yeni olarak adlandırılmışlardır. Yeni iletişim ortamları dendiğinde, günümüzde akla ilk olarak bilgisayar-internet-cep telefonu üçlüsü gelmektedir. Ancak elbette ki yeni iletişim teknolojileri yalnızca bunlarla sınırlı değildir. Fakat en dikkat çeken değişiklikler bu teknolojilerde göze çarpmaktadır.

“Yeni medya, bir bölümü bilgisayarlara (bilgi-işlem) özgü işlemleri, bir bölümü ise iletişim araçlarına (haberleşme-telekomünikasyon ve yayıncılık) özgü yapıları barındıran iki yönlü, ‘melez’ bir medyadır. Dolayısıyla yeni medya kavramı, iletişim araçlarının daha çok günümüze(bir gelişim ya da sürekli yenilenme süreci anlamında da geleceğe) özgü olanlarını nitelendirmek için kullanılmaktadır. Günümüzde geleneksel iletişim araçlarından ayrı duran sayısal televizyon, internet, GSM, WAP, GPRS, CD, VCD, DVD, etkileşimli CD, çift taraflı CD (bir yüzü CD, diğer yüzü DVD) ve benzeri yeni medya teknolojileri, kitle iletişim araçlarından nicel anlamda farklı bir teknolojiyle, sayısal teknolojiyle üretilmişlerdir. Dolayısıyla da yeni medya sayısal ağlara bağlanabilme, bu bağlantının, yani karşılıklı işleyen (two way communication)-(Etkileşimli) akışkan bir ağın sağladığı çoklu ortam (çok-medyalılık) özelliklerini kullanıcıya yeni hizmet seçenekleri olarak sunabilme olanağına sahiptir.”⁵⁴

Günümüzde yukarıdaki gibi ayrıntılı bir tanım bile yapıldıktan bir sonraki gün yetersiz kalabilmektedir. Var olanlarının hızla geliştiği bir teknoloji gurubu olması dışında, her gün yepyeni teknolojilerin çıktığı ve daha uygun kelimeler, terimler bulunmadan hızlı bir şekilde kullanıma girdiği görülmektedir. “Böylesi bir durumda her geçen sene içinde gelişme gösteren bu teknolojilere yeni bir tanımlama getirmek gerekecektir. Bunun yanı sıra eski ve

⁵³ Özden Pektaş Turgut, “İnternet Reklâmlarında Tasarım Sorunları: Banner Reklamlar Üzerine Bir İnceleme”, <http://inet.tr.org.tr/inetconf10/bildiri/12.doc> 12.02.2010

⁵⁴ N. Törenli, **Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara 2005, s.87

yeni medya arasındaki farkları ortaya koymak gerekmektedir. Bir başka deyişle yeni medyayı ‘yeni’ yapan temel prensipleri ve özellikle gözden geçirmek gerekmektedir.”⁵⁵

İletişim teknolojilerinde yeniyi vurgulamak içinse, genel olarak kelimenin önüne getirilen “e” harfi kullanılır. Necmi Emel Dilmen, “Bireyselleşen Küre” adlı çalışmasında bu durumu şu şekilde açıklamıştır: “Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanımı ve yükselişi, toplumsal anlamda dönüşümlere yol açmakta ve bu süreç karşımıza ‘yeni’ kavramlar çıkarmaktadır. Bireyselleşme de bu yeni kavramlar içine sığdırılmaktadır. Her alanda yaşanan bu dönüşüm de, ticaret, eğitim, kamu hizmetleri gibi olgular e-ticaret, e-iş, e-eğitim, e-devlet gibi isimler olarak ‘elektronikleşmekte’dir. Kavramların önüne getirilen ‘e’ harfi ile bu dönüşümün gerçekleşmiş olduğuna inanılmaktadır.”⁵⁶

II.3.1. Yeni İletişim Teknolojisinin Kısa Tarihi

Günümüzde basın, televizyon gibi kelimelerin yerini almaya başlayan yeni medya, yani yeni iletişim ortamları, başlangıçları yirminci yüzyılın ilk yarısına gitse de kullanıcı açısından son yirmi yıl içinde yaygınlaşan, sayısal, çoğunluğu internet bağlantılı, genellikle çoklu ortam ve etkileşime açık teknolojiler kullanılarak bilgi, haber, enformasyon akışının sağlandığı ortamlardır.

Yeni iletişim ortamını etkin biçimde belirleyen, olanak ve sınırlarını tayin eden teknoloji, hiç şüphesiz, bilgisayardır. Kesin tarihiyle ilgili tartışmalar olmasına rağmen, ilk bilgisayarın 1930’lu yılların ikinci yarısında kullanıldığı bilinmektedir. Kişisel bilgisayar lafını ilk olarak 1975 yılında Ed Roberts’ın Altair 8800 için kullansa da ilk kişisel bilgisayar 1971 yılında 750 dolara satışa sunulan Kenback-1’dir. İlk PC ise IBM’in 1981 yılında piyasaya sürdüğü IBM PC’dir. Aynı firma 1984 yılında yaklaşık 13,5 kiloluk ilk taşınabilir bilgisayarı, 1986’da yaklaşık 5,5 kiloluk ilk diz üstü bilgisayarı (laptop) ve 1994’te de Thinkpad adıyla, içine CD_ROOM entegre edilmiş ilk notebook’u piyasaya sürmüştür.⁵⁷

⁵⁵ Necmi Emel Dilmen, *age.*, s.114

⁵⁶ Necmi Emel Dilmen/Sertaç Ögüt, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildirimleri**, 2006, s.19

⁵⁷ www.computerehope.com (t.y.) *When Was The First Computure Invented* 10.01.2010

“Onlar(bilgisayarlar) başlangıçta yalnızca hesap makinesi olarak düşünölmüştü ve 1970’li yılların başına kadar işlemleri olmamıştır.”⁵⁸ 1971’de İntel’in mikro işlemciyi, yani çipe yerleştirilmiş bilgisayarı icat etmesiyle bilgi işleme gücü her yere monte edilebilir hale gelmiştir.⁵⁹

Bilgisayarların evlere, kişilere yayılmasıyla beraber artık bir “bilgisayar uzmanı” olmadan da bu teknolojiiden faydalanabilme gerekliliğı baş göstermiştir. Kullanıcılarının kodlarla uğraşmadan, hatta “tıklayarak” kullanabilecekleri yazılımlar yine daha kolay anlaşılır ve kullanılır ara yüzlerle desteklenmiştir. Defter-kalem gibi rahat bir alışkanlıkla kullanılabilen bir alet olma yolunda ilerledikçe, kullanıcı ve cihaz sayısı artmıştır. Mektupların yerini e-postalar, gazete ve dergilerin yerini internet siteleri, bahçede topla oynamanın yerini Half-Life (counter strike) gibi gerçek kişilerle eş zamanlı bilgisayar üzerinden oynanan PC oyunları almıştır. Her sabah mutlaka kontrol edilen e-postalar, sürekli açık internet bağlantılı ekranda akan enformasyon derken;internetle yaptığı iş birliğı sayesinde, bilgilenmeden eğlenceye,iletişimden depolama görevine kadar hayatın her alanında vazgeçilmez bir hal almasıyla bilgisayarlar, önce “diz üstü” sonra “avuç içi” olmuşlardır. Artık neredeyse üretilen tüm yeni iletişim teknolojileri bilgisayar teknolojilerini (ve interneti) barındırır hale gelmiştir. Örneğın bu gün cep telefonları da bilgisayarların sahip olduğı birçok işlevi yerine getirebilmektedir ya da tam tersi, ufak, avuç içi bilgisayarlar aynı zamanda telefon özelliğine de sahiptir.

Yeni iletişim ortamını etkin biçimde belirleyen, olanak ve sınırlarını tayin eden bir diğer teknoloji ise cep telefonu 3 Nisan 1973 yılında Motorola’dan Dr.Martin Cooper tarafından lanse edilmiştir. Cooper elinde telefonu, Bell Laboratuvarları’ndan bir arkadaşıyla konuşarak caddede, gazetecilerin önünde turlamıştır. 1980’lerde kullanılmaya başlanan ama hız, kapasite ve kapsama alanı açısında çok düşük seviyede olan bu cep telefonlarının yerini 2. Nesil (2G) olarak bilinen 1990’ların, mesaj da gönderen medya içeriklerinin indirilebildiğı telefon sistemleri almıştır. 1994 yılında Türkiye’de kullanılmaya başlanan GSM (Global System for Mobile Communications-Mobil İletişimler için Küresel Sistem) cep telefonları daha sonra biraz daha gelişerek internete erişim sağlama, video çekme ve gösterme gibi çeşitli özelliklere sahip olup, bir ara dönem oluşturmuşlardır. Bugün ise görüntülü konuşma yapılabilmesini sağlayan,sesten çok data iletimine odaklanan,sesin veri olarak taşındığı 3G

⁵⁸ Asa Briggs/Peter Burke, **age.**, s.302

⁵⁹ Manuel Castells, **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi**, (ç.E.Kılıç), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2005, s.52

telefonlar kullanılmaya başlanmıştır. 3G teknolojisi kısaca uydu aracılığıyla veri alıp gönderme üzerine kuruludur. 3G ile hem ses hizmeti, hem de veri aktarımı çok daha hızlıdır.⁶⁰

Bilgisayar ve cep telefonu buluşması ise, yepyeni teknik olanaklar yaratmıştır. Cep telefonu ile (PDA) bilgisayarlar arasında son dönemde görülmeye başlanan yöndeşme/yakınlaşma sonucunda, cep telefonu özelliği de kazanan avuç içi bilgisayarlardan, iki ayrı işletim sistemine sahip, dolayısıyla telefon, WAP, faks, e-posta vb. iletişim ağırlıklı işlevler yanında, adres defteri, ajanda, takvim, müzik, video, oyun ya da çeşitli ödemeleri yapmak (e-Cüzdan) gibi bilgisayar ağırlıklı işlevleri de yerine getiren “akıllı telefonlara” (smartphone) doğru hızlı bir gelişme yaşanmaktadır.⁶¹

Yöndeşme, önce ve en büyük etkiyi iki iletişim ortamında, telefon ve kişisel bilgisayarda yaratmıştır.⁶² Telefon hatları sayesinde internete bağlanabilen bir kişisel bilgisayar, uzunca bir süre enformasyon çağıyla ilgili en önemli gelişme olmuştur. Ama artık internetin dokunduğu her araç, yöndeşmeden nasibini almaktadır. Örneğin, interneti ve telekomünikasyonu da içine alarak gelişen yeni sayısal televizyonlar aynı zamanda izleyicilerine, hangi programı ne zaman seyredecekleri konusunda serbestlik getirmektedir. Bu bakımdan, yeni iletişim ortamları hem senkron (eşzamanlı), hem de asenkron(başka-zamanlı) bir medya olanağı sunmaktadır. Birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptirler. Aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırır.⁶³

İnternet uyumlu cep telefonlarından önce her bir platform kendi iletişim araç, alet ve donanımına, kendi uzmanlaşmış teçhizatına, kendine göre avantajlara, dezavantajlara sahipti. Bilgisayar ve GSM buluşması tüm bu platformları bütünleşmeye mecbur kıldı. Günümüz medyası, dijital alt yapıya sahip karma bir medyadır. Başlarda, telekomünikasyon amaçlı geliştirilen iletişim uydularının, televizyon yayınlarını da taşıy hale gelmesiyle ortaya çıkan uydu yayınları ya da bilgi-işlem ve telekomünikasyon olanaklarının bir araya getirilmesiyle oluşturulan data şebekeleri (örneğin: otomatik para çekme makineleri) yöndeşmenin ilk

⁶⁰ Bkz. N. Törenli, **age.**, s.118-119; Bkz. “History Of Mobile Phones”, www.inventors.about.com, 01.12.2009

⁶¹ N. Törenli, **age.**, s.119

⁶² Campbell,R./ C.R. Martin/ B.Fabos, **Media and Culture, An Introduction To Mass Cominication**, Bedford/St.Martin’s., Boston 2005, s.42

⁶³ Ü.Atabek, ”İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar”, Sevda Alankuş (der.) **Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya**, İstanbul IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul 2005, s.75; Haluk Geray, **age.**, s.19

sonuçları olarak belirlemiştir. “Günümüzde de televizyon, telefon şebekeleri, radyo, gazeteler, internet gibi iletişim öğelerinin çeşitli kombinasyonlarla birleşmesi sonucunda yeni iletişim ortamları ortaya çıkmaktadır. Sayısal televizyonlar ve mobil internet erişimli cep telefonları da yöndeşmenin sunduğu yeni teknolojilerdir.”⁶⁴

Artık, dünyadaki eğilim, tüm yeni iletişim teknolojilerini bir araçta toplamaya çalışmak ve bunun da taşınabilir ve aynı zamanda diğer insanlarla mutlaka sesli, aynı zamanda görüntülü, yazılı iletişim kurabilen bir alet olmasıdır. Artık cep telefonu diye satın alınan aletler aynı zamanda televizyon, kamera, fotoğraf makinesi, walkman/MP3 çalar, radyo, ajanda olmasının yanı sıra internete de bağlanabilen, yazı yazmaya, hesap ve listeleme yapmaya, e-posta alıp göndermeye yarayan çeşitli programları da kullanabilen, çeşitli verileri depolama işlevine de sahip olan bir bilgisayar görevi de görmektedir. Taşınabilir bilgisayarlar ama özellikle cep telefonları kullanıcılarının tüm bu avantajlardan faydalanmasını sağlamaktadır günümüzde. Bu da, iletişimde “çoklu ortam” (multimedya) denilen şeyi güçlendirmektedir. Çoklu ortam, mesaj alışverişinde birden çok iletişim biçiminin kullanıldığı ortamdır; veri, ses, metin, hareketli ya da hareketsiz görüntü, grafik, resim ve film gibi farklı iletişim elemanlarını bir iletişim şebekesi içinde bir arada bulunduran bir platformdur; insanla makine arasındaki iletişimin, insanın duygu ve ihtiyaçlarına mümkün olduğunca yakın bir hale getirilmesinin düzenlenme sürecini kapsar.⁶⁵

Yeni iletişim ortamının enformasyon aktarım sürecine ilişkin kendine özgü koşulları, avantajları söz konusudur. “Enformasyon süreci, bilginin ve haberin toplanması, depolanması, analiz edilmesi ve sunulması eylemlerini kapsayan bir süreçtir. İletişim, bilginin ya da haberin, bir yerden başka bir yere ya da bir işlemde diğerine transferi sürecidir. Günümüzdeki teknolojik gelişmelerin getirdiği bir önemli özellik de iletişim ve enformasyon sistemlerinin bir entegre şebeke içinde iç içe geçmeleridir.”⁶⁶ Yeni medya terimi, sayısal, bilgisayarlaştırılmış ya da ağlaştırılmış enformasyonu ve iletişim teknolojilerini içine alan bir terimdir. Yeni medya olarak tanımlanan çoğu teknoloji sayısaldır. Burada ortamın kodlardan yani matematiksel simge ve algoritmalarından oluşması kast edilmektedir. Böylece yeni ortamdaki bütün veriler sayılabilir ve programlanabilir bir hale gelmiştir. Bu önemli bir özelliktir, örneğin bu sayede bambaşka formatlarda ve ortamlarda bulunan içerikler, birbirine

⁶⁴ S.H. Tuncel, “Yeni İletişim Teknolojilerinde Yöndeşme ve Yerel Medya”, Sevdâ Alankuş (der.), **age.**, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul 2005, s.92

⁶⁵ Mehmet Özçağlayan, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, Alfa Yayınları, İstanbul 1998, s.146

⁶⁶ Mehmet Özçağlayan, **age.**, s.36

dönüştürülebilmektedir. Örneğin, dijital kamerayla çekilen bir görüntü bir görüntü, bir diske kaydedilip, bilgisayarda düzenlenip, internet ortamına uygun hale getirilip, televizyondan gösterilebilmektedir. Bu bakımdan, hem nakil hem depolama hem de kodlanmış içeriğin değiştirilip dönüştürülerek farklı ortamlarda kullanılabilir hale gelmesi açısından, yeni iletişim teknolojilerinin pek çok pratik faydasından söz edilebilir. Depolama ve taşınabilirliğe katkısı olan DVD ve CD'ler, hafıza kartları, çubukları, hem enformasyonu kaydetme, hem taşıma, hem de aktarma konusunda internet ve bilgisayar bağlantılı pek çok yeni iletişim ortamının kullanıma açılmasına olanak tanımaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri medyaya, kaydetme, saklama, depolama ve aktarma gibi her zaman kendi nitelikleri olarak geliştirmek ve aşmak eğiliminde olduğu teknik olanakların yanı sıra ve buna bağlı olarak, *kişiselleştirme*, *kitlesizleştirme*, *katılım* ve *etkileşim* gibi sosyal boyuta ilişkin hususlarda da çeşitli yenilikler getirmiştir ki onun toplumbilimleri açısından asıl önemi de buradadır.

Yeni iletişim teknolojileri daha bireysel seçeneklerin görülmesini ve duyulmasını sağlamaktadır.⁶⁷ Bu bakımdan, iletişim sürecini *kişiselleştirme* özelliğine sahiptir. Medya kullanıcıları artık edilgen değildir. Medyayı seçicilikle kullanmakta, kendi istediği mesajları, istediği şekilde ve zamanda almaktadır. Bu özellikler, yukarıda bahsettiğimiz asenkronluk özelliğiyle birleşmek suretiyle, okur, izleyici gibi kelimelerin yerini sürece katılmasının etkisiyle “kullanıcı” kelimesi almıştır. Kişiselleştirme denilince, asıl olarak kullanıcının istediği zamanı değil, istediği içeriği, istediği şekilde görebilmeyi seçebilmesi anlatılmak istenmektedir. Kullanıcı artık sadece istediği zamanı değil, ilgi duyduğu, almak istediği içeriği seçebilir, kendisine verilmesi, gönderilmesi amacıyla önceden seçebilir, vericiye belirtebilir, elindeki içerikleri istediği gibi düzenleyebilir.

Yeni iletişim ortamlarının kitlelere ulaşabilme gibi bir de *kitlesizleştirme* özelliği vardır. Büyük bir kullanıcı grubu, aynı ortamı kullanıyor olsa da, her bireyle özel iletişim kurulması sağlanabilmektedir. Örneğin aynı mail grubu içindeki binlerce kişiye aynı mesaj gönderilebileceği gibi, grup içinden on ya da bir kişiye de mesaj gönderilebilir. Alıştığımız televizyon, radyo gibi iletişim kanallarında bir mesaj (haberler, bir dizi, bir program, reklamlar) yayımlandığı anda bir grup tarafından izlenir. Bir kişiye özel mesaj gönderme

⁶⁷ Asa Briggs/Peter Burke, *age.*, s.296

olasılığı yoktur (yeni dijital televizyon yayınlarından bahsedilmemektedir).Yeni medyada ise kitlesel ve bireysel mesajlaşma, aynı ortam içinde mümkündür.

Yeni iletişim ortamının belki de en önemli özelliği katılım ve etkileşime açık, yani *interaktif* olmasıdır; yeni iletişim ortamı, tek taraflı ve düz doğrusal iletişim yerine, kullanıcının katılımını da sağlamaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin en tartışılan yönü, onun bu boyutudur, yani karşılıklı iletişim kurulan bir mecraı ifade ediyor oluşudur. Yeni iletişim teknolojileri, alıcı ile verici arasındaki kanalda karşılıklı iletişime ve etkileşime imkân sağlamaktadır. Geleneksel iletişim araçlarının hiçbirinde bu mümkün değildi. Yeni iletişim teknolojilerinin interaktivite olanaklarının geleneksel medyaya oranla çok daha gelişmiş olmasının en büyük nedeni yeni medyada alıcıyla verici arasındaki kanalda etkileşime olanak veren bir kanal ayrılmış olmasıdır. “Bu özellik, geleneksel iletişim araçlarının hiçbirinde yoktur. Örneğin, geleneksel radyo yayınları, kendi içinde etkileşime olanak tanıyan bir kanala belki de bugün için sahip değildir. Bu nedenle, canlı müzik istekleri programında bile, bir başka kanala, örneğin telefona gereksinme duymaktadır.”⁶⁸ Geleneksel kitle iletişim araçlarında da etkileşim vardır ancak “kitlesel iletişimde, geri iletim (feedback) sınırlıdır. Medyada sunulan mesajlar, sınırı önceden kesin olarak tasarlanamayan ve birbirinden çok farklı özellikler taşıyan alıcılara ulaşır. Medyada mesaj iletiminde “kanal” bilinmekle birlikte, kaynak ve alıcı açık olarak karşı karşıya değildir.”⁶⁹ Geri beslenme kanallarını kullanan geleneksel kitle iletişim araçlarında, kullanıcının (izlerin, okurun) mesajın oluşturulması sürecine katılımı neredeyse yok gibidir ya da daha yavaş ve “zorlu” bir yolun sonundadır. Okur mektupları, izleyicilerin telefon kanalıyla katıldıkları televizyon programları geleneksel medyanın etkileşim sürecine örnek olarak verilebilir.

Görüldüğü üzere, endüstriyel modernleşmenin ondokuzuncu yüzyıldaki teknolojik gelişimi, gündelik yaşam içinde kendisini bilişim teknolojisindeki büyük atılımlarla hissettirmiş, bilim ve teknolojilerdeki ilerleme toplumların yaşama evrenine güçlü ve etkin biçimde bu yolla girmiştir. Bu hızlı ve etkin gelişmelerle beraber, bu teknolojiyi üretecek, geliştirecek ve kullanacak ‘*insan*’ faktörünün önemi de hızla artmaktadır.

Turan ve Esenoğlu’nun çalışmalarında vurgulamış oldukları üzere, her yeni icat edilen teknoloji ve bu teknolojinin topluma yayılmasıyla birlikte kültürün bu araçlar tarafından yönlendirilmesi sonucu, gündelik hayatta çok çeşitli değişiklikler başgösterir. Kültür, teknik

⁶⁸ Haluk Geray, *age.*, s.18

⁶⁹ Şengül Özerkan, *Medya, Dil ve İletişim*, Martı Yayınevi, İstanbul 2001, s.75

ve toplum arasındaki ilişkinin açıklanması önemli bir soruyu gündeme getirmektedir: “Teknolojik gelişmeler, kültürleri oluşturup, onları değiştirebilir mi?”⁷⁰

Teknolojik gelişmeler bir kültür içinde var olmaktadır. Dolayısıyla bir kültür içinden var olan teknolojik gelişmelerin, yine kültürü etkilemesi beklenir. Headrick’in de değindiği gibi, iletişim ve eğlence teknolojileri dünyası enformasyon kültürü diye adlandırılmaktadır. ‘Enformasyon Kültürü’ teriminin kullanılmasının nedeni bu teknolojilerin ve parçası oldukları toplumsal yapıların, kültürde belki bir etkin köken ve coğrafya kadar belirleyici olmasıdır. Bu makineler ve onları kullanma biçimimiz çevremize, birbirimize, hatta kendimize yönelik duygu ve tavırlarımızı değiştirmiştir.

Kültür ve teknoloji ilişkisine dair bu türden sorgulamaların günümüzdeki odağı ise, hiç şüphesiz, internettir.

II.4.İnternetin Doğuşu ve Gelişimi

Bilgi ve haberleşme teknolojileri hızla gelişmekte ve bu teknolojiler arasında belki de en önemli yeri internet tutmaktadır. Ülkemiz internet kullanıcılığında onsekizinci yaşını doldururken (2011) her geçen gün uygulama alanını genişleten internetin gerek toplumsal, gerek sosyal, gerek ekonomik, gerek eğitim ve daha birçok alanda etkisinin de büyüdüğü ve genişlediğini görmekteyiz. İnternet kullanımı giderek yaygınlaşmakta, günlük yaşantımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Bu sırada internet kendi dilini, söylemini, yaşam tarzını, hukukunu oluşturmaktadır.

Dünyanın en büyük bilgisayar ağı olan İnternet dünya üzerinde mevcut milyonlarca ağın, birbiri ile ortak bir protokol çerçevesinde iletişim kurmasını ve birbirlerinin kaynaklarını paylaşmasını sağlayan iki ya da daha fazla yerel ya da geniş alan ağı arasında kurulan kaynak kümesidir. 1985 yılında kullanılmaya başlayan İngilizce internet sözcüğündeki “inter”, “arasında/ karşılıklı”, “net” sözcüğü ise “ağ” anlamına gelir. Bu durumda internet için ağlararası da denebilir. Bu iletişim ağında bilgisayarlar birbirlerine fiziksel olarak (kablolar, uydu bağlantıları, telsiz bağlantı ve benzeri bağlantılar ile bağlıdır ve geliştirilen bazı özel

⁷⁰ Selahattin Turan/ Cem Esenoğlu, “Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Bilişim ve Kitle İletişim Teknolojileri: Eleştirel Bakış”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2006, s.73

protokollerle (TCP/IP) birbirine bağı bilgisayarlar arasında bilgi paylaşımına dayalı birçok işler yapılabilir.

Sayısal ağları birbirine bağlayan internet, sayısal hale getirilen her türlü verinin (ses, görüntü, metin) bilgisayarlar yada yeni medya teknolojileri arasında kişisel-yerel-ulusal ya da küresel (özel, kamusal ya da yarı kamusal nitelikteki uluslar arası veri ağları) ölçekte kişisel bilgisayarlardan ve “akıllı” ev sistemlerinden ağ bilgisayarlardan (merkezi bilgisayar/server) kadar çok geniş bir yelpaze içerisinde alınıp verilmesini sağlayan (mesajın ve gideceği adresin küçük parçacıklar halinde taşındığı veri iletişimi), temelde şifrelemeye ve şifre çözmeye dayalı özel bir dil kullanan en geniş ölçekli çoklu ortamın (multi-media) adıdır.⁷¹

İlk bilgisayar ağları askeri amaçla gerçekleştirilmiştir. 1957’de Sovyetler Birliği’nin Sputnik uydusuyla ilk insanlı uzay seferini yapmasıyla birlikte Amerikan Ordusu ileri teknoloji kurumları telaşlanmıştır. ABD kendi savunması için “bir kısmı teknoloji tarihini değiştiren, geniş ölçekte Enformasyon Çağı’nın öncüsü olan bir dizi kararlı girişimde bulunmuş” ve ABD Savunma Bakanlığı’na bağı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (ARPA-Advanced Research Project Agency) kurulmuştur. Soğuk savaş döneminde ise ARPA, İleri Savunma Projeleri Ajansı (DARPA-Defence Advanced Research Project Agency) olarak yapılandırılmıştır. Amaç nükleer saldırıdan etkilenmeyecek bir iletişim sistemi tasarlamaktır. Bu açıdan bakıldığında, internetin kökenini 1962 yılında J.C.R. Licklider’in Amerika’nın en büyük üniversitelerinden biri olan Massachusetts Institute of Technology’de (MIT) tartışmaya açtığı "Galaktik Ağ" kavramında bulabiliriz. Licklider, bu kavramla küresel olarak bağlanmış bir sistemde isteyen herkesin herhangi bir yerden veri ve programlara erişebilmesini ifade etmişti. Licklider 1962 Ekim ayında Amerikan Askeri araştırma projesi olan İleri Savunma Araştırma Projesi’nin (DARPA -Defense Advanced Research Project Agency) bilgisayar araştırma bölümünün başına geçti. MIT’de araştırmacı olarak çalışan Lawrence Roberts ile Thomas Merrill, bilgisayarların ilk kez birbirleri ile 'konuşmasını' ise 1965 yılında gerçekleştirdi. Paket-anahtar iletişim teknolojisine dayanan bu sistemle dijital teknoloji, ses, görüntü ya da veri dahil her tür mesajın paketlenmesini sağlayan bağlantıları kontrol merkezlerini kullanmaksızın iletebilen bir ağ ortaya çıkmıştır. Böylece ilk bilgisayar ağı

⁷¹ N.Törenli, *age.*, s.115

denebilecek olan ARPANET oluşturulmuştur. Ortaya çıkan ağ yapısı ise internet protocol (internet protokolü)olarak adlandırılmıştır.⁷²

ARPANET çerçevesinde ilk bağlantı 1969 yılında dört merkezle yapıldı ve ana bilgisayarlar arası bağlantılar ile internetin ilk şekli ortaya çıktı. ARPANET'i oluşturan ilk dört merkez University of California at Los Angeles (UCLA), Stanford Research Institute (SRI), University of Utah ve son olarak University of California at Santa Barbara (UCSB) idi. Kısa süre içerisinde birçok merkezdeki bilgisayarlar ARPANET ağına bağlandı. 1971 yılında Ağ Kontrol protokolü (NCP-Network Control Protokol)ismi verilen bir protokol ile çalışmaya başladı.

1972 yılı Ekim ayında gerçekleştirilen Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansı (ICCC- International Computer Communications Conference) isimli Konferansta, ARPANET'in NCP ile başarılı bir demonstrasyonu gerçekleştirildi. Yine bu yıl içinde elektronik posta (e-mail) ilk defa ARPANET içinde kullanılmaya başladı. Elektronik posta hizmeti de, 1970'lerin başında DARPA'nın katkılarıyla geliştirilmiş ve 1990'lara kadar genellikle askeri amaç için kullanılmıştır.

NCP'DEN daha fazla yeni olanaklar getiren yeni bir protokol, 1 Ocak 1983 tarihinde İletişim Kontrol Protokolü (Transmission Control Protokol/ internet protokol - TCP/IP) adıyla ARPANET içinde kullanılmaya başladı. TCP/IP bugün var olan internet ağının ana halkası olarak yerini aldı. 1980li yılların ortasında Savunma Bakanlığı'na bağlı (DoD) Amerikan askeri bilgisayar ağı, ARPANET'ten ayrıldı ve MILITARY NET adı ile kendi ağını kurdu. 1986 yılında Amerikan bilimsel araştırma kurumu 'Ulusal Bilim Kuruluşu' (NSF), ARPANET için ülke çapında beş büyük süper bilgisayar merkezi kurulmasını içeren kapsamlı bir öneri paketi öne sürdü. ARPANET Amerikan hükümetinin sübvansiyonu ile NSFNET olarak düzenlendi.

Bu arada ARPANET kullanıcıları dışında da çok geniş bir araştırmacı grup bulunmaktadır: 1979 yılında oluşturulan, kar amacı gütmeyen Bilgisayar Bilimi Araştırma Şebekesi (CSNET). 1985 yılında DARPA bu şebekeye bağlanmıştır. ARPANET, 28 Şubat 1990'da kapatılmıştır ve internet adı altında önce ABD'deki üniversitelere daha sonra da genel kullanıcılara açılmıştır. İnternetin dünyaya açılmasını sağlayan en önemli buluş

⁷² Manuel Castells, *age*.,s.58; Haluk Geray, *age*.,s.21

İsviçre'deki bir fizik araştırma enstitüsü olan CERN'den (Conseil Européen Pour La Recherche Nucleaire-Nükleer Araştırmalar için Avrupa Konseyi) bir İngiliz olan Tim Barners-Lee'nin kurduğu World Wide Web (www) isimli sistemdir. Kendi bilgisayarının başka bir bilgisayar ile bağlantı kurması noktasından hareket eden Barners-Lee'nin bu buluşu ile “her yerde bulunan bilgisayarlardaki depolanmış bilgilerin hepsi birbirine bağlanmış”tır.⁷³

Berners Lee, ağın sahihsiz, açık ve ücretsiz olacağını düşünmüştü. Oysa Amerikalı girişimciler, interneti kar elde etmek amacıyla geliştirmişlerdi. Berners-Lee, yalnızca onun küresel kullanım potansiyeli üzerinde kafa yoruyordum. Time Dergisi onun ağın babası olduğunu ve başarısının neredeyse ‘Gutenberg’inkine eşit olduğunu yazmıştı. O, yalnızca elit tabakanın kullanabileceği güçlü bir iletişim sistemi kurmuştu ve onu bir kitle aracına dönüştürmüştü.⁷⁴

İnterneti çağın haberleşme ortamı yapan ise 1980’de Amerika’da bilgisayar iletişiminde standart hale gelen, ilk olarak 1978’de uygulanan TCP/İP (Transmission Control Protocol/İnternet Protocol-Aktarım Denetim Kuralı/İnternet Kuralı) isimli, sunucudan sunucuya ve ağlar arası protokol de diyebileceğimiz dosya iletişim protokolüdür. “TCP/İP, özde makinelerin konuşmasını sağlayan işletim sisteminden ve ya uygulama yazılımlarından bağımsız bir kuraldır. Bu özelliği sayesinde, cep telefonu, kişisel bilgisayar veya bir saat dahi internete bağlı diğer cihazlarla konuşabilir.”⁷⁵

Ülkemizde internet 12 Nisan 1993 tarihinde kullanılmaya başlanılmıştır. 1991 yılında ODTÜ (Orta Doğu Teknik Üniversitesi), TÜBİTAK’a (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) TR-NET (Türkiye İnternet Proje Grubu) projesini sunmuştur. Çeşitli çalışmaların yapılması, teknik araçların kapasite artırımı ve yurt dışından alınacak izinler gibi konular da halledildikten sonra 5 Nisan 1993’te PTT (Posta Telefon Telgraf) 64 kilobitlik hat sağlamış ve 12 Nisan’da da 64 K’lık bu hat ile Washington NSFNET (İnternet Omurga Ağı) üzerinden internet bağlantısı gerçekleştirilip kullanıma açılmıştır. Bu hat uzun bir süre, ülkenin tek çıkışı olmuştur.⁷⁶

⁷³ Asa Briggs/ Peter Burke, **age.**, s.332-333

⁷⁴ Asa Briggs/ Peter Burke, **age.**, s.333-334

⁷⁵ Manuel Castels, **age.**, s.61

⁷⁶ <http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php> 12.02.2010

Türkiye’de internet, öncelikle, akademilerde yaygınlaşmıştır. Ege Üniversitesi’nden olan bağlantı, 1994 başlarında, 64kbit/san. hızı ile gerçekleştirilmiştir. Ardından sırayla, Bilkent Üniversitesi (1995 Ekim), Boğaziçi Üniversitesi (1995 Kasım) ve İTÜ (1996 Şubat) bağlantıları gerçekleşmiştir. 1996 yılı Ağustos ayında da Turnet çalışmaya başlamıştır.

1997 yılına gelindiğinde, akademik kuruluşların internet bağlantısını sağlayan ULAKNET çalışmaya başlamış ve üniversiteler nispeten hızlı bir omurga yapısıyla birbirlerine bağlanmış ve internet kullanır hale gelmişlerdir. 1999 yılı içerisinde, ticari ağ altyapısında büyük değişiklikler olmuş ve TURNET’in yerini TTNNet adında yeni bir oluşum almıştır. 2000’lerin başında; ticari kullanıcılar TTNNet omurgası üzerinden; akademik kuruluşlar ve ilgili birimler de Ulaknet omurgası üzerinden internet erişimine sahiptir. Ayrıca bu iki omurga arasında yüksek hızlı bağlantı mevcuttur.

İnternet’in önemi Türkiye’de çok kısa bir zaman zarfı içerisinde fark edilmiş ve yaygınlaşmıştır. 2000 yılında kullanıcı sayısı 1.785.000 olan internetin yalnızca bir yıllık bir sürede %100 den fazla hızla yükseldiği ve 2003-2004 yılları arasında ise yine yukarı yönlü ivmenin sürdüğü gözlemlenmiştir. 2005 yılına gelindiğinde ise bu yükseliş 13 milyon civarını bulmuştur. Araştırmaya göre bilgisayar ve internet pazarından en fazla gelir elde eden beş ülke sıralamasında Japonya birinci sıraya sahip olurken, ülkemiz de ikinci sıraya yerleşmektedir. Türkiye’yi Tayvan, Almanya ve Suudi Arabistan gibi diğer ülkeler takip etmektedir. Son iki yılda internet kullanımındaki gelişmeler konusunda yapılmış olan değerlendirmelere göre; Türkiye 30 ülke arasında internet kullanıcı sayısı en hızla artan ülke olarak görülmüştür. Özellikle 1999 yılından itibaren internet kullanıcılarının sayısındaki hızlı artış, Türkiye’de ki şirketleri de internet ortamına girme konusunda ciddi bir mecburiyete sürüklemiştir. Bu gelişim daha hızlı internet bağlantı ihtiyacının doğmasının yanı sıra ileri teknolojiye sahip yeni bilgisayar yapılanmalarına da ilgiyi arttırmış ve bilgisayar alım ya da yenileme sayılarının da artış göstermesine sebep olmuştur. İnternet hızının yükselişi ülkemizde hizmet veren servis sağlayıcılarının, etkin portal sayılarının ve kişisel ve kurumsal portal sayılarının artışına yol açmıştır.⁷⁷

⁷⁷ Aytaç Mestçi, **Türkiye İnternet Raporu**, Tim Net Medya Pazarlama Yayınları, 2005 s.1-2

İnterneti ziyaret eden birçok statüden toplulukları ve kişileri belli konuları içeren siteleri tercihleri konusunda yapılan bir istatistik çalışmasının sonuçlarına baktığımızda sohbet odalarının toplamda yüzde 55, oyun sitelerinin yüzde 27, iş ile ilgili sitelerin yüzde 25, alışveriş sitelerinin yüzde 13, gazetelerin yüzde, e-mail hizmetinin ise yüzde 2 oranında ziyaret tercihi olduğu görülmektedir.⁷⁸

⁷⁸ Aytaç Mestçi, **age.**, s.3

III.BÖLÜM: FACEBOOK VE YENİ KAMUSALLIK

III.1.Sosyal Paylaşım Ağları

Günümüzde internet aracılığıyla bireyler, iletişim içerisinde bulunduğu ötekinin geçmişini, kimliğini, toplumsal ve biyolojik varlığını dikkate almaksızın iletişimde bulunurken, tanımadığı kişilere karşı kendi kimliğini de gizleyebilmekte ya da değiştirebilmektedir. İletişim kurgulanmış kimlikler aracılığıyla yapılırken, anonimlik bütünüyle geçerli hale gelmiştir. Kişi, kimliğini arzu ettiği şekilde konumlandırmak için giyinme tarzlarından, dil kullanımına, boş zaman etkinliklerine, müzik tüketimine ve medya kullanma örüntülerine değin farklı materyal ve kültürel öğelere başvurabilmektedir.⁷⁹ Bu açıdan internetin yeni bir ifade ve sosyal ilişkiler mekânı olmasından dolayı yeni kimliklerin inşa edildiği bir mecra da yaratmaktadır.

İnternet, bütün konuşmaların yazıldığı sessiz bir dünyadır. Bu dünyada varlık, beden ve mekândan arınmış ve yalnızca kelimelere dönüşmüş bir biçimde vücut bulmaktadır. Bu anlamda internet hayal edilmiş ve hayali bir mekân olarak tanımlanabilir. İnternetteki sanal cemaat kavramı insan ve teknolojinin şaşırtıcı bir biçimde bir araya gelmesinden doğmuştur. Aynı anda her yerde bulunan bilgisayar ağlarının, fiziksel mekândan bağımsız, milyonlarca insanın siber uzayda bir araya gelmesiyle oluşmuştur. İnternet daha önce tarihte hiç tanık olunmamış tarzda “yeni tür ilişkileri” ve bu ilişkiler sonucu ortaya çıkan sanal cemaatleri (virtual communities) gündeme getirmiştir. Sanal cemaatler, kişisel ilişkiler ağının yaratılması için yeterli sayıda insan bir araya geldiğinde internet vasıtası ile yaratılan sosyal gruplardır.⁸⁰ Sosyal paylaşım siteleri de bu sanal cemaat örüntülerinin içerisinde yer almaktadır.

Sosyal ağlar, sosyal medyanın ilgi çekmesinde büyük bir öneme sahiptirler. Farklı kullanım, farklı içeriklere sahip olan ağlar insanların saatlerce sanal ortamda kalması için çeşitli içeriklere sahiptirler.

⁷⁹ M. Güzel, “Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü”, *Küresel İletişim Dergisi*, sayı 1, 2006, s.7

⁸⁰ Nihal Gürhani, **Online Toplumun Doğuşu**, 2004, s.2. Alınan Yer:
<http://kirpi.fisek.com.tr/index.php?metinno=diger/20050315135147.txt> 12.02.2010

III.1.1. Kavram ve İçerik Olarak Sosyal Medya

Sosyal medya gerçekliği, *sosyal ağ teorisi* kapsamında anlaşılabilir. Sosyal ağ teorisi disiplinlerarası teorik bir çerçevede, ağların kullanıcıları arasındaki ilişkilerini ifade etmektedir. Bu teoride ağ yapısının kişisel kullanıcılardan daha önemli olduğu öne sürülmektedir. Bir sosyal ağ teorisi sosyal ağ analizi olarak da adlandırılır ve ağın yapısının kullanıcıları nasıl etkilediğini araştırır.⁸¹ Sosyal ağ teorisine göre, sosyal ağ çalışmaları, sosyoloji, antropoloji, psikoloji ve örgütsel çalışmaları içeren aynı zamanda çoğu alanda yararlı bulunan teknikleri geliştirmiş ve bu tekniklerin takibini kolaylaştırmıştır. Sosyal ağ teorisi, ilişkilerdeki yapıları ve çıkarımları, özel davranış ilkeleri çerçevesinde açıklayarak ifade etmektedir.

Sosyal medya olarak tanımlanan internet tabanlı uygulamalar yeni bir trend başlatmıştır. Buna göre, internet kullanıcıları ve kullanıcıların ilişkide bulunduğu kişiler arasında gittikçe artan bir etkileşim sağlanmaktadır. Etkileşimin içeriği, fotoğraf, video, metin ve medyaya ilişkin karışık oluşumlarla bezenmiş bir çeşitlilik göstermektedir.

Sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insanî iletişim şeklidir. “Teknoloji, telekomünikasyon, sosyal iletişimin kelimeler, görseller, ses dosyaları yolu ile sağlandığı bir yapıya sahiptir. İnsanlar hikâyelerini ve tecrübelerini bu bağlamda paylaştığı bir çerçeveye de sahiptir”.⁸² Genel olarak bireylerin internette birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve paylaşımlar sosyal medyayı oluşturur. Sosyal medyada, sosyal ağlar ve toplu gruplar yer alır. İnsanlar, kendilerini tanıtır, arkadaş ilişkileri kurarlar, ürün, servis, fikir ve nesnelerin içeriğine ilişkin bağlaşıklık gösterirler. Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği online medyanın yeni bir türü olarak aşağıdaki özellikleri içerir⁸³:

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alır.

⁸¹ John Scott, *Social Network Analysis*, Sage, London 1991, s.11

⁸² <http://tr.wikipedia.org> 10.11.2010

⁸³ Antony Mayfield, “What is Social Media”, Bkz.

http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, s.6.
12.02.2010

Açıklık: En çok sosyal medya servisleri geribildirime ve katılımcılara açıktır. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda cesaret aşılarlar. Bunlar çok nadir ulaşma yönelik engeller koyarlar.

Konuşma: Geleneksel medya yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medya iki yönlü konuşmaya olanak tanınması bakımından daha iyidir.

Toplum: Sosyal medya topluluklara çabuk ve etkili bir oluşum için izin verir. Topluluklar da böylece sevdikleri fotoğraf, politik değerler, favori televizyon şovları gibi ilgili oldukları şeyleri paylaşırlar.

Bağlantılılık: Sosyal medyanın çoğu türü, bağlantılı işler gerçekleştirir; diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak tanır.

Sosyal medyanın bu özellikler çerçevesinde geleneksel medyadan farkı ise genel olarak şöyle sıralanmaktadır:

Erişim: Hem geleneksel medya hem de sosyal medya teknolojileri herkesin genel bir kitleye erişebilmesine olanak tanır.

Erişilebilirlik: Geleneksel medya için üretim yapmak genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindedir; sosyal medya araçları genel olarak herkes tarafından az veya sıfır maliyetle kullanılabilir.

Kullanılabilirlik: Geleneksel medya üretimi, çoğunlukla uzmanlaşmış yetenekler ve eğitim gerektirmektedir. Çoğu sosyal medya için bu geçerli değildir, yani herkes üretimde bulunabilir.

Yenilik: Geleneksel medya iletişimlerinde meydana gelen zaman farkı (günler, haftalar, hatta aylar) anında etki ve tepkisi olan sosyal medya ile kıyaslandığında uzun olabilmektedir. (Tepkilerin zaman aralığına katılımcılar karar verir). Geleneksel medya da sosyal medya araçlarına adapte olmaktadır.

Kalıcılık: Geleneksel medya yaratıldıktan sonra değiştirilemez (bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra aynı makale üzerinde değişiklik yapılamaz); oysa sosyal medya yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilir.

Sosyal medya özellikle toplumun davranışlarını etkilemesi bakımından önemlidir. Öte yandan sosyal medya diğer insanların davranışlarını etkilemede birtakım avantajlara sahiptir. Özellikle kullanıcı için çok hızlı elde edilen geri bildirimler buna örnek olarak gösterilebilir. Ancak bu avantajları açık bir şekilde belirtmek oldukça zordur. Bu durum sosyal medyanın etkisinden ve denetlenemez yayılışından ileri gelmektedir. Öte yandan sosyal medyanın çok hızlı yayılması onun takibini ve kontrolünü zorlaştırmaktadır.

İnsanlık bugün, bir ağ toplumunda yaşamaktadır. Bu ağ toplumunu temelde yeni iletişim teknolojileri oluşturmakla beraber, insanlığın bu sanal ortamda yeni bir iletişim çabası gösterdiğini söylemek de mümkündür. Bu çaba özellikle sosyal ağlarda çok açık bir şekilde görülmektedir. Sosyal ağlar, kitlelerle bağlantı kurmak için sistemde zorunlu bulunan profilin paylaşılmasına olanak tanıyan, bir bağlantıyı paylaşanlarla diğer kullanıcıların listesinin birbirine eklemesi ve aynı zamanda sistemde bulunan her bir kişinin birbirilerini görmesini sağlayan web tabanlı servis olarak tanımlanmaktadır. Bir sosyal ağ bir dizi insanın, kurumun ya da arkadaşlık, çalışma ya da bilgi değişimine ilişkin diğer sosyal ilişkide bulunan gruplar ve uzmanlığı, kaynakları ve bilgiyi paylaşarak, arzu edilen sonuçları başarmak için etkileşimler olarak tanımlanmaktadır.⁸⁴

Web tabanlı servis olarak sosyal ağ siteleri, zorunlu bir sistem aracılığıyla genel bir profil oluşturmak için kişisel çalışmalara izin verir, diğer kullanıcıların bir listesini oluşturur ve bağlantıda olan kişilerin birbirleriyle paylaşımına olanak tanır ayrıca sistem sayesinde diğerleri tarafından yapılanları ve listedeki diğer insanların birbirlerini görmesini sınırlayabilecek olanakları tanır. Sosyal ağlar birbiriyle ilgili ya da değişik bilgileri içinde bulunduran değişik etkilerin söz konusu olduğu bir gurubu ifade etmektedir. Sosyal ağ, bilginin ağa üye kişiler arasında paylaşılmasını ve üyeler arasında yayılmasını sağlamaktadır.

Sosyal ağlar genel olarak aşağıdakileri içerir:

Sosyal siteler: MySpace, Facebook, Twitter.

Fotoğraf Paylaşım Siteleri: Flickr, PhotoBucket.

Video Paylaşım: YouTube.

⁸⁴ Ina O'murchu/ John Galway Breslin/ Stefan Decker, **Online Social and Business Networking Communities**, DERI Technical Report, Washington, DC. 2004, s.9

Profesyonel Ağ Siteleri: LinkedIn, Ning.

Bloglar: Blogger.com, Wordpress.

Wikiler: Wetpaint, PBWiki.

İçerik etiketleme: MERLOT, SLoog.

Sanal Kelime: SL, Active Worlds, There, Whyville, Club Penguin, HiPiHi.

Genellikle, sosyal ağ sitelerindeki üyeler, biyografileri, fotoğrafları ve bazı diğer kişisel bilgilerinin yer aldığı alanlarla, kişisel profil sayfasına sahiptirler. Buna ek olarak yorumda bulunabilen diğer site üyeleri, resim ve isimleri için bir yazı boşluğuna sahiptir.

Sosyal ağ, normalde katılımcılarına, sosyal destek bulma, yeni sosyal ve iş olanakları değerlendirme fırsatlarını, sosyal sermaye içeren finansal kaynakları, malları ya da servisleri değiştirme olanaklarını sunar. Sosyal ağ siteleri, depolanmış kullanıcı profillerindeki veriler aracılığıyla insanları birbirine bağlar. Bu kullanıcı profilleri, diğer kullanıcılar için bir tanımlama oluşturmaktadır. Çeşitli siteler arasındaki en önemli ayırt edici faktör, profil bilgilerindeki bilgi oranı ve düzenidir. Online sosyal ağlar bazı popüler web sitelerinin kalbini oluşturmaktadırlar. Teknoloji geliştikçe daha çok uygulama, daha çok birbirine bağlı hale gelmektedir. Bu durum aynı zamanda sosyal ağların, yerel ve örgütsel bilginin yanı sıra, kişisel ve ticari online etkileşimde de önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Öte yandan sosyal ağlarda çeşitli ortaklaşalık bağlarının oluştuğundan söz edilebilir. Örneğin, bir kullanıcının hareketi onun arkadaşlarının yapacağı davranışları tetikler (kullanıcı bir ürün aldığı anda onun arkadaşı da aynı çeşit üründen satın alır vb.); veya kullanıcı bireyler kendilerine benzer olanlara dostça davranıp benzer davranışlar gösterebilmektedir.

Sosyal ağlar günlük hayatımızın niteliğini etkilemektedir. Profesyonel ve sosyal hayat, sosyal ağlar aracılığıyla gittikçe daha fazla rapor edilir, araştırılır, paylaşılır ve öğrenilir olmaktadır. Bu durum da sosyal ağlarda mahremiyet çizgisinin sorgulanmasını gündeme getirmektedir. Ancak tartışmaya açık olan bu konu sosyal ağların kullanılabilirliğini ve sosyal ağlara olan ilgiyi azaltmamaktadır.

Sosyal ağ, “social network” bireylerin birbirlerine çeşitli ilişkilerle bağlı olduğu bir yapıyı temsil etmektedir. Bu sistemdeki bağlantılar genelde arkadaşlık üzerine dayansa da

finans ve ticaret gibi farklı konularda da olabilmektedir. Bir sosyal ağ sitesinin üç temel özelliğinin bulunması beklenir. Bu özellikler, kullanıcının profil oluşturabilmesi, kullanıcının ilişkide olduklarının listesini açıklayabilmesi ve kullanıcının diğer kişilerin bağlantı listelerine ulaşabilmesidir. Bir sosyal ağ sitesini diğer sitelerden ayrı kılan başlıca şey ise bireylerin tanımadıkları kişilerle de kendi ağlarını paylaşabilmelerine olanak sağlamasıdır.

İlk sosyal site 1997 de kurulan “Sixdegrees.com” dur ve kullanıcılarına ilk kez profil oluşturabilme ve mesaj gönderme olanağı sağlamıştır. 2001’den itibaren ortaya çıkan Asianavenue, Blackplanet, Migente ve Cyworld etkili bir politika uygulamış ve arkadaşlık ilişkilerine daha farklı boyutlar eklemişlerdir. 2004 ve sonrasında ise internet kullanıcıları Myspace, Facebook ve Bebo ile tanışmışlardır.

Sosyal paylaşım siteleri (Social Networking Sites) bireylerin halka açık ya da yarı halka açık olarak profillerini kayıtlı bir sistemde oluşturmalarını, bir bağlantıyı paylaştıkları, diğer kullanıcıların listesini göstermesini ve sistem içerisinde bulunan kişilerin ilişki listelerini de görmeyi sağlayan, online topluluklardaki insanların beğenilerini, aktivitelerini paylaştıkları ve ağ üzerinden birbirlerine mesaj, e-mail, tartışma grupları video, sesli sohbet, dosya paylaşımı yaptıkları sitelerdir. Sosyal paylaşım sitelerinde kullanıcıların amaçlarından biri yüz yüze olarak seyrek görüştükleri ya da uzun zamandır görüşmedikleri kişileri sosyal ağlarına katmaktır.

İnternetteki sosyal ağların yaşamdaki sosyal ağlardan bazı farklılıkları bulunmaktadır. Öncelikle internetteki sosyal ağlar gerçek yaşamdakilerden daha geçirgendir. Gerçek yaşamda grupların içine girmek ve etkili olmak zor olurken internet ortamında kişilerin sosyal ağlarına girmek daha kolay olmaktadır.

Günümüzde sosyal paylaşım ağı alanında altı site üye potansiyeli bakımında öne çıkmaktadır. Bunlar, Myspace, Facebook, Friendster, LinkedIn, Hi5 ve Orkut’tur. Bu sitelerin dışında sanal aleme onlarca sosyal paylaşım sitesi eklenmektedir. Bunlar içerisinde Facebook en hızlı büyüyen sosyal paylaşım sitesi olmuştur.

III.1.2.Kamunun Tarihsel Dönüşümü

Sosyal paylaşım siteleri, ortak bir kamu duygusunu kitle iletişim araçları üzerinden kurulmuş ilişkilerle yaşamakta olan modern insanın yeni sosyalleşme araçlarıdır. Fakat bu sosyalleşme, David Reisman'ın “yalnız kalabalık” ifadesiyle dile getirmiş olduğu⁸⁵ tartışmayı bir kez daha gündeme getirmektedir.

Madalyonun bir tarafında hızlanan iletişim, karar süreçlerine elektronik ortamlarda dahi olsa, bireylerin katılım imkânı, iş dünyasında veri yönetiminin kritik kararlarda etkin bir şekilde kullanımı gibi olumlu manzaralar ortaya çıkmıştır. Bilişim teknolojileri ve özelde internet, kimsenin inkâr edemeyeceği emsali görülmemiş bir devrim olarak akademik ve popüler camialarda son yılların gözde konusu haline gelmiştir. Madalyonun diğer yanında ise, daha önce bazı bilimkurgu kitapları ve fütüristlerin yazılarında geleceğe dair yansıtılan olumsuz beklentilerin, bilişim teknolojileri açısından değerlendirilmesi yer almaktadır. Genelde tospembe kısmı kamuoyunu daha fazla meşgul eden söz konusu gelişmelerin arka yüzünde, bilgisayar teknolojisinin nimetlerinden kısa vadede imkânsız görünen yığınlar, eskiden beri iktidarların arzu edip de bir türlü istedikleri kıvamda başaramadıkları tüm toplumu kolayca denetleme arzusunun gerçekleşme imkânı ile çeşitli hukuki ve ahlaki sorunlar yer almaktadır.⁸⁶

Kamu kavramının tarif ettiği ve kapsadığı alan tarih boyunca değişikliklere uğramıştır. Kavramın kullanım biçimleri, bunların birbirleriyle uyumayan, çok çeşitli anlamlara sahip olduklarını ele veriyor. “Değişik tarihsel evrelerden kaynaklanan bu anlamlar, sanayisi gelişmiş ve sosyal devlet olarak örgütlenmiş burjuva toplumu koşullarına eş zamanlı olarak uyarlanan kullanımları içinde birbirleriyle bulanık bir ilişkiye giriyorlar.”⁸⁷

Kamu kelimesi sözlükte “umumi”, “herkese ait”, “halk”, “hususî olmayan-alenî” anlamlarını ifade eder. Kamu, belli sorunla karşılaşmış, bu sorun etrafında toplanmış bireylerden oluşan bir gruptur. Tek değildir, birden fazla kamu olabilir. Kamu, belirli bir durum ya da sonuca özgü olarak, belirli zamanda oluşan gruptur. Bazen az sayıda katılımı ve

⁸⁵ Bkz. Richard Sennett, **Kamusal İnsanın Çöküşü** (ç.S.Durak, A.Yılmaz), Ayrıntı Y., İstanbul 1996, s.18

⁸⁶ H.Bahadır Akın, “Bilimkurgu Romanları ve Geleceğin Toplumu Yeni Ekonomi ve Toplumsal Endişeler Üzerine Bir Değerlendirme”, **Birinci Ulusal Bilgi ve Yönetim Kongresi**, Kocaeli 2003, s.2

⁸⁷ Jürgen Habermas, **Kamusallığın Yapısal Dönüşümü** (ç.Tanıl Bora, Mithat Sancar), İletişim Yayınları, İstanbul 1997, s.32

özel konularda oluşabilen kamu, bazen de toplumun genelini ilgilendiren konularda geniş katılımı oluşturur. Bahsi geçen “genel”, tek bir kamu değildir. Her sorun kendi kamusunu yaratabilmektedir.⁸⁸

Kamusallık kavramında ise eylem, davranış, olgu oluş anlamının merkezindedir. Kamusal alan ise, bunların cereyan ettiği mekana işaret eder.⁸⁹ Bireylerin evlerinden adım attıkları andan itibaren toplumsal anlamda paylaşılan her yer kamusal alandır. Kamusal alan denildiği zaman, ilk akla gelen, resmi daireler vb. olsa da bu tanım eksiktir. Radyolar, televizyonlar, gazeteler ve internet de kamusal alanın içindedir. Belli bir konuda kendilerini ifade etme ihtiyacı duyan insanların bir araya geldikleri platform, kamusal alandır.

Tarihsel gelişim süreci boyunca, Antik Yunan’a ve Roma’ya bakıldığında, kamu kavramının bir sınıfa, “özgür vatandaşlara” karşılık geldiği görülür. Bu anlamda kamu, belirli haklar tanınmış üstün sınıf anlamına gelmektedir. Orta Çağ’da ise kamu soylularla birlikte anılmaktaydı. Hükümdarların, Prens’in yaptıklarına kamu adı verilmekteydi. Onaltıncı yüzyıldan itibaren kamu, hükümdar ve ona hizmet edenlerle devlet daireleri için kullanılmaya başlanmıştır. Yani kamu, sarayla eş anlamda ve haliyle belirli bir alanı kapsamaktaydı. Ticaret burjuvazisinin güçlenmesi, kamu kavramının da yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Kamu artık “saray”ı değil, “devlet”i tanımlar hale gelmiştir.

Kamusal alan kavramının ilk adımları Antik Yunan’da atılmış olsa da, kapitalizmin yükselişiyle onyedinci ve onsekizinci yüzyıl Avrupa’sında daha belirgin biçim kazanmıştır. Bu dönemde, devlet meşru bir şiddet kullanma hakkı olan kamu otoritesi halini almıştır. Modern devlet, sivil toplumdan, gerek yargısal, gerekse de kurumsal olarak oldukça ayrıydı. Devlettten ayrı olan sivil toplum, hem ‘özel’ aile alanını hem de meta üretimi ve mübadelesi alanını içermekteydi. Kamusal alanın eleştirel sahası, kamu otoritesiyle sivil toplum alanları arasında doğmuştur. Kamusal alanın amacı halkın kendi kendisi ve devletin pratikleri üzerine eleştirel düşüncelerini sağlamaktır.

Kamusal alan ilk olarak, burjuvazinin erkek üyelerinin, soyluları ve entelektüellerin edebiyat yapıtları üzerine tartışmak için bulunduğu kahvehaneler ve salonlarda ortaya çıktı. Bu açık uçlu sohbetler, her zaman dışlama pratiklerine dayansalar da Habermas’a göre en azından

⁸⁸ Arsev Bektaş, **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, Bağlam Yayınları, İstanbul 200, s.48, 49

⁸⁹ Jürgen Habermas, **age.**, s.97

belirli bir içkinliği korumuşlardı. Habermas’a göre, bu sohbetlerin eleştirel potansiyelinin korunmasının başlıca üç nedeni:

*Nihayetinde edebi eleştiriden siyasal eleştiriye dönüşen toplumsal ilişki, daha üstün argümanın otoritesinin yerleşik statükoya karşı durabileceği bir toplumsal alan açmıştır.

*Feodalizm koşulları altında, sınıksız kapatılmış olan toplumsal tartışma alanları, kilise ve sarayın sağladığı auralarını kaybetmiş ve katılımcıların statülerini hiçe sayan sohbetler aracılığıyla gitgide sorunsallaşmıştır.

Basının onyedinci yüzyıl’da ortaya çıkması yeni bir aşamaya yol açmıştır. Bu yeni alanı hem burjuvalar, hem de hükümetler kendi istekleri doğrultusunda kullanmaya başlamışlardır. Bunların haricinde de gazetelerin haber vermeyi amaç edindikleri bir kitle oluşmuştur. Artık, kamu kavramı, devleti temsil eden bir tanım olmaktan çıkarak bugünkü anlamıyla kullanılmaya başlanmıştır.⁹⁰ Bu gelişmeler siyasal olmayan, sanatsal ve edebi nitelik taşıyan kamu kavramının da doğmasını sağladı. Kültür alışverişinde bulunmak isteyen insanlar, özel salonlarda, kahvehanelerde toplanıyorlar, tartışıyorlardı.

1680-1730 arasında tüm Avrupa’da salon ve kahvehanelerde yaşanan toplantıların dışlayıcılığı kadar kapsayıcılığı da söz konusudur. Diyaloğa etkin katılım için gereken şartların kısıtlı olsa da bu etkinliğin kamu için sözcülük görevi gördüğü öne sürülebilir. Kamu için sözcülük, kısıtlı kalmış olsa da, “evrensellik ilkesi” kabul görmeye başlamıştı.⁹¹

Zamanla ticari kaygıların ön plana çıktığı toplumsal yapıların oluşması ve medyanın toplumsallık amacını bir kenara bırakıp iletişimi ticari amaçlarla gerçekleştirir hale gelmesi kamusal alanın amacını da değişime uğratmıştır. Siyasallar artık siyasal egemenliğin özünü bırakıp, siyasal yönlendirme aracılığıyla ideolojinin ve oy birliğinin dayatılmasını çabalar olmuşlardır.

Etkilerin tamamı simgesel kültürün kamusal alana egemen hale gelmesine zemin hazırlamışlardır. Ondokuzuncu yüzyıldan itibaren serbest piyasa ekonomisindeki rekabetçi sistem kamu düzenini yeniden şekillendirmiştir. Bu yüzyılın kamusu artık Habermas’ın

⁹⁰ Arsev Bektaş, **age.**, s.42

⁹¹ Nick Stevenson, **Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi** (ç.Göze Orhan-Bariş Aksoy),Ütopya Yayınları, İstanbul 2008, s.87-88

vurguladığı “burjuva kamusu” olmaktan çıkmıştır. Kilisenin çevresinde oluşan komünlerin, sendika, medya, ortasınıf, farklı sosyal gurupların, sanatçıların, edebiyatçı ve emekçi sınıfların özel istek, anlayış ve estetik değerleriyle kamusal yaşam, reel toplumun zenginliklerine sınırsızca açılan bir alan olmuştur. Ondozonecũ yũzyıldan başlayarak yirminci yũzyıldaki gelişmeleri de gũz ũnũne alırsak, Habermas’ın deyimiyle, kamusal alan yapısal bir değişimle temsili kamusalılığa dũnũřũr ve burjuva kamusal alanı olmaktan çıkarak özel ve siyasi kamusal alanlar arasındaki sınırlar kaybolmaya başlar, devletin toplumsallaşması ve toplumun devletleştirilmesi sũreci, bir araya gelinen kamusal alanları dũnũřũme uğratır.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşam etkin biçimde katılımıyla birlikte salonların, kahvehanelerin bu anlamda g rdũęũ işlev sırasıyla önce gazeteler, sonra radyo, televizyon ve bugũn internet ortamı tarafından karşılanmaya başladı. Habermas da kamusal alanın temellerinin sarsılmasında iletişim endũstrisinin artan rolũnũn altını çizer. İletişim ağının ticarileşmesiyle, gerekli olan sermayenin bũyũmesiyle ve yayın kuruluşlarının  rgũtlenme derecesinin artmasıyla, iletişim yollarının yönlendirilme dũzeyi artmıştır. Kamusal iletişime erişme fırsatları gittikçe daha fazla ayıklama ve baskıya tabi hale gelmiştir. Sonuçta medya iktidarı, y nlendirmeci maksatla kullanıldığından, aleniyet ilkesinin masumiyetini yok eden yeni bir gũ odağı olarak ortaya çıkmıştır. “Kitle iletişim araçlarınca hem önceden yapılandırılan, hem de egemen olunan kamusalılık sadece nũfuz elde etmek üzere değil, insanların davranışlarını etkileyen iletişim akışlarına stratejik eğilimlerini olabildiğince gizleyerek hâkim olmak üzere konuları ve katılım imkânları için boğuşulan iktidarla donanmış bir arena haline geldi.”⁹²

Pazarda bũyũk pay elde etme rekabeti, üretilen  rũnlerin hem kalitesinin azalmasına hem de kişinin davranışlarını yönlendirecek şekilde medya oluşumuna sebebiyet vermiştir. Burjuva salonlarında söz söyleme ve katılım hakkı söz konusuyken, kitle iletişim araçları ile aktarılan bilgilere kişilerin doğrudan katılmak ya da bilgileri reddetmek gibi bir hakları yoktur. Bu durumda da insanlar, dũřũncelerini ifade etmek için, kendi g rũřlerine en yakın olan otoriteyi seçmek yolunu benimserler. Bir başka konu ise insanların edilgen katılımlarının ticari amaç gũden taraflarca k tũye kullanılmasıdır. Gũnũmũzde insanın  zũmlenen psikolojisine göre, kişilerin tercihlerini yönlendirmek imk nlı hale gelmiştir. Gerçekleştirilen programlar, televizyon dizileri ve benzeri yapımlar bu doğrultuda hazırlanmaktadırlar. Bũtũne

⁹² Jũrgen Habermas, **age.**, s.32

bakıldığı zaman, kitle kültürü, kitle iletişim araçlarının manipülatif etkisi sonucu oluşmaktadır.

Kamusallık, bir zamanlar akıl kullanımıyla egemenliğin teşhiri anlamına gelirken, kamusal alan, şimdi sahnelenen bir tiyatro oyununun içine kapatılmıştır. Çağdaş medya kültürlerinin ayrıca özelliği de yurttaşlığın giderek özelleşmesi ve kamusal ilgi ve faydaya dair problemlerin basitleştirip, yüzeyselleştirilmesidir.⁹³

Özetle, tarihsel, ekonomik, sosyolojik değişimlerle birlikte kamunun da anlamı değişmiştir. Bu değişim, Antik Yunan'dakinin tamamen tersi bir kamu kavramını ortaya çıkardı.⁹⁴ Yirminci yüzyıldan itibaren de araştırmacıların tartışmaları, kamunun halkı ifade edip etmediği konusuna kaymıştır.

III.1.3.Sosyal Paylaşım Ağlarında Oluşan Kamu

Habermas'ın kamusal alanı, herkese ulaşılabilir, herkesin de ona ulaşabilir olması iddiasını taşımaktadır. Bu varsayım, kamusal alanın aynı zamanda bir sosyalleşme alanı olduğuna işaret eder.

Sosyalleşme, insan topluluklarında bir öğrenme süreci olarak karşımıza çıkmakla beraber, bu sürecin gerçekleştiği sosyalleşme mekânları da tarih içerisinde çeşitlilik göstermektedir. Bir başka deyişle sosyalleşme mekânları da zaman içerisinde çeşitli dönüşümlere uğrayarak, sonunda günümüzde teknolojinin de etkisiyle, artık gerçek anlamda mekân içinde bir araya gelme gereksinimi duyulmayan bir hâl almıştır.

Sosyal kavramı bir kelime olarak ele alındığında Türkçe'de "toplumla ilgili, toplumsal" anlamına karşılık gelmektedir.⁹⁵ Sosyal (social) kelimesi ise aslen Fransızca'dan adapte edilmiş olduğundan Latin kökenli dillerdeki etimolojik açılımına bakmakta fayda vardır. Bir sıfat olarak sosyal kelimesi 14.y.y. orta dönem Fransızcasında "arkadaşlık ve hoşgörü ile karakterize edilmiş" ve "müttefik, ortak" anlamında kullanılmıştır. Bu kullanımıyla kelimenin kökü Latince'deki "socialis" kelimesinden gelmekte ve "birleşmiş,

⁹³ Nick Stevenson, *age.*, s.90

⁹⁴ Arsev Bektaş, *age.*, s.43

⁹⁵ www.tdk.gov.tr 03.05.2010

başkalarıyla yaşam” anlamındadır. Yine Latince’den “Socius” kelimesiyle bir bağ söz konusudur. Socius ise “yoldaş, takip eden (follower)” anlamı taşır.

Toplumsallaşma, genel anlamda bir adaptasyon ve tamamlanma sürecidir. Bu sürece etki edenler tarih boyunca çeşitli değişiklikler yaşamış ve içinde bulunduğumuz, bilişim çağı olarak adlandırılan bu çağda da sosyal paylaşım ağlarıyla daha da değişik bir boyuta taşınmıştır. Geçen yüzyılın son senlerine kadar medyanın büyüyen gücü, kitle iletişim araçlarının etkinliğine işaret etmiştir. Bu perspektiften bakıldığında, kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturmaya ilgili yadsınamaz bir gücü vardır. Kitle iletişim araçlarının fonksiyonları üzerinde ilk kez duran Laswell, bilgi verme, ikna etme ve toplumsallaştırma fonksiyonlarında söz etmektedir. Charles Wright, kitle iletişim araçlarının bu fonksiyonlarına eğlendirme fonksiyonunu da eklemiştir.

Sosyal paylaşım ağları da bu açıdan bakılınca, bu eğlendirme fonksiyonunu da beraberinde taşımaktadır. Örneğin, Facebook gibi içinde oyun barındıran uygulamalar Türkiye’de yirmi milyonun üstünde kullanıcıyla patlama yaparken, Twitter ve FriendFeed gibi bilgi vermeye dayalı, üretim isteyen yapıların mevcudu 30 binleri geçememektedir. Dolayısıyla eğlence ögesi bu anlamda ön plana çıkmaktadır. Özellikle bu tarz ağlarda eğlenceli içerik sunularak, popüler olmak gibi bir yöne kayıldığı görülmektedir. Eğlenceli içerik deyince akla ilk gelen de oyunlar olmaktadır. Oyun, çocukların mevcut ve gelecekteki ilişkilerini etkileyen, sosyal ve bilişsel becerilerini geliştirmesini sağlayan doğal bir araçtır. Sosyal paylaşım ağları da modern zamanların hoş giden aktivitelerinden biri olarak içinde eğlence ögesini de barındırarak sosyalleşme olgusuna katkıda bulunmaktadır. Oyunun en önemli fonksiyonu, kişinin daha az riskli ortamlarda öğrenmesini ve deneyimlemesini sağlamaktır.⁹⁶

Günümüzde, internetin sayesinde, çizili sınırları olmayan, içinde bilgisayar olan her ortama girebilen ve yer kürenin hemen her bölümünden katılımı ile oluşan yeni bir sanal toplum

⁹⁶ [www.sertacogut.com.Ogut-Dilmen, "Sosyalleşmenin Yeni Yüzü Sosyal Paylaşım Ağları", s.238](http://www.sertacogut.com.Ogut-Dilmen, 'Sosyalleşmenin Yeni Yüzü Sosyal Paylaşım Ağları', s.238) 21.10.2010

oluşturmuştur.⁹⁷ Sanayi toplumundaki kitlesel üretim ve beğenilerin aksine, bilişim toplumuna geçilmesiyle beraber bireye yönelik üretim ve “taste culture” denilen bireysel beğeni ve zevkler ön plana çıkmıştır. Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bunlara ucuz ve kolay yollardan ulaşma imkânları, bilişim teknolojilerinin bireysel kullanımını arttırmıştır. Ayrıca dijital teknoloji olanaklarında faydalanılmaya başlanması da bunların kullanımında bireyselliği ön plana çıkarmıştır. Teknolojinin yaygın kullanılması doğal olarak bilgiye ucuz ve hızlı erişimi sağlamıştır. Bu yolla bilgi sahibi olan tüketicilere, artık kitlesel üretim yoluyla ulaşmak çok da akılcı bir yol olarak görünmemektedir. Bilinçlenen tüketiciye hitap edecek, çeşitli beğenileri tatmin edecek, rekabet şartları yaratacak ucuz tüketim malları üretmek, kâr amacı güden örgütler açısından önem kazanmıştır.

İnternet ortamında oluşan yeni kamusalılığın enformasyon ve hizmete dayalı işlevsel bazı biçimlerinden söz edilebilmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

E-Devlet: Teknolojinin gelişimi, devletin vermesi gerekli olan kamu hizmetlerini artık elektronik ortamda da yürütme mecburiyeti doğurmuştur. Bu şekilde vatandaşlar başvurdukları hizmetleri çok daha hızlı ve kolay bir şekilde alabilmekteler. Örneğin, internet üzerinden pasaport müracaatında bulunarak tek günde pasaport alınabilmekte, internet bankacılığı sayesinde para transferi, fatura ödemeleri gibi pek çok işlem saniyeler içerisinde yapılabilmekte, potansiyel olarak oy verme gibi birtakım yöntemlerle kişilerin yönetime aktif katılımı sağlanmaktadır. Sonuçta da ortaya e-devlet, e-vatandaş, e-referandum gibi kavramlar çıkmaktadır. Ulus devletlerin oluşumundan beri devlet kurumları ile yurttaşlar arasındaki iletişimi geleneksel medya sağlıyordu ancak internet sayesinde artık çok daha yüksek etkileşimde bir iletişimden bahsetmek mümkündür

E-Ticaret: İnternet sayesinde coğrafi sınırlar ortadan kalkmış, satıcı ile alıcının buluşma noktası olan pazar farklı bir boyut kazanmış ve satıcılar tüm dünyayı müşteri kabul ederek ticari faaliyetlerini internet tabanlı sistemlere kaydırmışlardır. Üretim maliyetleri düşünüldüğünde, internette maliyetin çok düşük olması sebebi ile tüketiciye ulaşmak içim kullanılması çok akılcıdır.

⁹⁷ Necmi Emel Dilmen, *age.*, s.17

E-Eğitim: Bilgisayar, televizyon gibi elektronik aygıtlar ayrıcalığı ile verilen alternatif eğitim e-eğitim uygulaması, internetin devreye girmesi ile önemini kat kat daha arttırmıştır. Gerek kendi kendine eğitim, gerekse de uzaktan eğitim uygulamasının yaygınlaşması bakımından büyük önem taşımaktadır. Ülkemizde bu konuya dair uygulamalar hızla yaygınlaştığı gibi, eğitim ve öğretim bakımından bilgiye ulaşmak oldukça basit bir hale getirilmiştir.

E-Demokrasi: Demokrasi hem yaşamın özgür ve çoğulcu biçimde yaşanabilmesi adına hem de temel insan hakları, çoğulculuğun korunması, yurttaşların her anlamda katılımının sağlanması adına kendi kendini sürekli iyileştirmesi gibi temel ideallere sahip bir rejimdir. Aynı şekilde internet de tüm insanların özgür ve çoğulcu biçimde ifadelerine bir araç ve kendi teknolojik ve toplumsal gelişimini sürekli iyileştirme idealine sahip bir iletişim sistemidir. Avrupa Topluluğu İnsan Hakları Mahkemesi'nin demokratik toplumun şartı olarak saydığı, gerektiğinde şok edici, rahatsız edici düşüncelere bile hoş görü ile yaklaşabilme gereksinimi, en büyük ifade ortamını hiç kuşkusuz internette bulmaktadır. İnternetin demokratikleştirici işlevi Habermas'ın kamusal alan tanımı ile özdeşleştirilmektedir. Bunun gerekli üç unsuru, farklı kimliklerin iletişimsel bu alana girişinin serbest olması, bu kimlikler arasında iletişim olması ve farklı toplumsal talepleri birbirleri ile tartışabilmeleri ve yine bu kimliklerin kendi kimliklerini tanımlayan farklı siyasi talep duruş ve tutumlarını bu alana taşıyabilmeleri şeklinde sıralanabilir.

Sivil Toplum: İnternet üzerinden yürütülen iletişim hem cemaat hem de cemiyet boyutundadır. İnternet böylece “sanal topluluk” kavramının oluşmasına sebep olmuştur. Haber gurupları ile başlayan sivil topluluk ilişkileri, Bosnalı, Kosovalı savaş guruplarının, Sırp muhaliflerin ya da Zapatistaların veya küreselleşme karşıtı hareketlerin ve son olarak da Arap coğrafyasındaki muhalif ayaklanmaların anlık bilgi akışını sağladıkları ve örgütledikleri elektronik guruplar ve organizasyonlar ile sürmektedir. İnternet ortamı, sınır tanımazlık, etkileşim ve sunduğu anında enformasyon erişimi ile sivil toplumları için son derece verimlidir. Bu örgütlenmeler, temel ilgi alanlarında gerçekleşen bir olayı anında üyelerine açabilmekte, oluşturdukları güç birliği ile ilgili hükümet kuruluşlarına ve sorumlu mercilere gerekli baskıyı yapabilmekte, en nemlisi ise güçlü bir kamuoyu oluşturabilmektedirler. Böylelikle modernliğin erken dönemleriyle ilişkilendirilen kamusal alan kavramı dönüşüme

uğramakta ve paylaşılan mekân anlamının dışına çıkarak, paylaşılan sorunlar ve ortak çıkarlar etrafında bir araya gelmek şekline bürünmüştür.⁹⁸

Yeni bir kamusalılık biçimi üretmiş olan internet, şiddeti, terörü, ayrımcılığı, nefreti ve benzeri çeşitli tehlikeleri de beraberinde getirebilmektedir. Kişiler internet de sohbet odalarında, internet sayfalarında, forum sayfalarında, tartışma listelerinde ve pek çok yerde bu tür risklerle karşılaşabilmekteler. Kumar ve bahis oyunlarının internet ortamında yer bulması sayesinde bağımlılara sanal kumarhanelerde zahmetsiz kumar oynama imkânı sunulmaktadır. Bu sitelerin asıl amacı online kumarbazlara oyun oynatarak para kazanmaktır.

İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, 23 Mayıs 2007 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanmış bulunuyor. Yasayla çocukların cinsel istismarı ve müstehcenlik içeren sitelerin yayını engellemek için de Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı’na yetki verilmiş durumda. Yasaya göre site sahipleri internet ortamında yayınladıkları her türlü yayından sorumlu olacaklar. İçerik, yer ve erişim sağlayıcıları tanıtıcı bilgilerini kendilerine ait sitede güncel olarak bulundurmakla yükümlüler. TCK’ da yer alan, intihara yönlendirme, çocukların cinsel istismarı, uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma, sağlık için tehlikeli madde temini, müstehcenlik, fuhuş, kumar oynanması için yer ve imkân sağlama, Atatürk’e hakaret gibi suçlarla ilişkili sitelere erişim, zaman kısıtlaması durumunda tedbir için savcı, diğer durumlarda ise mahkeme tarafından engellenecek. Kararın yerine getirilmemesi halinde ise erişim sağlayıcılarına para cezası verilecek, bu karara uymayanlara ise 6 aydan 2 yıla kadar hapis cezası uygulanacaktır. Söz konusu edilen suçları işleyen yayınların içerik veya yer sağlayıcısının yurt dışında bulunması halinde ise bu yayınların tamamı engellenecektir. Erişim sağlayıcıları, sağladıkları hizmetlere ilişkin tüm bilgi, veri tabanı ve ulaşım kaynaklarını 6 aydan 2 yıla kadar saklamaktan ve bu bilgilerin doğruluğu ile gizliliğinden sorumlu tutulacaklardır. Yasaya göre Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde, Adalet, İçişleri, Kadın ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanlıkları ve Telekomünikasyon Kurumu ve ihtiyaç duyulan diğer bakanlık, kamu kuruluşları, internet servis sağlayıcıları ve ilgili sivil toplum örgütü temsilcilerinin de yer alacağı İnternet kurulu oluşturulacaktır denmektedir 2007 yılı itibarı ile. Konuya ilişkin tasarıların TBMM’de görüşülmesi sırasında yoğun tartışmalar yaşanmış yasa

⁹⁸ Bülent Sarıkafaloğlu, “İnternetin Toplumsal Etkileri”, *Elektrik Mühendisliği Dergisi*, sayı:431, 2007, s.54-56

kimilerince “sansür” olarak değerlendirilmiştir. Bir kısmından geri adım atılan yasanın adı daha sonra İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yolu İle İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun Tasarısı olarak değiştirilmiştir.⁹⁹

Yeni iletişim ortamlarının etkileşimli iletişim imkânları sunarak bireylerin seçim ve özgürlük alanlarını genişletmekte ve dolayısı ile yayınlanan bilgi ile toplumsal gelişmeye olumlu bir etki yaptığı gözlenmektedir. Bununla beraber ne yazık ki şiddet ve tüketim amaçlı olarak egemen kurumlar tarafından internete sunulan dezenformasyonun, bireyleri belli egemen yaşam kültürü ve düşüncelere yönelttiği de görülmektedir.¹⁰⁰

Unutulmaması gereken bir gerçek vardır ki küreselleşmenin en güçlü araçlarından bir tanesi olan bu yeni bilgi ve iletişim ortamının dışında kalmak diye bir durum içinde bulunduğumuz bu küresel dünya düzeninde hiçbir toplum için söz konusu bile edilemeyecek bir tercihtir. Şimdiden toplumsal ve bireysel ilişkilerin mahremiyetine yeni bir boyut ekleyen bu ortam ve aracın güç iktidar ilişkilerinin ölçü tanımaz tutkularına feda edilmeksizin ve en önemlisi temel insani ve ahlaki kaygıları dışlamaksızın en iyi biçimde kullanımı tüm toplum ve bireyler açısından geliştirici olumlu sonuçlar doğuracaktır.¹⁰¹

Toplumsal hayata ait bir fenomen olarak baktığımızda internet olumlu ve olumsuz bir çok etkilerinden yadsınamaz ve sonuçlarından ayrı tutulamaz. Hayatımızın her alanına sızmış olan internet tüm yanları ile hayatımızı direkt olarak etkilemektedir. İnsanlarla kurduğumuz ilişkilerden, sosyalleşme tarzımızdan zaman zaman aile hayatımıza, bilgi erişiminden, eğitim hayatımıza, iletişim ve haberleşmeden, ekonomimize kadar bireysel ve toplumsal anlamda birçok alanda hayatımızı ciddi boyutlarda etkilemektedir. Yeni gelişen bağımlılık kavramlarına son dönemde internet bağımlılığı eklenmiştir.

Dünyayı saran İnternet çılgınlığı, günlük yaşamı baştan aşağı değiştirirken, İnternet kullanıcılarına has rahatsızlıklarında ortaya çıkmasına neden oluyor. İngiltere’nin saygın tıp dergisi The New Scientist’in haberine göre, milyonlarca insanı bilgisayar başına bağlayan

⁹⁹ Bkz. Bülent Sarıkafıoğlu, **age**.

¹⁰⁰ Bülent Sarıkafıoğlu, **age**, s.54

¹⁰¹ Mehmet Niyazi Tanır, “İnternetin Tarihçesi ve Kullanımı” www.internetarsivi.com, 01.12.2009

Internet, ego sörfü, blog ifşacılığı, youtube narsizmi ve wikipedializm gibi ilginç hastalıklara davetiye çıkarıyor. İşte The New Scientist'e göre Internet kullanıcılarını bekleyen hastalıklar¹⁰²:

Ego sörfü: Düzenli aralıklarla internette kendi ismini aratan ve hakkında internette ne gibi bilgilere ulaşıldığını kontrol eden kişilerin yakalandığı rahatsızlık.

Enfornografi: Pornografi ve enformasyon sözcüklerinden türetilmiş bu kelime, “bilgi açlığını internette dindirmeye çalışma” olarak tanımlanıyor.

Blog ifşacılığı: Bilinmemesi ve yayılmaması herkes açısından faydalı olan bilgileri on-line yayınlama merakı.

Youtube-Narsizmi: Kendisini tanıtmak için sürekli kendi videolarını Internet sitelerinde yayınlama, yayınlama.

Myspace Taklitçiliği: İnternette başka bir kişiliğe, başka bir role bürünme takıntısı.

Google Takibi: Tüm yakınları yada tanımadıkları kişiler hakkında internet üzerinden bilgi edinmeye çalışmak.

Siberhondrik: En ufak bir hastalık belirtisinde, doktora gitmek yerine internetten tedavi yöntemleri arama.

Photolurking: İnternette saatlerce başkalarının fotoğraf albümlerine bakma.

Wikipedializm: Günün önemli bir kısmını Internet ansiklopedisi Wikipedia'ya katkıda bulunmak, yazılar yazmak ve metinlerde tashih yapmaya harcamak.

Crackberry: Özellikle yöneticilerin yakasına yapışan bu hastalık, adını daha çok kurumsal iletişimde kullanılan, e-mail alıp gönderebilen, internette sörf yapılabilen ‘avuç içi’ bilgisayar türü Blackberry telefonlarından alıyor.

Cheesepodding: Türkçe’ de tam karşılığı olmayan bu sözcük ise, zamanının büyük kısmını internetten şarkı indirmekle geçirenler için kullanılıyor.

¹⁰² Bağımlılık Dergisi, 2007, Cilt: 8, Sayı: 1, s:36-41 / Journal of Dependence, 2007, Vol: 8, N.: 1, pp.36 41 / www.bagimlilik.net 01.12.2009

İnternet kullanımına sınırlama getirememesi, sosyal veya akademik zararlarına rağmen kullanıma devam etme ve internete ulaşımın kısıtlandığı durumlarda yoğun endişe duyma gibi belirtilerle kendini gösteren bu bağımlılık türü 1990'lı yılların ortalarından beri psikiyatri literatüründe yer almakta ve giderek ilgi çekmektedir. İnternet'in gerekli yasalarla korunarak, gerekli düzenlemeler ve kontroller yapılarak zarar yaratabilecek yönleri törpülenerek faydalarından sonuna kadar yararlanılması gereken ve bu durumda hayatlarımızı son derece kolaylaştıracağı açık olan bir teknolojik nimet olarak adlandırılabilceğini söylemek mümkündür.

Bugün teknoloji dünyayı kuşatmamakta, onun yerine gerçekten daha gerçek bir simülasyon geçirmektedir. Sanal alanın çekici olmasının nedeni aslında uzak, dokunulmaz ve kurgusal bir yer olmasıdır. Arzularımızın ve düşlerimizin içinde daha rahat edebileceği alternatif bir dünya olarak görülmektedir. Bu dünyada, sınırlılıkları ve kusurlarıyla şu anda ve burada olan gerçekliğin yerini alabilme potansiyelinden söz edilmektedir.¹⁰³ Sonuç olarak günümüzde, teknolojiden bahsedildiğinde sadece kullanım değeri üzerinden tanımlanan bir araçtan değil, yeni ortamlardan da bahsedilmektedir. Bunun en temel örneğini bir araç olan bilgisayarın bir ortam olarak internete dönüşmesinde görmek mümkündür.

İnternet teknolojisiyle beraber oluşan sanal kültür ve sanal dünya, gerçek dünyadaki zaman, mekân boyutlarından bağımsız bir alan üzerine kurulmuştur. İnternet, ayrıca bu zaman ve mekân boyutunu da aşarak birey-birey ve birey-grup iletişimine izin vermektedir.¹⁰⁴ Facebook'un öne çıktığı web tabanlı sosyal paylaşım ağları, böyle bir olanak neticesinde aktif olabilmektedir.

Boyd ve Ellison'a göre web tabanlı bir hizmetin sosyal paylaşım ağı olabilmesi için, kullanıcılara sunması gereken temel özellikler şunlardır: Sınırları belli olan bir sistemin içinde, sistemde tanımlı olan herkesin görüntüleyebileceği tam ya da yarı açık bir kişisel profil oluşturabilme yeteneği; bir ilişkinin ya da bir bağın paylaşıldığı diğer kullanıcıların yer aldığı, kolay erişilebilir bir liste sunma ve kişinin çevresinde yer alan kişilerin bağlantılarına ulaşabilme hakkı tanıma.¹⁰⁵

Bu tanımlamaya göre sosyal paylaşım ağlarının öncelikli varoluş kriteri, çevrimiçi ve her daim ulaşılabilir olmasıdır. Sosyal paylaşım ağına giriş genellikle bir kullanıcı adı ve

¹⁰³ Kevin Robins, **İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası** (ç. N. Türkoğlu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1999, s.37

¹⁰⁴ Nilüfer Timisi, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Dost Yayınları, Ankara 2003, s.26

¹⁰⁵ <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> 17.03.2010

parolasıyla sağlanmakta ve kullanıcının profil ismi verilen sayfasına ulaşılmaktadır. Profil sayfası, kullanıcının, sistemin sunduğu özellikler çerçevesinde kendini tanımlayabileceği, kişisel özelliklerini metin, ses, durağan ve akıcı görseller yardımıyla oluşturduğu alandır. Başka bir deyişle profil sayfası, kullanıcının kendini tanıtmak istediği şekilde tasarlanmış varlıktır. Bu alana girilen enformasyonun gerçeklik değeri, kullanıcının denetimindedir. Kişi burada seçme hakkına sahiptir. Kendisini tanıtmaya yolu belirler, salt olduğu kişi olarak değil, aynı ve ya farklı zamanda olmak isteyebileceği kişi olarak da bir tanımlama yapabilir. Kısacası profil sayfası, bireyin kendisini bir varlık olarak sisteme girdiği eşi benzeri olmayan bir alandır. Profiller sosyal paylaşım ağını paylaşan, diğer profiller tarafından bulunabilmekte ve çeşitli derecelerde görüntülenebilmektedir. Bu derecelendirme sistemi, sosyal paylaşım ağı sisteminin tanımladığı çerçevede, profil sahibi kullanıcı tarafından yönetilmektedir.

III.2.Facebook

III.2.1. Tarihçesi ve İçeriği

Facebook, 2004 yılının Şubat ayında Harvard Üniversitesi öğrencisi olan 19 yaşındaki Mark Zuckerberg tarafından kuruldu. Internet World Stats “ Mart 2011 en son verilerine göre Dünyada Facebook kullananların sayısı toplam 517.8 milyon ve Facebook kullanım penetrasyonu ortalaması ise yüzde 7.6 olarak gerçekleşti.”¹⁰⁶

Facebook, Zuckerberg’in kurmuş olduğu ikinci sitedir. Zuckerberg’in kurduğu ilk site olan “facemash”, Harvardlı öğrencilerin bilgilerini ve resimlerini içeren yine bir sosyal ağ içerikli siteydi; fakat Zuckerberg bu bilgileri ve resimleri okul yönetiminden izinsiz aldığı ve yayınladığı için kısa bir süre sonra site, okul yönetimi tarafından kapatılmıştır. Bu olaydan sonra Zuckerberg, kullanıcılarının fotoğraflarının da bulunduğu ve kişisel meraklarının yer aldığı bir profil oluşturabilecekleri, özel veya herkese açık mesajlarını paylaşarak değişik arkadaşlık gruplarına katılabilecekleri, profil verilerinin görüntülenmesini aynı grup veya onaylanmış arkadaşlarla sınırlayabilecekleri bir sosyal ağ içerikli site projesini hayata

¹⁰⁶ www.bitdunyasi.com 28.03.2011

geçirmek için bir yıl okuluna ara verir ve kaldığı öğrenci yurdundaki oda arkadaşlarının da desteğiyle ilk ismi "thefacebook" olan Facebook'u kodlamaya başlar.¹⁰⁷



Facebook sitesinin logosu ve kurucusu Mark Zuckerberg

Facebook'un anlamı "paper facebook" teriminden geliyor: Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversitelerdeki ve okullardaki öğrencilerin, öğretmenlerin ve çalışanların kendini tanıtmak amaçlı doldurdıkları bir formdur. Zuckerberg 2004 senesinde thefacebook'u yani facebook'u kodlamayı bitirdi ve sadece Harvardlı öğrencilerin kullanımına açtı; ama çok kısa zamanda facebook'un ünü Boston'daki diğer üniversitelere, liselere ve şirketlere kadar hızla yayıldı. Bu yoğun ilgi üzerine Zuckerberg, bu uygulamayı Harvard dışına taşımaya karar verdi. Boston bölgesindeki okullara (Boston Koleji, Boston Üniversitesi, Harvard, Northeastern Üniversitesi, Tufts Üniversitesi), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, ve iki ay sonra da Ivy League'de okulların kullanımına açıldı. Amerika, Kanada, İngiltere, Meksika, Puerto Rico, Virgin Islands Üniversitesi, Avustralya üniversiteleri, Yeni Zelanda (New Zeland) üniversiteleri bu ağa katıldılar. Daha sonra da ".edu", ".ac", ".uk" gibi eğitim

¹⁰⁷ www.facebook.com/.../1.../facebook-tarihçesi.../171254212894938 04.02.2011 Facebook'un anlamı "paper facebook" teriminden geliyor: Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversitelerdeki ve okullardaki öğrencilerin, öğretmenlerin ve çalışanların kendini tanıtmak amaçlı doldurdıkları bir formdur. (age.)

kuruluşları uzantılarına sahip email adreslerine açıldı. 2006 yılında da facebook, geçerli e-posta adresine sahip herkesin, kayıt olabileceğini duyurdu; ama 13 yaş ve üzeri yaş kısıtlamasıyla kullanıma açıldı.

Mark Zuckerberg, Facebook'u kurarken yalnız değildi. Kurulum safhasında oda arkadaşları Andrew McCollum ve Eduardo Saverin'dan yardım aldı. Facebook kurulduktan sonra onun yaygınlaşmasına Dustin Moskovitz ve Chris Hughes katkı sağladı. Böylece Facebook MIT, Boston Üniversitesi ve Boston Yüksekokulu'na kısa bir sürede hızla yayıldı. Zuckerberg, McCollum ve Moskovitz Palo Alto'ya (California, Facebook'un merkez şirketi) taşınarak Adam D'Angelo ve Sean Parker yardımıyla Facebook'un geliştirilmesine devam ettiler. Bugün Facebook'da Mark Zuckerberg; kurucusu ve Ceo'su olarak; Dustin Moskovitz, kurucu yardımcısı ve mühendislikten sorumlu başkan yardımcısı olarak; Sheryl Sandberg, COO olarak; Owen Van Natta, finanstan sorumlu müdür ve operasyon olarak; Matt Kohler Hughes başkan yardımcısı- stratejik ve işletme operasyonu olarak; Chris Hughes, kurucu yardımcısı olarak; Peter Theil, yatırımcı olarak; Chamath Palihapitiya, başkan yardımcısı- pazarlama ve operasyon olarak; Gideon Yu, finanstan sorumlu müdür olarak; Li Ka-shing, yatırımcı olarak; Marc Samwer, yatırımcı olarak; Alexander Samwer, yatırımcı olarak görevlerini sürdürmektedirler. Facebook, yazılım geliştirmede birden fazla dil kullanmaktadır: web sunucuları Linux, Apache ve PHP kullanılmıştır; veritabanı sunucuları MySQL kullanılmıştır; arka planda Python, Perl ve Java kullanılmıştır; GCC ve Boots da kullanılan diller arasındadır.

Facebook, kullanıcılar için ücretsiz bir sosyal ağ sitesidir ve gelirlerini banner ve sponsor linklerden gelen reklamlar oluşturmaktadır. 2006 yılında sitenin haftalık reklam gelirlerinin 1.5 milyon dolar olduğu söylenmektedir. 2007 yılında Facebook, yeni bir uygulama olan facebook pazarını kullanıcılarına ücretsiz olarak kullanıma açtı. Bu uygulama sayesinde kullanıcılar ücretsiz olarak satılık ve kiralık ev ve iş ilanları verebiliyorlar. Facebook'un kısa sürede milyonlarca üyeye ulaşması ve başarılı bir şekilde bunu sürdürmesi bazı şirketlerin hemen ilgisini çekti ve Facebook'u satın alabilmek için yüksek tekliflerde bulundular; fakat Mark Zuckerberg siteyi satmamaya kararlıydı. Birçok gazetede ve dergide şirketle ilgili övgü dolu haberler çıkmıştır: 2007 yılında Newsweek'e kapak olmuş ve Newsweek tarafından Silikon Vadisi'nin en büyük şirketi olmaya aday olarak gösterilmiştir. Yapılan bazı araştırmalara göre 2009 senesinde dünyada en çok tıklanan ilk üç sitesinden birisidir. TechCrunch'a göre desteklenen ve grubu olan okulların öğrencilerinin %85'i bu

ağlar içinde yer almaktadırlar. Kullanıcıların yüzde 60'ı günlük olarak çevrimiçi olmaktadır. Yüzde 85'i en az haftada bir yüzde 95'i ise en az ayda bir çevrimiçi olmaktadır. Facebook yetkilisi Chris Hughes'e göre insanlar ortalama gününün 19 dakikasını Facebook'ta geçirmektedir.

Teknik açıdan Facebook, web otoriteleri tarafından en başarılı Web2.0 uygulamalarından biri olarak gösterilmektedir.

Mali açıdan da başarılı bir girişim örneğidir Facebook. 2006 yılında, MySpace'in News Corporation'a satılmasıyla Facebook'un da satılacağı söylentileri çıkmıştır. Zuckerberg ise facebook'u satmak istemediğini belirtmiş ve söylentileri yalanlamıştır. İlk teklifin Viacom tarafından 975 milyon dolar olduğu öne sürülürken; Eylül 2006'da Yahoo 1 milyar dolar teklifte bulunmuştur. Ekim ayında ise; Google YouTube'u satın aldıktan sonra, facebook için 2,3 milyar dolar teklifte bulunmuştur. Facebook yöneticilerinden Peter Thiel ise, Facebook'un iç değerinin 8 Milyar dolar olduğunu ve proje gelirlerinin 2015 yılı için 1 milyar dolar olduğunu söylemiştir. 24 Ekim 2007'de; Microsoft Facebook'un yüzde 1,6'lık hissesini 240 milyon dolar ödeyerek satın almıştır. Google ve diğer şirketler de benzeri bir yöntemle Facebook hisselerine yönelmektedir.



Bir Facebook ana sayfasının içeriği şunlardan oluşmaktadır:

- o 1. Fotoğraflar
- o 2. Armağanlar
- o 3. Pazar Yeri
- o 4. Dürtmeler
- o 5. Etkinlikler
- o 6. Video

- o 7. Uygulamalar
- o 8. Yabancı dil seçeneği

Fotoğraflar

Facebook'un fotoğraflar uygulamasıyla kullanıcılar kendilerinin ve arkadaşlarının resimlerini paylaşmaktadır. Paylaşım amaçlı kişisel fotoğraflar eklenebilmektedir.

Armağanlar

Armağanlar, Facebook'un Şubat 2007 tarihinde yaptığı bir uygulamadır. Kullanıcılar birbirlerine küçük ikonlardan oluşan hediyeler gönderebilmektedir. Bu ikonlar Apple tasarımcısı Susan Kare tarafından tasarlanmaktadır ve kullanıcılar bu hediyeleri gizli ya da açıkça vermektedir. Kullanıcılar isterse “hediyeler” kutusunu profillerinde de gösterebilir. Kullanıcılar hesaplarının açılmasıyla ücretsiz bir hediye verme hakkına sahiptir; bundan sonraki hediyeler ise 1 dolar ile ücretlendirilmektedir. Hediyelerin yüzde 50'si sevgililer gününde verilmektedir.

Bunun yanı sıra, Zachary Allia tarafından geliştirilen “Free Gifts” uygulaması gibi uygulamalarla, ücretsiz olarak da hediye gönderilebilmektedir.

Pazar Yeri

Mayıs 2007 itibarıyla; Facebook Marketplace (Facebook Pazar Yeri) uygulamasıyla; satılık eşyalar, kiralık/satılık ev, işler ve diğerleri olmak üzere bir market ortamı yaratmış ve burada kullanıcıların birbirleriyle alışveriş yapmasını sağlamıştır. Bu hizmetleri ücretsizdir. Bu hizmetten özellikle üniversite öğrencileri yararlanmaktadırlar. Birçok öğrenci kitap ve okul eşyalarını Facebook dolayısıyla satmaktadırlar. Ayrıca kiralık daireler ve evlerde Facebook dolayısıyla markete konmuştur.

Dürtmeler

Pokes (Dürtmeler) uygulaması ile bir kullanıcının diğer bir kullanıcıyı dürterek diyalog kurmasını sağlamaktadır. Bazen bu merhaba anlamına gelse de, aynı işi yapan X Me ve SuperPoke gibi facebook uygulamaları da bulunmaktadır. Bu uygulamalar, dürtme işlemini değişik varyasyonlarda yapılmasını sağlamaktadır.

Etkinlikler

Etkinlikler uygulaması ise; kullanıcıların arkadaşlarını belli buluşma oluşturabilir ve diğer kullanıcılar da bu etkinlikler için RSVP'lerini bildirebilirler.

Video

Facebook'un video uygulaması ise; kullanıcıların birbirlerine YouTube ve benzeri sitelerdeki videoları göndermelerinin yanı sıra, özel mesajlar da dahil olmak üzere video kamerasıyla görüntü kaydederek bunu mesaj olarak göndermesini sağlamıştır.

Uygulamalar

24 Mayıs 2007 itibarıyla Facebook, Facebook Platform adını verdiği altyapısı ile geliştiricilerin Facebook ile etkileşimli uygulamalar yaratmasına olanak sağlamıştır. Uygulamalar, Facebook API ile kolayca geliştirilebilir. 11 Ekim 2007 itibarıyla, Facebook'da 5500 üzerinde uygulama mevcuttur.

Yabancı dil seçeneği

30 Ağustos tarihinden itibaren Çeviriler Uygulaması ile mevcut olan diğer diller Almanca, Çekçe, Basitleştirilmiş Çince, Geleneksel Çince, Hong Kong Çincesi, Danca, Fince, Fransızca, Galce, Felemenkçe, İspanyolca, İsveççe, İtalyanca, Japonca, Katalanca, Korece, Lehçe, Bokmål Norveççesi, Brezilya Portekizcesi, Türkçe ve Rusça.

Ayrıca her sene 19 Eylül'de kutlanan “Uluslararası Korsan Gibi Konuş Günü” nü kutlamak için 19 Eylül 2008'de Korsan İngilizcesi seçeneği de mevcut oldu. 9 Ekim 2008'de beta halinde Galiçyaca, Macarca, Nyorsk Norveççesi, Rumence, Slovence ve Tayca sürümleri

mevcut oldu. 4 Eylül 2009'da beta halinde Arnavutça, 2 Ekim 2009'da Azerice, 24 Aralık 2009'da tam sürüm halinde Kürtçe sürümü eklendi.¹⁰⁸

III.2.2.Kullanımı ve Yaygınlaşması

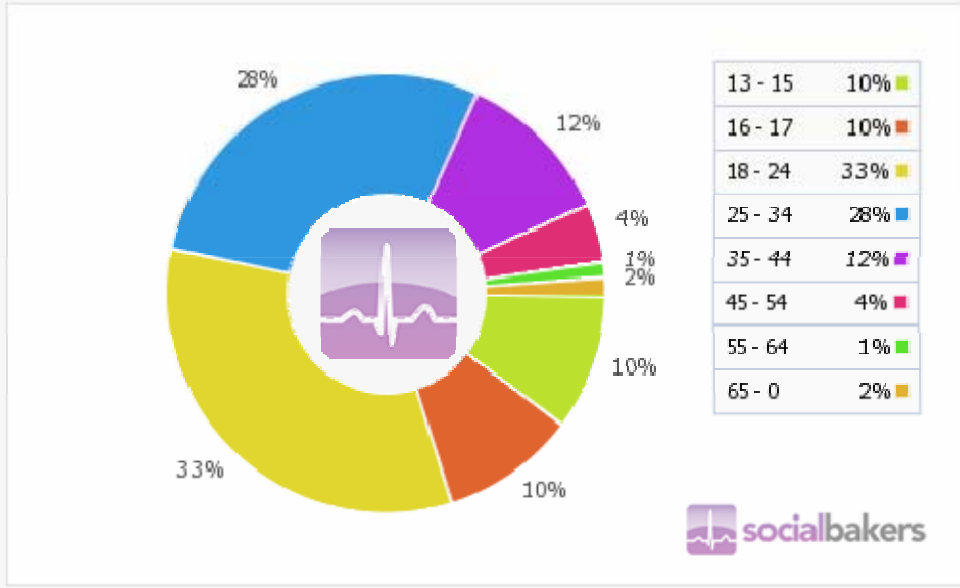
Facebook'un Ekim 2010 itibariyle kullanıcı sayısı tüm dünyada 500 milyonu aşmıştır. Artış halen devam etmektedir. En çok kullanılan ülkeler sıralamasında Türkiye 23 milyon 129 bin 20 (Ekim 2010) kullanıcı ile dördüncü sıradadır. Dünyada Facebook kullananların sayısı 517.8 milyona ulaştı. Dünyada Facebook kullanım penetrasyonu ortalaması ise yüzde 7.6 olarak belirlendi. En çok Facebook kullanılan bölge 150 milyon kullanıcı ve yüzde 43.3 penetrasyon ile Kuzey Amerika ve en az kullanan bölge 17 milyon kullanıcı ve yüzde 1.7 Afrika, ile birlikte 93,5 milyon kullanıcı ve yüzde 2.4 penetrasyon ile Asya bölgesi geliyor. Facebook'u en çok kullanan bölgeler arasında ikinci sırayı 34.7 milyon kullanıcı ve yüzde 33.4 penetrasyon oranı ile Avustralya ve üçüncülüğü ise Avrupa yüzde 19.9 penetrasyon oranı ve 162.1 milyon kullanıcı ile yer alıyor. Orta Doğu bölgesi ise Facebook'u kullanan sayısı 11.7 milyon kullanıcı ve yüzde 5.5 penetrasyon ile sonlarda yer alıyor. Latin Amerika Facebook kullanıcı sayısı 68,1 milyon ve Facebook penetrasyon oranı ise yüzde 12.4 oranında bulunuyor. Türkiye ise "Internet World Stats " Mart 2011 verilerine göre 78.7 milyon nüfusu, 27.5 milyon Facebook kullanıcı ve Facebook penetrasyon oranı ise yüzde 34.9 oranında Dünya ortalamasının çok üzerinde bulunuyor. İspanya nüfusu 46.7 milyon, Facebook kullananların sayısı 13.8 milyon ve facebook kullanım penetrasyon oranı yüzde 27.6, Almanya nüfusu 81.5 milyon facebook kullananların sayısı 17.9 milyon ve facebook kullanım penetrasyonu yüzde 22 olduğu, Fransa ise nüfusu 65 milyon, Facebook kullanıcı sayısı 21.8 milyon ve Facebook kullanım penetrasyonu ise yüzde 33.5 oranında bulunuyor. Yunanistan 10.7 milyon nüfusu, Facebook kullanım sayısı 3.2 milyon ve Facebook penetrasyon oranı ise yüzde 30.3 olduğu görülüyor. Türkiye'de

¹⁰⁸ <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook#note-dil-4#note-dil-4> 04.02.2011

Facebook kullanımının, İspanya, Almanya, Fransa, Yunanistan gibi AB ülkelerinden daha çok olduğu görülüyor.¹⁰⁹

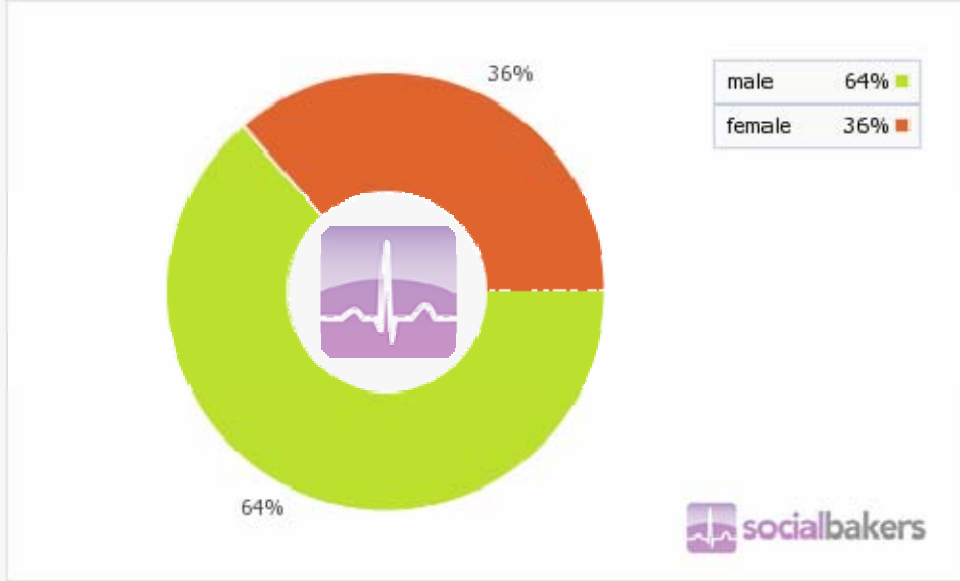
Ülkemiz dünyada en çok Facebook kullanıcısı olan dördüncü ülke ve İstanbul en çok üyeye sahip ikinci şehir unvanına sahip.

Türkiye’de Facebook kullanıcılarının yaş dağılımı şöyledir:



¹⁰⁹ http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook#cite_note-5#cite_note-5 04.02.2011

Türkiye’deki Facebook kullanıcılarının cinsiyete göre dağılımı ise şöyledir:



Facebook sosyal paylaşım sitesine yönelik katılım değişik araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Dünya üzerinde, başta ABD olmak üzere, birçok üniversiteden araştırmacılar Facebook kullanıcı profilleri hakkında somut verilere dayalı araştırmalar yapmış ve halen dahi yapmaktadır. Kullanıcı profillerini, genellikle, cinsiyet, yaş ve konum açısından sınıflandırarak, verileri betimsel istatistikle analiz eden araştırmacılar, anket uygulamasıyla kullanıcıların Facebook'a katılım nedenlerini ve kimleri arkadaş olarak seçtiklerini veya arkadaş kabul ederken ne gibi kriterleri göz önünde bulundurdıkları üzerinde durmuşlardır. Bu türden kullanıcı profilleri odaklı araştırmaların yanı sıra, Facebook'un bireysel ve sosyal yaşam üzerindeki etkilerine yönelmiş çeşitli kurumsal araştırmaların sonuçları, bize bu sosyal paylaşım sitesi hakkında bir dizi uyarılarda bulunmaktadır. Örneğin, Amerikan Pediatri Akademisi'nden Dr.Gwenn O'Keeffe, Facebook'un depresyona yol açabileceği ve bu bakımdan çocuklara zararlı olabileceğini belirtmiştir. Amerikan Pediatri Derneği'nin yeni

sosyal medya kılavuzunun başyazarı Dr.O'Keeffe, "Bazı çocuklar, facebook sayfalarındaki hareketliliğe yetişemediklerini düşünürlerse kendilerini daha kötü hissedebilirler. Facebook, gerçek hayatta olup bitenleri çarpıtılmış biçimde yansıttığı için, çocuk için kalabalık okul kantininde hep tek başına kalmaktan daha zararlı olabilir" demektedir. Dr.O'Keeffe'ye göre, "facebook, yeniyetmelerin, ergenlerin zamane gençlerinin mahalledeki oyun yeri gibi"dir. Bu yüzden, arkadaş edinme gibi yararları gözardı edilmemeli ama aşırı kullanım tehlikesini de unutmamalı.¹¹⁰

Öte yandan, Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Mutlu Binark ve öğrencilerinin araştırmasına göre ise Facebook, iletişimin yanı sıra "gözetleme" ve "boş zaman geçirme" aracı olarak da görülüyor.

"Kolektif Üretim" adı altında google grup kurup, ortak tek hesap açan Binark ve öğrencileri Ayşenur Yıldırım, Çağdaş Gümüşoluk, Eser Aygöl, Murat Haner, Senem Börekçi, Serpil Öztürk ve Tuğrul Çomu'nun araştırmasının sonuçlarına göre, kimine göre "buluşma yeri" olan Facebook, bazıları için "yalnızlık duygusunu gideren veya sosyal ilişki düzeyini belirleyen araç" olarak anlam kazanıyor.

Binark'a göre, Facebook, kullanıcıların farklı beklentilerini karşılamaktadır; "iletişim, gözetleme ve eğlence aracı olarak getirilen ve kendi içlerinde daha ayrıntılı olarak düşünülmesi gereken tanımlamaların yanı sıra, dikkat çekici bir diğer yön de bu araca yönelik 'yalnızlık duygusunu hafifleten', 'sosyal ilişki düzeyini belirleyen' araç tanımlamalarının getirilmesi"dir.

Binark, araştırma verilerinden Facebook kullanıcılarının "arkadaşlarının yaptıkları ile onların ilişkilerini gözetlemekten, aynı zamanda da kendilerinin gözetlenmesinden hoşnut olduğunun" ortaya çıktığını belirterek, "Bu nedenle de çevrimdışı gündelik yaşamlarında meydana gelen her olayı duvarlarında duyurmakta, fotoğraf albümüyle paylaşıyorlar" demektedir. "Facebook kullanıcılarının sanal uzamdaki bu varoluş biçiminin aslında kamusal bir paylaşım" olduğuna dikkati çeken Binark, böylece "mahrem olanın" sınırlarının değiştiğini savunmaktadır.¹¹¹

¹¹⁰ www.psikoloji.gen.in/facebooka-cok-dikkat.html 28.03.2011

¹¹¹ www.cnnturk.com 28.03.2011

III.3.Mahremiyetin İfşası

III.3.1.Gözetim ve Tarihçesi

Gözetim kavramı iki farklı anlamda ele alınabilir. Birinci anlamıyla gözetim, hakkında toplandığı bireylerin davranışlarını yönetmek üzere kullanılabilen şifrelenmiş bilgi birikimini ifade ederken, ikinci manasıyla bazı bireylerin davranışlarının, üzerelerinde otorite kuran diğerlerince doğrudan izlenmesini içermektedir. Bunlardan birincisini “depolayarak gözetim”, ikincisini “izleyerek gözetim” oluşturmaktadır.¹¹²

Gözetim kavramı sadece içinde bulunduğumuz döneme ait bir kavram değildir. İnsanlar tarih boyunca ne yaptıklarını kontrol etmek, kaydettikleri ilerlemeleri izlemek ve daha da kıymetli olan toplumsal örgütlenme ve koruma maksadıyla diğerlerine bakmış ve onları gözetlemişlerdir. Antik dönem yöneticileri Mısır’da olduğu gibi vergi, askerlik hizmeti ve göç gibi amaçlarla nüfus kayıtlarını tutmuşlardır. İsrail’in göçebe halkında bile, M.Ö.15.y.y.’da topluluğa ilişkin ayrıntıları kaydetmek üzere birden fazla nüfus sayımı yapıldığı görülmektedir.¹¹³

Ancak bu dönemde söz konusu olan gözetleme yalnızca bu kısıtlı faaliyetlerden oluşmaktaydı. Askerlik hizmetini düzene sokmak, vergileri düzenli olarak toplamak amacı haricinde etkin bir gözetimin varlığında söz etmek olası değildi. Devletin toplum ve ülkesi üzerindeki gözetimi, etkin bir halde modernizmin erken dönemleriyle beraber doğmuştur. Modern öncesi cemaat toplumlarında, bireylerin güvenliklerini tesis etmek adına etkin bir devlet gözetimi olmadığından, bu dönemdeki bireylerin güvenliklerini sağlamak ve tehlikeye karşı savaşmak için kullanmayı öğrendikleri tek silah, kendilerinin yoğun sosyallikleriydi. Bir köy ya da kasaba sakinleri bu yoğun sosyalleşme nedeniyle, birbirlerini rahatlıkla ve yakından tanıyabiliyorlardı. Çünkü birbirlerini yaşamın farklı şartlarında ve çok farklı koşullarda izleme olanağına sahiptiler. Bu bağlamda bahsedilen küçük yerleşim alanlarında şeffaflık söz konusuydu. Ancak şeffaflığın sağladığı güvenlik hissi de yalnızca birbirini tanıyan bireylerin oluşturduğu bu küçük yerleşim alanları ile sınırlıydı.¹¹⁴ Dolayısıyla bu dönemde, cemaat şeklinde örgütlenmiş bireylerin, birbirleri üzerinde uyguladıkları denetim yalnızca izlemek yoluyla gözetimden ibaretti.

¹¹² David Lyon, **Gözetlenen Toplum:Günlük Hayatı Kontrol Etmek** (ç.Gözde Soykan), Kalkedon Yayınları, İstanbul 2006, s.14

¹¹³ David Lyon, **age**.s.39

¹¹⁴ Zygmunt Bauman, **Yasa Koyucular ile Yorumcular** (ç.Kemal Atakay), Metis Yayınevi, İstanbul 1996, s.51

Modern öncesi insanın bu küçük güvenli dünyası için onaltıncı yüzyıl ile birlikte tehlike çanları çalmaya başlamıştır. Hızla artan nüfus ile beraber herkesin tanıştığı minik yerleşim yerleri, yerlerini birbirini daha az tanıyan insanların oluşturduğu ve nispeten büyük olan şehirlere bırakmaya başladı. Bu arada artan insan sayısı ile paralel olarak yerleşim yerlerinde, yersiz-yurtsuz insan tiplerine rastlanır oldu.”efendisiz insanlar-aylaklar” diye nitelenen bu kişiler, cemaat toplumundaki bireyler gibi iyi gözetlenemediklerinden, toplum adına tehlike olarak görülmeye başlandılar. Bunların sayısı gittikçe artıyor; ancak, kaygısızlıkları nedeniyle, cemaat toplumunun bir parçası haline getirilemiyorlar ve ehlileştirilemiyorlardı. Güven içindeki cemaat topluluklarına, büyük darbe vuran bu kitlesel fazlalığın en önemli etkisi, uzun vadede devletin sosyal hayattaki rolünü tamamen değiştirmek şeklinde olmuştur. Eskinin cemaat toplulukları, bu kitleyle başa çıkamıyordu. Eskiden problemsiz yürüyen ”ben seni gözetliyorum, sen beni gözetliyorsun” cemaat denetim sisteminde çatlak oluşmuştu. Bu nedenle, toplumsal iktidarın rolünün yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.

Bu dönemde kanun koyucular, efendisiz ve aylakları daha görünür kılmak ve böylelikle gözetlenebilirliklerini arttırmak için farklı bir takım araçlara yöneldiler. En basit yol, her sığır yetiştiricisinin bildiği damgalama yöntemi idi. Bu dönemde sığırları ayırmak ve başıboş olanları belirlemekte kullanılan bu yöntemin uygulanması, başıboş insanları kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Cemaatleşmeye dayalı gözetimin sonunu getiren efendisiz aylakları daha görünür kılmak ve gözetleyebilmek için alınan tedbirlerin arasında en ciddi sonucu doğuran ise zorunlu kapatılma olmuştur. Foucault’un “büyük kapatılma” olarak ifade ettiği bu olaylar zinciri onyedinci yüzyılda bu efendisiz ve aylaklarla beraber, toplumda onlar gibi başıboş dolaşan ya da tehlike arz eden suçlu, deli, sarhoş ve hastalıklıların (cüzamlı ve vebalı gibi) da kapalı mekanlarda zoraki olarak gözetim altında tutulmalarını ifade etmektedir. Bu dönemde, efendisiz-aylakları gözetleme amacıyla, eskiye (cemaat toplumuna) dönük arayışların olumlu netice vermemesi sonucunda fark edilmişti ki, gözetim, ancak amaçlı olarak ve yapay bir şekilde oluşturulan kapalı alanlarda mümkün olabiliyordu. Efendisiz-aylakların, onları mütemadiyen denetleyecek komşuları yoktu. Bu tehlikeli grup üzerinde yapılan tüm kolektif denetim çalışmaları, geçici bir süre etki göstermiş olsa da, bir süre sonra gözetimden bir şekilde kaçma yolunu bulmuşlardı. Bu sebepten dolayı, tehlikeli gruba dahil sayılanlar, zorla belirli kapalı alanlara koyulurlarsa her an denetlenmeleri mümkün olabilecek,

gözetimden kaçamayacaklar ve böylece de küçük cemaat toplumundaki şeffaflık yeniden onlar açısından da sağlanabilecekti.¹¹⁵

Bu düşüncenin doğuşunda vebalı bölgelere uygulanan gözetimin ciddi etkileri olmuştur. Bir kentte veba salgını çıktığında sözü edilen kent derhal çevrelenir ve giriş-çıkışlara kapatılır, aksine davranışların cezası da ölüm olurdu. Kurallara uyulup uyulmadığı çok sıkı bir şekilde görevlilerce denetlenmekteydi.¹¹⁶ Böylelikle vebalı kentler için getirilen uygulamalar fark edilmesini sağladı ki bireyleri sabit bir yere kapatmak, tüm davranışların denetlendiği, iktidarın hiyerarşik ve mütemadiyen icra edildiği, tüm bireylerin kapalı mekândaki tüm noktalarda gözetlendiği disiplinsel bir modeli oluşturmaya imkân vermektedir. Başta vebalı kentler için düşünülen bu sistem zamanla, efendisiz-aylakları, delileri, tehlikeli hastaları gözaltında tutmak için de uygulanır oldu ve sonuç itibarıyla “büyük kapatılma” olarak nitelenen tarihsel süreç doğdu.¹¹⁷ Hapishaneler, düşkünler evi, darülaceze, hastane ve akıl hastaneleri bu kapatılmanın uygulandığı ve dolayısıyla cemaat toplumunun şeffaflığının sağlanmaya çalışıldığı yerler olarak önemli rol oynamışlardır.

Büyük kapatılmanın gerçekleştirilmesi, modernliğin başlarına (erken modern döneme) denk gelmektedir. Ancak gözetim, modern dönemle birlikte başlamamıştır; modern öncesi toplumların gerçeği olan *cemaatleşme* yeterli ölçüde gözetim sağlıyordu. Cemaat toplumundan modern topluma geçiş sürecinde en önemli değişim gözetimin karşılıklılığının sona eriydi. Bu yeni dönem beraberinde gözetim artık bu işi meslek edinenlerce yapılmaya başlanmıştır.¹¹⁸

Sosyal yaşamın kurumsallaşmış bir şekilde yaygın olarak gözetimi modernizmle beraber ortaya çıkmıştır. Ancak bu modern dönem aynı zamanda demokrasiye ilişkin değerlerinde hızla yükseldiği dönemdir. Bu itibarla gözetim, paradoksal biçimde aydınlanma ve demokrasiyle paralel olarak yaygınlaşmıştır. Dolayısıyla tarihsel olarak gözetimin gelişmesi karmaşıktır. Kimin kimi gözlediği ve etkileri belirli bir dönemdeki belirli sosyal durumlara atıf olamadan ortaya koyulamaz.

¹¹⁵ Zygmunt Bauman, *age*.s.,58

¹¹⁶ Michel Foucault, **Hapishanenin Doğuşu** (ç.Mehmet Ali Kılıçbay), İmge Kitabevi, Ankara 2006, s.290

¹¹⁷ Michel Foucault, *age*., s.292

¹¹⁸ Michel Foucault, *age*., s.293, 294

İnsanlık tarihinin modernliğe denk gelen bölümü boyunca devlet, egemenliği altındaki insanları, koyduğu yasalara uyumlu bireylerden oluşan bir toplum haline getirmeyi kendine misyon edinmiştir. Akla dayalı, rasyonel şekilde oluşturulan böyle bir toplum, modern devletin nihai amacı olarak görülmekteydi. Rasyonel bir toplum oluşturma amacıyla modern devlet, toplumsal yaşamın birçok alanına el atmış durumdadır. Doğrudan el atmadığı sosyal ağlarıysa çoğu kez gözetlemektedir. Devlet rasyonel toplumu oluşturmak için sosyal hayatın büyük bölümüne müdahale eder ve toplumu istediği şekilde yönlendirmek için kurallar koyar.¹¹⁹

İletişim teknolojilerindeki gelişmeleri bu açıdan da sorgulamak gerekir. Zira teknolojinin doğasını incelerken, teknolojik gelişmelerin çeşitli toplumsal ve politik etkenlerle ortaya çıktığı, toplumdaki güç dağılımıyla, ideolojik denetimle yakından ilişkili olduğu çoğunlukla gözden kaçırılmaktadır. İktidarla bilgi arasında çok sıkı bir ilişki vardır. Her iktidar bilgiye gereksinim duyar. Bilgi iktidara meşruluk ve etkinlik kazandırır. Bilgiye sahip olmak demek iktidar olmak demektir çünkü. Toplumu kontrol etmek, öncelikle onu iyi tanımayı ve bilmeyi gerektirir. Kontrol edilmek istenen toplumu bilmenin yolu onu gözetlemekten geçer. Bu nedenle iktidarlar açısından, kontrol amacıyla toplumu tanımak ve bilmek zaruridir.¹²⁰

Tüm dünya vatandaşları devletlerinin gözünde artık sayısal bir veriden ibaret olup her an izlenebilmektedir. Bilgisayarların veri tabanları devlet için, kendisinin hazırlamasına gerek kalmadan sistemin kendisinin tüm verileri kaydettiği bir ortamdır. Devlet için bilişim ortamı İP numaralarıyla kayıt altına alınmış post-modern hapishanelerdir. Bu anlamda, internet ağı, bir bakıma, devletlerin muhbir ağıdır da denebilir.

III.3.2.Yeni İletişim Ortamlarında Gözetim

Günümüz toplumunda teknoloji alanında ortaya çıkan yenilikler genelde olumlu bir değişimi ifade etmekle beraber, toplumsal alanda bazı radikal dönüşümlere de yol açmakta, enformasyon toplumu gibi iyimserlik yayan kavramlar, iktidarların toplumu denetleme

¹¹⁹ Hakan Karakehya, “Gözetim ve Suçla Mücadele”, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, cilt 58, sayı.2,s.331, 2009

¹²⁰ Hakan Karakehya, *age.*, s.334

maksatlı uygulamalarına eşlik ettiğinde, gözetim toplumunun habercileri haline gelebilmektedir.

Bilişim teknolojilerinin gücü ve sağladığı olanaklarla, doğru bilginin yanında yanlış bilginin de yayılabilmesi ve bilginin manipülatif amaçlarla kullanılabilme potansiyeli taşıması, çağımızın önemli sorunsalları arasında yer almaktadır. Kişilere ait özel bilgiyi taşıyan kişi ve kurumlar, bu bilgiye ilişik olarak sorumluluk taşımaktadırlar. Kişi ve kurumların başkalarına ait taşıdıkları bilgiyi, bozulmadan korumaları, kişisel bilgilerin açıklanan amaç dışında kullanılmaması, bu bilgilerin kişilerden habersizce başka kişi ve kurumlara verilmemesi, bu sorumlulukların en temelleridir. Mahremiyeti tehdit eden başlıca sorunsallar ise, kişilerin elektronik postalarının okunabilmesi, internet üzerinde hangi sitelere girdiğinin izlenebilmesi, kamera ve mikrofonlarla gözetlenebilmesidir. Özel yaşamların izlenmesi, hem insan onuruna aykırı, hem de özgürlüğü zedelediği için etik dışıdır. Gözetlenen bir insan, doğasına uygun davranmayacağı için doğallıktan da uzaklaşacaktır.¹²¹

Bugün, bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmeler sayesinde bireylerin özel yaşam alanlarına ya da mahremiyet haklarına saldırılar oldukça kolaylaşmış bulunmaktadır. Böyle bir atmosferde bireyler, bundan böyle telefon konuşmalarının dinlenmeyeceğinden, elektronik posta iletilerinin okunmayacağından, özel yaşamlarına dair bilgi ve fotoğrafların gazete sayfalarında ve ya televizyon ekranlarında yer almayacağından, sağlık durumlarına dair tıbbi kayıtlarının güvenliğinden, mali durumlarına ilişkin verilerin başka kişi ve kuruluşlara pazarlanmayacağından emin olamamaktadırlar. Bu sebeple de siber uzay çağında mahremiyet alanının gittikçe işgalinden söz edilmekte ve bu alanın korunması için yeni hukuksal düzenlemeler getirilmesi talep edilmektedir.¹²²

“Enformatik gözetim” yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren ortaya çıkan ve ileri teknoloji sayesinde doğan bir alanı kapsar. Enformatik gözetim, telefonların dinlenmesiyle

¹²¹ Gözde Dedeoğlu, “Bilişim Toplumunda Ortaya Çıkan Etik Sorunlar ve Tıp Bilişimi”, <http://www.bilisimgrup.com/index.php?option=content&task=view&id=225&Itemid=0>. 10.01.2011

¹²² Mehmet Yüksel, “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, sayı 83, Ankara 2003, s.183

başlayan bir sürece kadar geri götürebilirse de asıl devinimini, telekomünikasyon, bilgisayar ve uydu teknolojisine borçludur.¹²³

Özünde 1960'lı yıllardan itibaren dünya kapitalist sermaye birikiminde yaşanan krizi aşmanın bir yolu olarak ekonomik yeniden yapılanmayı tanımlayan post-fordizm, iletişim teknolojileri aracılığıyla denetimin toplumsal yaşamda kurumsallaştırılmasının önünü açmıştır. Post-fordist yaklaşıma göre, yeni zamanların merkezi sanayileri, enformasyon teknolojileri ve mikro elektroniğe dayalı üretimdir. Yeni teknolojiler, daha yoğun bir otomasyona olanak tanımakta ve üretimin, esnek, otomatik ve derli toplu olmasını sağlamaktadır.¹²⁴ Kendiliğinden yeni sosyal ilişkiler üretmeyen ama eskisini de tam anlamıyla karşılamayan veya yeniden üretmeyen yeni teknolojilerle beraber post-fordist dönemde gözetim geleneksel gözetimi geçmiştir.¹²⁵ Veri güvenliği sistemleri, satış denetimleri, telefon operatörleri ve telefon konuşmalarıyla diğer tüm iletişimlerin kontrolü, gözetimin aşırılığının tipik araçlarıdır. Bunlar, kim olduğumuzu, nerede ve kiminle yaşadığımızı, nasıl kazanıp nasıl harcadığımızı bilirler. Aslında bu bir sosyal denetim dünyasıdır.

Bilgisayar çağında gözetim açısından farklılaşan noktalardan biri, davranışlarımızın rutin şekilde izlenmesiyle üretilen verilerin saklanması ve gelecekteki bir zamanda ulaşılmasındaki kolaylıktır. Günlük yaşamımızda gittikçe daha da elektronik kayıt üreten etkileşim ve işlemlerimiz sonucunda yaşıtımız isteğe göre analiz edebilir ve yorumlanabilir olmuştur. Siber ortamlardaki işlemlerin oluşturduğu taranabilen kayıtların üretimi, malların dünyasında olduğundan çok daha kapsamlıdır. Örneğin bir web sitesi, ziyaretçi her bir reklama ve ya ürünler ve hizmetler hakkında daha fazla bilgi almak için bağlantılara tıkladığında, bir kayıt üretir.¹²⁶

Gözetimin sistematikleşmesi ve toplumsal yaşamı tümüyle kapsamaması, modernitenin başlıca getirilerinden olan ulus-devlet ile başlamış ve dünyanın iki bloğa ayrılmasıyla birlikte

¹²³ Uğur Dolgun, **Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu: Küreselleşen Dünyada Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri**, Ötüken Neşriyat, İstanbul 2008, s.133-135

¹²⁴ Nilüfer Timisi, *age*, s.103, 104

¹²⁵ David Lyon, **Elektronik Gözetim Toplununun Yükselişi** (ç.Dilek Hattatoğlu), Sarmal Yayınevi, İstanbul 1997, s.123-126

¹²⁶ http://www.behlulcaliskan.com/wpcontent/uploads/2010/05/yeni_iletisim_ortamlarinda_gozetim.pdf
08.05.2010

bir uzmanlık alanı haline gelmiştir. Enformatik gözetimin aslında ilk dönemi olarak kabul edilebilecek bu evrede, oyunun baş aktörleri ulus-devletlerle onların istihbarat servisleri olmuştur. Ulusal güvenlik yanında, ekonomik kaygılarında öne çıkmaya başladığı günümüzde, yüksek teknolojinin sunduğu imkânlarca gerçekleştirilen istihbarat faaliyetleri, başta internet olmak üzere, elektronik gözetimin diğer biçimlerinin gündelik yaşamın her alanına yansıdığı alanlarda görülmektedir. Telekomünikasyon, uydu, bilgisayar, internet, veri yazılımı vb. enformasyon teknolojilerinin arasındaki ortaklık neticesinde artık yer küre, bir yandan sürekli olarak uydularla gözetlenirken, diğer taraftan da bilgisayarlar yoluyla ulaşılan enformasyon ayrıştırma, sınıflandırma ve anlamlandırmaya tabi tutulmuş, böylece işin içine “yapay zekâ” girmiş, insanlara, kurumlara, devletlere ait her tür bilgi artık sır olmaktan çıkmıştır.¹²⁷

Yirminci yüzyılı belirleyen rutin gözetleme, genel olarak özel alanlarla sınırlandırılmıştı. İnsan bedeni, bu bedenleri yerinde tutmak için harfî harfine kâğıt üzerinde dizayn edilmiş bir şekilde, hapishane ya da fabrika gibi belirli alanlarda izlenmekteydi. Kişisel detaylar, bürokratik amaçlar için kâğıt dosyalarda kaydediliyordu. Fakat bu yüzyılın ilerleyen bölümünde gözetleme, yeni teknolojilerle birlikte küreselleşmiş ve yeni boyutlar kazanmıştır. Küresel veri akımları sizi mesleğinize ve hobilerinize göre vatandaş ya da müşteri kimliğiyle kayıt altına alır. Kredi kartı bilgilerimiz, e-postalarımız, telefon görüşmelerimiz, SMS’lerimiz vb. pek çok çeşit kişisel veri, dünya etrafında dönen toplu elektronik bilgi iletişim ağı yoluyla (herhangi bir amaç ya da sebeple) buluşmaya ve ilişkilendirilmeye adaydır. Bu veri akımlarındaki detaylar bireyleri kategorilere ayırmak ve vatandaşlık veya müşteri ilişkilerine dair herhangi bir işlem için hedef olarak belirlemek amacıyla kullanılır.

Kişisel hayatımızın en hassas ayrıntıları, her gün büyük özel şirketlere ve devlet dairelerine ait dev bilgisayarların veri tabanları içinde toplanıyor, saklanıyor ve işleniyorlar. Şehir hayatında bir banka makinesinden para çekmek, broşür doldurmak, kredi kartı kullanmak, kütüphaneden kitap almak, internete girerek çeşitli bilgilerimizi vermek, bilgilerimizi internet ortamında bırakmak gibi sıradan görünen işler, hayatımızın

¹²⁷ Uğur Dolgun, *age.*, s.135-143

vazgeçilmezleri haline gelmiştir. Ancak tüm bu ilişki türleri bilgisayarlar ve ona bağlı sistemler üzerinde iz bırakmaktadır. Modern hayat adını verdiğimiz bu faaliyetler, bir nevi elektronik gözetim altında olmaktadır.¹²⁸

Modern insan, kişisel takip yapılmadan toplum içinde nasıl izlenmektedir? Günümüzde mağaza ve bankalar, indirim ve taksitlendirme gibi promosyonlarla insanları kredi kartı olmaya teşvik etmektedirler. Bu kartlarla yapılan her alışveriş, bankanın bilgisayar sistemleri üzerinde kullanıcı ile ilgili kayda ekleniyor ve bu veriler mağazaların daha etkin satış teknikleri geliştirmesi için temel alınıyor. Sadece kredi kartının takibiyle bir kişi hakkında, bankadaki para miktarı, borçlar, aldıkları, yedikleri, giydikleri, sık uğradığı mekânlara ilişkin bilgiler, haftanın hangi günlerinde marketten kaç şişe içki aldığı ya da çocuğu olmadığı halde çocuk bezi aldığı, kaldığı, gezdiği yerler, sağlık harcamalarından ise hastalıkları öğrenilebilir.

İnternet'te gezerken izlenmek de bir başka sorundur. Web sitelerinin kullanıcının işlemcisine gönderdiği *cookie*'ler aracılığıyla sitenin en son hangi kısmını ve ne zaman ziyaret ettiğinizi takibi ve kayıt altına alması mümkündür. Web de birçok belge ya da programa erişmeden web sunucu tarafından önce bir form doldurarak kişisel bilgilerimizi vermemiz isteniyor.¹²⁹

Günlük hayatın olmazsa olmazlarından biri olan kredi kartı harcamalarından, alışveriş alışkanlıklarımız tespit edilerek, bunlar dev firmalara satılarak haksız kazanç elde edilmektedir. Kişilere ait verileri, ticari kar amacıyla kullanmak için bilgisayarlar çok kolaylaştırıcı imkânlar sunmuştur. Bazı firmalar kredi kartlarıyla yapılan alışverişler, telefon konuşmaları, süpermarket kayıtları ve diğer bazı finansal işlemler aracılığıyla sıradan vatandaşın tüm günlük yaşamına ilişkin verileri bilgisayarların hafızalarında depolamaktadır. *The Economist*'e göre Acxom Corporationin Conway adlı bir şirket veri banksında Amerikan hane halkının yüzde 95'inin kamusal ve tüketim enformasyonunu muhafaza edebilmektedir. Alışveriş alışkanlıkları tespit edilen kişiler istenilen alışverişe yönlendirilebilmektedir. Kişiler bu

¹²⁸ David Lyon, **Gözetlenen Toplum:Günlük Hayatı Kontrol Etmek**, s.180

¹²⁹ <http://www.genbilim.com/content/view/8025/91> 15.01.2010

yönlendirmeden habersiz olduklarından haksız ticarete zorlanmış olacaktır. Bu da kişisel haklara tecavüz sayılabilir.¹³⁰

Anayasamızın (TC Anayasası Md.20-21) ve insan hakları evrensel beyannamesinde belirtilen (B.M. İnsan Hakları Evrensel Bildirisi, Md. 12) ve tüm dünyada geçerli olan “özel hayatın korunma ilkesi”, bireylerin tüm dış etki ve baskılardan uzak olarak, kendi başına özgürce bir takım faaliyetlerini sürdürdüğü ve dokunulmazlığı bulunan yaşamsal alandır. Toplumsal bir varlık olan insani birçok faaliyette toplumla beraber hareket etse de, her bireye kendi kişiliğini tüm saflığıyla yansıtabileceği bir alanı anayasal özgürlük olarak tanımak, temel insan haklarının da gereğidir. Fakat tüm açıklığıyla görmekteyiz ki hem ülkesel anlamda hem de küresel anlamda insanları bir birey olarak görmek yerine, her kişi ekonomik değeriyle var olabilen birer kodlanmış simge durumundadır. Özel hayat ve mahremiyetin korunması tamamıyla aykırı düşüncelere sahip, toplumsal mutabakata karşı olan kişilerin savunduğu bir kavram olarak kalmaktadır.

Elektronik gözetim, özel yaşam ve mahremiyet sorununu da gündeme getirmektedir. Özel yaşam ya da mahremiyet, genel olarak kişilerin yalnız başına kalabildikleri, isteklerince düşünüp davranabildikleri, başkalarıyla herhangi yer zaman ve koşullarda ne ölçüde ilişki ve iletişim kuracaklarına bizzat kendilerinin karar verdikleri bir alan ve bu alanda sahip olunan haktır. Bununla beraber insanın günlük yaşamının çok önemli bir parçasını oluşturan mahremiyet hakkı başkalarını dışlamak ve ya onlarla tüm ilişkinin kesilmesi anlamı taşımamaktadır. Sadece kişinin kendi hayatını başkalarıyla ne ölçüde paylaşacağını kendisinin belirlemesidir.

Modernleşme sürecinde, bireyin bir topluluk ve ya grup mensubu olmaktan çıkarak kendi başına değer taşıyan bir varlık olarak görülmesi sonucunda, bireysel hak ve özgürlüklerden söz edilmeye başlanmıştır. Bu doğrultuda, başlangıçta kişilik hakkı olarak değerlendirilen mahremiyet hakkı, zamanla apayrı ve özel bir hak kategorisi haline gelmiş ve bugün birçok anayasa, medeni kanun ve uluslar arası sözleşmede tanınıp düzenlenen bir niteliğe kavuşmuştur. Bununla beraber mahremiyet hakkı, gerek bireysel yaşam, gerekse toplumsal yaşam bakımından taşıdığı önem dolayısıyla farklı eğilim ve görüşlere sahip düşünürlerce sürdürülen ciddi tartışmalara konu olmaktadır.

¹³⁰ Eşref Adalı, ”Kişisel Bilgilerin Korunması”, **Bilişim ve İnternet Teknolojilerinin Ceza Hukuku Açısından Doğurduğu Yeni Sorunlar Sempozyumu**, Bursa, 2001,s.30-34

Toplumsal yaşamda mahremiyete duyulan ihtiyaç farklı görünümelerde ortaya çıkar. Yalnız kalma ve ya tek olma isteği bu görünümelerin en yaygınıdır. Başka bir görünümü ise arkadaşlar, yakın tanıdıklar ve sevgililer gibi kimselerle, diğer kimselerin müdahalesinden ve gözetiminden uzak olarak ilişki ve iletişim kurma arzusu olarak ortaya çıkar. Üçüncü olarak, kişisel olarak tanınmadan, yani dikkatleri üzerine çekmeden kamu yaşamına katılma talebini ifade eder.¹³¹

Ancak, genel olarak tüm görünümüleriyle mahremiyet hakkı kişilerin kamu yaşamına katılıp katılmama veya hangi düzeyde katılacaklarını belirleme yetkisine sahip oldukları anlamına gelir. Mahremiyete yönelik başlıca tehditler olarak, *kendini ifşa etme*, *merak* ve *gözetleme* sayılabilir. Mahremiyet, her zaman başkaları tarafından saldırıya uğramaz; aynı zamanda bizzat kişinin kendisince de ihlal edilebilir. Kişiler, çevrelerinde bulunan kimselere kendileri hakkında yaptıkları ifşaatlarla özel yaşam alanlarını oldukça sınırlandırabilirler. Yani kişiler, kendi gelirleri, cinsel davranışları, siyasal eğilimleri, dinsel inançları ve sabıka kayıtları hakkında başkalarına bilgi verebilmektedirler. İkinci tehdit kaynağı olarak merak, esasında evrensel bir insani eğilimdir. Alışılmış biçimleri içinde merak, aile, komşuluk ve grup hayatının bir parçası olarak işler. Bu çerçevede merak, kişilerin bir sosyal çevrede nelerin vuku bulduğunu, nelerin kişinin özel yaşam alanına ve ya mahremine ilişkin olarak gizli kaldığını bilme isteğini ifade eder.

Mahremiyete dönük tehdit kaynaklarından üçüncüsü olan gözetleme ise, temel sosyal kontrol araçlarından. Ana-babalar çocuklarını, öğretmenler öğrencilerini, ustabaşılar çalışanlarını, dinsel önderler müritlerini, polisler sokakları ve mekânlar devlet kuruluşları vatandaşların mevcut düzene uyumlarını izler. Gözetim teknikleri, tarihsel süreçte giderek gelişmiştir. Modern gözetim tekniklerinin üç türü söz konusu olabilir. Birincisi, gözlem yoluyla gözetimdir. Sosyal bilimlerde yapılan çalışmalar seyrederek ve ya dinleyerek yapılan gözlemin, gözlemlenen üzerinde zorunlu olarak sınırlayıcı bir etkiye yol açtığını gösterir. Aslen bu birçok durumda kuralları tam olarak uygulamak üzere tesis edilen gözlem yoluyla gözetimin temel bir sebebidir. Bir kimse, kendisinin gözlendiğini bildiğinde, aslında normları ihlal etmeye karar verdiği özel durumlarda bile, davranışlarını, içinde bulunduğu topluluk ve ya grupta kabul gören normların çizdiği sınırlar içinde tutmaya çalışmaktadır.

¹³¹ Mehmet Yüksel, *age.*, s.182

Sosyolojik literatür, değişik grup tiplerinde (çalışma grupları ve hükümet birimleri gibi) farklı gözetleme tip ve dereceleri olduğunu göstermektedir. Bunlar, grup üyelerinin normlara karşı davranışta bulunmaktan ve ya eyleme geçmekten alıkoyabilmektedir. Gözetlemenin ikinci şekliyse, itiraf ya da ifşa ettirmektir. Bu bir kişinin psikolojik, mahrem alanına girerek, onun mahrem gördüğü bilgiler, duyguları ve tercihleri, ona ifşa ya da itiraf ettirmek anlamına gelir. Böylesi bir müdahale kişinin özerk ve özgür kalması gereken özel yaşam alanına ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Gözetlemenin üçüncü tipiye, iletişimin yeniden üretilebilirliği olarak ifade edilebilir. Yeni kayıt cihazları ve kameralar sayesinde, kişilerin bilgisi olmadan onların ses ve görüntü kayıtları kolayca elde edilebilmektedir. Bu, gözetlenenle bir arada bulunan biri tarafından gizli dinleme ve izleme yoluyla da yapılabilmektedir. Bu tür gözetlemenin temel özelliği, gözetleyene gözetlenen kimsenin konuşmalarını ve ya davranışlarını yeniden üretebilme gücünü vermesidir. Gözetlemeyi yapan kişi, gizli yoldan elde ettiği ses ve görüntü kayıtları üzerinde kendi amacı doğrultusunda değişiklikler, ekleme ve çıkarmalar yaparak yeniden üretebilir ve bunları çok geniş bir coğrafyaya yayabilir.¹³²

İnternet ortamında oluşturulan Facebook gibi sosyal paylaşım ağları, bazı haklı gerekçelerle, mahremiyete yönelik *kendini ifşa etme*, *merak* ve *gözetleme* gibi tehditlerin gönüllü olarak ortaya koyulduğu tartışmasına konu olmaktadır.

III.3.3.Facebook ve Gözetleme

Toplumsal paylaşım ağları, iktidar açısından bir bütün halinde veri tabanı hizmeti gören internet ortamının denetim/gözetim anlamında önemli bir ayağı/kaynağı olarak vurgulanmalıdır. Anonim değil bilinir, görünmez değil görünür olmayı seçen gözetlenir olmaktan rahatsızlık duymanın ötesinde, bunu isteyen ve haz duyan Facebook öznesinin kendini bile isteye deşifre ettiğini, her türlü bilgiyi devlet veri tabanına kendi elleriyle girdiğini söylemek mümkündür.¹³³

¹³² Mehmet Yüksel, *age.*, s.185-187

¹³³ Ali Toprak, Ayşenur Yıldırım, Eser Aygöl, Mutlu Binark, Senem Börekçi, Tuğrul Çomu, **Toplumsal Paylaşım Ağı: Facebook:Görülüyorum Öyleyse Varım**, Kalkedon Yayınları, İstanbul 2009, s.169

Sosyal paylaşım ağıları, ama özellikle bünyesinde oluşturulmuş profiller ve içeriğinde barındırdığı özel hayata ilişkin her türlü materyalleriyle Facebook, bireyin sosyal yaşamının kurumsallaşmış yaygın gözetiminin bir konusudur.

Kurulduğu 2004 yılında, diğer mevcut sosyal paylaşım ağı sitelerinin aksine, Facebook sadece Harvard Üniversitesi öğrencilerine bir sosyal paylaşım ağı hizmeti sunmakta iken, 2005 Ekimi'nde fark gözetmeksizin tüm dünyaya kullanıcı olma olanağı tanımıştır. Ancak yine de herkes, her alt ağın parçası olamamıştır. Bir şirket ağına bağlı olmak istendiğinde o şirketin sunduğu e-posta hizmetinin adresine sahip olmak gerekmiştir. Bunun yanı sıra hiçbir Facebook profili direkt olarak herkesin ulaşabileceği açıklıkta değildir. Gizlilik ayarları Facebook'un en önemli özelliklerinden biridir. Ve günümüzde bu özellik hala önemini korumaktadır. Facebook, diğer sosyal paylaşım ağı sitelerinden farklı olarak yazılım geliştiricileri için de bir olanak sunmuş ve “uygulama” adı altında pek çok yazılımı destekleyerek sosyal paylaşım ağını güçlendirecek bir yapı haline gelmiştir. Bununla birlikte kullanıcılar birbirleriyle sadece kişisel enformasyon paylaşmakla kalmamış, eğlence araçları da devreye girerek süreklilik gösteren bir birliktelik mantığına sahip olmuştur.

Facebook'un en önemli özelliği hiç tartışmasız ki o güne kadarki profil doğruluğu açısından en sağlam yapıya sahip olmasıdır. Bunun sebebi, sosyal paylaşım ağı sitesine üye olma prensiplerinin başında gerçek ve kullanılan, hatta varlığı bilinen ya da tahmin edilebilen bir e-posta adresiyle kayıt yapılıyor olmasıdır. Kapalı devre ağ oluşturmada gerçek isimlerin kullanılması, Facebook'u daha sonraki adımlarda daha güvenli kılmıştır. Böylelikle bireyler, kendi isimleriyle üye olmayı tercih etmiş ve bu yolla sosyal ağlarını gerçek kişilikler üzerinden genişletmişlerdir. Toplam kullanıcı sayısının yüzde 50'si her gün aktif olarak siteye girmektedir. Her ay üç milyardan fazla fotoğraf, beş milyardan fazla içerik metni, üçbuçuk milyardan fazla olay duyurusu paylaşılmaktadır.¹³⁴

Günümüzde gözetlemek, yukarıda nakledilen rakamsal verilerin sahibi olarak Facebook tarafından anlam kaymasına ya da belki yitimine uğramıştır. Geleneksel gözetleme, görülmeden görmek üzerinden görene sağladığı yarar olarak görülürken, Facebook ve diğer

¹³⁴ <http://www.facebook.com/press/info.php?sitatis> 14.02.2010

toplumsal paylaşım ağı be görünmezlik pelerini ortadan kaldırmıştır. Birey her an, her yerde görünür olmak ve gözetlerken de gözetlenmek istemektedir. Gözetlediğinin gözetlenmesinden korku duyarak değil, bunun farkında ve ayırdında olarak yeni bir form kazandırmıştır. Gözetlemede oluşan bu yeni form ışığında yapılan anketlerde toplumsal paylaşım sitelerinde mahremiyet alanının kalmadığı, önemli bir kullanıcı kesimince onaylanmıştır.

Yukarıda da belirtildiği üzere, mahremiyete dönük tehdit kaynaklarından olan *gözetleme*, temel sosyal kontrol araçlarından biridir. Bugün bu kontrol Facebook aracılığıyla gönüllü gözetlenme biçimine dönüşmüştür. Facebook, suç ve suçlu araştırmalarında veri sağlanan bir platform olabilmektedir. Yakın zamanlarda, İtalya'da en çok arananlar listesinde bulunan azılı bir mafya lideri olan Pasquale Manfredi, İtalyan polisi tarafından, Facebook'taki profilinden ve bağlantılarından polis tarafından yeri saptanıp yakalandı.¹³⁵



Bu türden örneklerle rağmen, Facebook kullanıcılarının, “Facebook’un denetlenmesini ister misiniz?” sorusuna verdikleri yanıt, üçte biri için “Hayır, denetlenmesin” olmuştur.

¹³⁵ <http://shiftdelete.net/polislerin-yeni-silahi-facebook-19173.html> 16.02.2011

Kullanıcıların üçte ikisine yakını ise paylaşım sitesinin kendi denetleme mekanizmasının olduğunu söylemiştir.¹³⁶

Toplumsal paylaşım ağlarının kullanıcıya sunduğu yapay bir haz vardır. Bu haz, toplumsal paylaşım ağlarında kullanıcının sahip olduğu sosyalleşme alanının, kullanıcıyı kaynak haline getirme yapaylığıdır. Ancak unutulmamalıdır ki, ortam şartları aslında kanal tarafından belirleniyor ve düzenleniyordur. Bu gerçeklik bilgiyi elinde bulunduran görsel, işitsel ve yazınsal olarak tüm verilere sahip olanın gözetleyen (Big Brother) gerçekliğini bizlere göstermektedir. Sosyal paylaşım ağları üzerinden bakıldığında, sosyalleşme süreci aslında egemen varlığın ideolojik araçlarını kullanarak yaydığı bir misyonun parçası olarak ele alınırsa, günümüzde bu süreç sosyal paylaşım ağları üzerinden yayılabilir. Bu durumda yeni iletişim ortamlarının temel özelliklerinin getirisi olan kontrol kavramına bakılmalıdır. Sosyalleşmenin bu ortam üzerinden gerçekleşebileceği düşüncesi bile kontrolün tamamen ortama egemen olan kaynağın elinde olduğu gerçeğini ortaya çıkarır.

¹³⁶ <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#erurope> 11.12.2009

SONUÇ

Teknolojiye duyulan inanç, gün geçtikçe sarsılmaktadır. Modern birey, giderek kendisini yalnız hissetmekte ve dış etken güçlerce kontrol altında tutulduğu hissine kapılmaktadır. Başlangıçta insanlığın gündelik işlerini kolaylaştırma, hayatı pratikleştirme aracı olarak gelişen teknoloji, artık aynı insanlığın zihinsel durumu ve yaşamı karşısında bir tehdit olarak görülmektedir.

Hayatımızı kolaylaştırdığı, dünyayı küçülttüğü ve bu sayede daha fazla boş zaman yaratarak, bizi özgürleştirdiği söylenen teknolojinin, aynı zamanda, bizi daha kolay izlenebilir, fişlenebilir ve yönetilebilir kıldığı söylenebilir. Her geçen gün gündelik yaşama katılan ve onu dönüştüren araçlar, başta cep telefonu ve internet olmak üzere, aynı zamanda çok yaygın ve yoğun bir denetim aygıtının kurumsallaşmasını da kolaylaştırmaktadır. Yaşamı kolaylaştıran ürünler, aynı zamanda kullanıcılarını da gözetim altına almaktadır. Televizyon ve bilişim teknolojisinin yanı sıra gazete ve radyodan başlamak üzere, tüm kitle iletişim araçlarının bireyler, devletler ve küresel şirketler tarafından nasıl kullanıldığı ve bireyleri her an her yerde izlenip, takip edilebilir hale getirdiği, sorgulanması gereken bir konudur. Günümüzde farklı amaçlar ve içeriklerde, kameralar aracılığıyla yoğun bir gözetleme ve gözetlenme durumu yaşanmaktadır. Bu durum, güvenlik gibi bir gerekçeyle olabilmekteyken, kişilerin kendi rızasıyla televizyon ya da internet kanalıyla özel hayatlarının gözetlenmesi şeklinde de olabilmektedir.

Bilişim teknolojilerinin birey ve toplum üzerindeki temel olumsuz etkisinin özel hayat ve mahremiyete ilişkin olduğu görülmektedir. Bu durum kişisel bilgilerin, bireylerin kendi rızası ile toplanıp toplanmadığından, bunların doğruluğuna kişilerin haberleşmesinin ya da internet üzerindeki dolaşımının izlenmesinden, doğrudan kameralarla gözetlenmesine kadar çok geniş bir yelpazeyi içermektedir. Ancak daha düşündürücü olan, bireylerin internet ortamındaki sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla gözetlenme ve gözetleme ilişkisine gönüllü bir katılım göstermekte oluşlarıdır. Ne var ki, tanımadığı kişilere karşı kendi kimliğini de gizleyebilmekte ya da değiştirebilmektedirler. İletişim kurgulanmış kimlikler aracılığıyla yapılırken, anonimlik bütünüyle geçerli hale gelmiştir. Bu ise, iletişim medyasının sosyal yaşama yönelik kullanım biçiminden ileri gelmektedir.

İletişim medyasının kullanımı, toplumsal alanda yeni eylem ve etkileşim biçimlerinin oluşmasını, yeni toplumsal ilişki biçimlerinin kurulmasını içerir. İletişim medyasının kullanımı, zaman ve mekânın algılanışını, toplumsal yaşamın zamansal ve mekânsal gerçekliğine ilişkin tasavvuru dönüştürmektedir. Biz artık gerçekliğe ilişkin algı, fikir ve kanaatlerin, zevklerin, beğenilerin ve önceliklerin iletişim medyasında dolaşmakta olan sembol ve materyallerle biçimlendiği, olayları deneyimleme ve algılama biçimlerimizin gündelik yaşam pratiğine bağlı kalmadığı bir dünyada yaşıyoruz. Dolayısıyla sosyal ilişkilerimiz de internet ortamındaki sosyal paylaşım sitelerinde kurulmakta ve buralarda dolaşıma sokulmuş olan sembol ve materyallerle biçimlenmekte. Artık tüm bir bireyler arası iletişim süreci ve etkileşim düzeni sanal ortama taşınmaktadır. Böylelikle yepyeni bir toplumsal yapılaşmaya doğru gidilmekte, daha önce var olmayan yeni ilişki biçimleri gelişebilmektedir. Bu da bugün yaşanan ve gelecekte yaşanacak bilişim veya ağ toplumuna dair ciddi kuşkular barındırır.

İletişim medyasının tarihi bir “sosyal ilişki tarihi”dir, hatta “en gelişmiş sosyal ilişki tarihi”dir. Bu alanda gelişen teknoloji, bireyin mahremiyetini aşındırmakta ve yok etmektedir. İnternet öznelere bile isteye ya da farkında olmaksızın bu gözetime katkı sundukları da bir gerçektir. Facebook bu katkının şimdilik belki de en yetkin halidir.

İnternet üzerinden yürütülen iletişim hem cemaat hem de cemiyet boyutundadır. İnternet böylece “sanal topluluk” kavramının oluşmasına sebep olmuştur. Haber gurupları ile başlayan sivil topluluk ilişkileri, Bosnalı, Kosovalı savaş guruplarının, Sırp muhaliflerin ya da Zapatistaların veya küreselleşme karşıtı hareketlerin ve son olarak da Arap coğrafyasındaki muhalif ayaklanmaların anlık bilgi akışını sağladıkları ve örgütledikleri elektronik guruplar ve organizasyonlar ile sürmektedir. İnternet ortamı, sınır tanımazlık, etkileşim ve sunduğu anında enformasyon erişimi ile sivil toplumları için son derece verimlidir. Bu örgütlenmeler, temel ilgi alanlarında gerçekleşen bir olayı anında üyelerine açabilmekte, oluşturdukları güç birliği ile ilgili hükümet kuruluşlarına ve sorumlu mercilere gerekli baskıyı yapabilmekte, en nemlisi ise güçlü bir kamuoyu oluşturabilmektedirler. Böylelikle modernliğin erken dönemleriyle ilişkilendirilen *kamu* ve *kamusallık* kavramları dönüşüme uğramakta ve paylaşılan mekân anlamının dışına çıkarak, paylaşılan sorunlar ve ortak çıkarlar etrafında bir araya gelmek şekline bürünmüştür.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR:

BARBIER Fredric/LAWENİR Catherine B., **Diderot'dan İnternete Medya Tarihi** (ç.Kerem Eksen), Okuyanous Yayınları, İstanbul 2001

BAUMAN Zygmunt, **Yasa Koyucular ile Yorumcular** (ç.Kemal Atakay), Metis Yayınevi, İstanbul 1996

BEKTAŞ Arsev, **Kamuoyu,İletişim ve Demokrasi**,Bağlam Yayınları,İstanbul,2000

BRİGGS Asa/BURKE Peter, **Medyanın Toplumsal Tarihi** (ç.İbrahim Şener), İzdüşüm Yayınları, İstanbul 2004

BRONOWSKI Jacob, **İnsanın Yükselişi** (ç.Aykut Göker), V Yayınları, Ankara 1987

CAMPBELL R./MARTİN C.R./FABOS B., **Media and Culture,An İntroduction To Mass Cominication**, Boston:Bedford/St.Martin's 2005

CASTELLS Manuel, **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi**, (ç.E.Kılıç), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2005

CROWLEY David Crowley/HEYER Paul, **İletişim Tarihi** (ç.Berkay Ersöz), Phoenix Yayınları, Ankara 2010

DİLMEN Nemci Emel/SÖĞÜT Serhat, **Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildirimleri**, 2006,s.19

DOLGUN Uğur, **Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu: Küreselleşen Dünyada Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri**, Ötüken Neşriyat, İstanbul 2008

ENGELS Friedrich, **Tarihsel Materyalizm Üzerine Mektuplar 1890-94** (ç.Öner Ünal),
Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara 1993

FOUCAULT Michel, **Hapishanenin Doğuşu** (ç.Mehmet Ali Kılıçbay), İmge Kitabevi,
Ankara 2006

GERAY Haluk, **İletişim ve Teknoloji-Uluslar arası Birikim Düzeninde Yeni Medya
Politikaları**, Ütopya Yayınları, Ankara 2003

HABERMAS Jürgen, **Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü**,(ç. Tanıl Bora-Mithat Sancar),
İletişim Yayınları, İstanbul 1997

HOBBS Eric, **Devrim Çağı 1789-1848** (ç.B.Sina Şener), Dost Kitabevi, Ankara 1998

Sermaye Çağı 1848-1875 (ç.Sina Şener), Dost Kitabevi, Ankara 1998

İLİN M./SEGAL E., **İnsan Nasıl İnsan Oldu** (ç.Ahmet Zekerya), Say Yayınları,İstanbul
2001

JEANNENEY Jean-Noel, **Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi** (ç.Esra Atuk), YKY,
İstanbul 2009

LYON David, **Elektronik Göz Gözetim Toplumunun Yükselişi** (ç.Dilek Hattatoğlu),
Sarmal Yayınevi, İstanbul 1997

Gözetlenen Toplum: Günlük Hayatı Kontrol Etmek (ç.Gözde Soykan),
Kalkedon Yayınları, İstanbul 2006

MESTÇİ Aytaç, **Türkiye İnternet Raporu**, Tim Net Medya Pazarlama Yayınları, 2005

O'MURCHU Ina/BRESLIN John Galway/DECKER Stefan, **Online Social and Business Networking Communities**, DERI Technical Report 2004-08-11, SIGKDD'03, Washington, DC. 2004

OSKAY Ünsal, **İletişimin ABC'si**, Simavi Yayınları, İstanbul 1992

Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, Der Yayınları, İstanbul 1993

ÖZÇAĞLAYAN Mehmet, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, Alfa Yayınları, İstanbul 1998

ÖZERKAN Şengül, **Medya, Dil ve İletişim**, Martı Yayınevi, İstanbul 2001

ROBİNS K., **İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası** (ç. N. Türkoğlu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1999

SCOTT John, **Social Network Analysis**, Sage, London 1991

SENNET Richard, **Kamusal İnsanın Çöküşü** (ç.S.Durak, A.Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1996

SOUTER David, **The Role of Information and Communication Technologies in Democratic Development**, Comford, Vol. 1, No. 5, 1999

STEVENSON Nick, **Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi**, (Çeviren, Göze Orhan-Bariş Aksoy), Ütopya Yayınları, İstanbul, 2008

STRAUNHAAR J./LAROSE R., **Communications Media in the Information Society**. California: Warsworth 1997

TEBER Serol, **Doğanın İnsanlaşması**, Say Yayınları, İstanbul 2003

THOMPSON John B., **Medya ve Modernite** (ç. Serdar Öztürk), Kırmızı Y., İstanbul 2008

THOMSON George, **İnsanın Özü** (ç. Celâl Üster), Payel Yayınları, İstanbul 1987

TİMİSİ Nilüfer, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Dost Kitabevi, Ankara 2003

TOPRAK Ali/YILDIRIM Ayşenur/AYGÜL Eser/BİNARK Mutlu/BÖREKÇİ Senem/
ÇOMU Tuğrul, **Toplumsal Paylaşım Ağı: Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım**,
Kalkedon Yayınları, İstanbul 2009

TÖRENLİ N., **Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara 2005

WILLIAMS Raymond, **İkibin'e Doğru** (ç.Esen Tarım), Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1989

MAKALELER VE KÖŞE YAZILARI:

ATABEK Ümit, "İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar", Sevda Alankuş (der.) **Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya**, İstanbul IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul 2005

DİLMEN Nemci Emel, "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları", *Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı 12, 2007

GÜZEL M., "Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü", *Küresel İletişim Dergisi*, sayı 1, 2006

KARAKEHYA Hakan, "Gözetim ve Suçla Mücadele", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, cilt 58, s.2, 2009

SARIKAFALIOĞLU Bülent, "İnternetin Toplumsal Etkileri", *Elektrik Mühendisliği Dergisi*, sayı:431, 2007

TUNCEL S.H., "Yeni İletişim Teknolojilerinde Yöndeşme ve Yerel Medya", Sevda Alankuş (der.) **Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya**, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul 2005

TURAN Selahattin/ESENOĞLU Cem, "Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Bilişim ve Kitle İletişim Teknolojileri: Eleştirel Bakış", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2006

YÜKSEL Mehmet, "Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, sayı:83, 2003

İNTERNET MAKALELERİ:

Bağımlılık Dergisi, 2007, Cilt: 8, Sayı: 1, s:36-41 / Journal of Dependence, 2007, Vol: 8, N.: 1, pp.36 41 www.bagimlilik.net 01.12.2009

“When Was The First Computure İnvented?” www.computurehope.com. 10.01.2010

DEDEOĞLU Gözde ,”Bilişim Toplumunda Ortaya Çıkan Etik Sorunlar ve Tıp Bilişimi”

<http://www.bilisimgrup.com/index.php?option=content&task=view&id=225&Itemid=0>

10.01.2011

“History Of Mobile Phones”, www.inventors.about.com, 01.12.2009

GÜRHANİ Nihal,”Online Toplumun Doğuşu”, 2004,

<http://kirpi.fisek.com.tr/index.php?metinno=diger/20050315135147.txt> 12.02.2010

MAYFIELD Antony, **What is Social Media, iCrossing, e-book**, s. 6.

http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf 12.02.2010

ÖĞÜT Sertaç/DİLMEN Emel Nemci,”Sosyalleşmenin yeni Yüzü Sosyal Paylaşım Ağları”,

www.sertacogut.com.Ogut-Dilmen 21.10.2010

TANIR Mehmet Niyazi,2008 , “İnternetin Tarihçesi ve Kullanımı” www.internetarsivi.com01
01.12.2009

TURGUT Özden Pektaş, “İnternet Reklâmlarında Tasarım Sorunları: Banner Reklamlar
Üzerine Bir İnceleme”, <http://inet.tr.org.tr/inetconf10/bildiri/12.doc> 12.02.2010

İNTERNET ERİŞİMLERİ:

http://www.behlulcaliskan.com/wpcontent/uploads/2010/05yeni_iletisim_ortamlarinda_gozeti_m.pdf 08.05.2010

www.bitdunyasi.com 28.03.2011

www.cnnturk.com 28.03.2011

www.facebook.com/.../1.../facebook-tarihcesi.../171254212894938 04.02.2011

<http://www.facebook.com/press/info.php?sitatis> 14.02.2010

<http://www.genbilim.com/content/view/8025/91> 15.01.2010

<http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php> 12.02.2010

<http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#erurope> 11.12.2009

<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> 17.03.2010

www.psikoloji.gen.in/facebooka-cok-dikkat.html 28.03.2011

<http://shiftdelete.net/polislerin-yeni-silahi-facebook-19173.html> 16.02.2011

www.tdk.gov.tr 03.05.2010

<http://tr.wikipedia.org> 10.11.2010

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook#note-dil-4#note-dil-4> 04.02.2011

http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook#cite_note-5#cite_note-5 04.02.2011

KONGRE, SEMPOZYUM, YAYINLANMAMIŞ DOKTORA TEZİ:

AKIN H. Bahadır, "Bilimkurgu Romanları ve Geleceğin Toplumu Yeni Ekonomi ve Toplumsal Endişeler Üzerine Bir Değerlendirme", **Birinci Ulusal Bilgi ve Yönetim Kongresi**, Kocaeli 2003

ADALI Eşref, "Kişisel Bilgilerin Korunması", **Bilişim ve İnternet Teknolojilerinin Ceza Hukuku Açısından Doğurduğu Yeni Sorunlar Sempozyumu**, Bursa 2001

BAŞTAN Serhat, **Yeni İletişim Teknolojilerine Örgüt Yapısı İçinde Uyum Sorunu**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir 2000

ÖZGEÇMİŞ

Gizem Koç, 20 Aralık 1979'da Ankara'da doğdu. İlköğrenimini Ankara, orta ve yüksek öğrenimini İstanbul'da tamamladı. Sırasıyla Yunus Emre İlkokulu, Esentepe Ortaokulu, Sakıp Sabancı Süper Lisesi, Anadolu Üniversitesi İşletme ve İktisat Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun olan Koç, Tezli Yüksek Lisansını Marmara Üniversitesi İletişim Bilimleri anabilim dalı Radyo TV bilim dalında yaptı. Çeşitli televizyon kanallarında spiker ve editör yardımcısı olarak görev yapan Gizem Koç, şu anda hala TRT HABER kanalında VE SİNEMA programının sunuculuğunu yapmaktadır.

BIOGRAPHY

Gizem Koç, was born on December 20, 1979 in Ankara. She received her primary education in Ankara, then completed her middle school and higher education in Istanbul. Koc graduated successively from Yunus Emre Elementary School, Esentepe Middle School, Sakip Sabanci High School, Anadolu University - School of Business and Economics and has completed her Master's Degree and thesis at Marmara University School of Communications in Radio-Television Studies. Koc has worked at various TV channels as announcer and assistant editor and is currently hosting television program VE SINEMA airing on TRT HABER.