

Veda Gülücüğü :)

Yeni medya ortamlarında hâkim olan hız ve işlev odaklı işleyiş, işaret ve kısaltma ağırlıklı, bozuk sözcükler ve ifadelerden oluşan yeni bir iletişim dilinin oluşmasına zemin hazırladı. Bireylerin dile ilişkin hassasiyetinden söz etmenin pek mümkün olmadığı bu ortamlarda, gülücüğü simgeleyen bir işaretten oluşan bir ileti göndermek zamandan tasarruf sağlarken kaybolan anlam ve anlamın taşıdığı derinlik sorgulanmıyor, fark edilmiyor ve belki de zamanla bu durum kanıksanıyor.



İşaretlerden ve kısaltmalardan, biçimi değiştirilmiş sözcüklerden oluşan iletişim dili sosyal ağlar, web siteleri, elektronik posta, ses, video ve metin tabanlı çoklu medya ve sanal gerçeklik ortamlarının bir unsuru. Burada sanal gerçekliğin altının çizilmesi yerinde olur. Gerçek olanla sanal olanın arasındaki sınırın bulanıklaştığı, kullanıcı düzeyinde farkındalığın ortadan kalktığı söyleniyor.

İspanyol toplum bilimci Manuel Castells'in on iki yıllık çalışma sonucunda ortaya koyduğu ve toplumsal yapı, ekonomik, kültürel ve teknolojik ilişkiler konularında bir rehber niteliği taşıyan *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* adlı eseri günümüz iletişim ortamını anlamamızın ekonomik kalkınma süreçlerini anlamakla mümkün olabileceğine dikkat çekiyor. Castells'e göre "şimdilik" kapitalist bir görünüm arz eden günümüz toplumları, sosyal ve kültürel gelişimlerini ekonomik kalkınma yörüngesinde sürdürüyor: "Kalkınma biçimleri, elbette sembolik iletişim de dahil olmak üzere, bütün toplumsal davranışlar alanını şekillendirir. Enformasyonelizm bilgi ve enformasyon teknolojisine dayalı olduğu için, enformasyonel kalkınma biçiminde kültür ile üretim güçleri, ruh ile madde arasında çok yakın bir bağ vardır."

Castells enformasyon toplumlarında işlev ve anlam arasında bir karşıtlık oluştuğunu ifade ederek bu durumu "yapısal şizofreni" olarak tanımlıyor: "İnsanlar giderek anlamalarını yaptıkları etrafında değil de oldukları ya da olduklarını sandıkları şey etrafında örgütlüyor." Bu yapısal şizofreni durumunun toplumsal iletişim kalıplarını baskı altına aldığını, bireyleri birbirlerine yabancılaştırdığını ve ötekini bir tehdit olarak algılanmasına yol açtığını savunuyor Castells.

Belki de sevgiden ve hoşgöründen mahrum kaldığı düşünülen, birbirlerine süregelen bir biçimde yabancılaşan bireylerin oluşturduğu, ekonomik kaygılar, he saplaşmalar ve uçsuz bucaksız kuşkuyla kuşatılmış toplumlarda sarı, sanal, yuvarlak, cinsiyetsiz, somurturken bile şirin görünen bir sembol bireyler arasında bir ilişki kurulmasında kilit rol oynuyor. Fakat nasıl ve ne kadar anlamlı bir ilişki?

Günümüzde geleneksel medyanın kitlesel yapısından, yeni medyanın kişiselleştirilmiş ağ çevrelerine doğru yönelişin odak noktasında mobil iletişim teknolojileri bulunuyor. Henry Jenkins *Yakın-sama Kültürü* isimli eserinde, insan bilimci Mizuko Ito'nun Japon gençlerin çeşitli mobil haberleşme tek-

nolojilerini kullanarak sürekli sanal iletişim içinde olmasını konu eden araştırmasına değiniyor. Araştırmaya konu olan Japon gençler, aralarında kilometrelerce mesafe olmasına karşın sabah birlikte uyanıyor, birlikte işe gidiyor, birlikte yemek yiyor ve uykuya birlikte dalıyor. Bu gençlerin birbirleriyle ayda yalnızca birkaç kez yüz yüze iletişime giriyor olması Ito'nun çalışmasında altı çizilen bir tartışma konusu. Maddi, manevi bireysel doyum sağlanmasında sanal iletişim mecralarının ve teknolojik araçların yeri giderek önem kazanıyor.

Jenkins tarafından ortaya atılan “medyada yakınsama kültürü” temel olarak, iletişim ürünlerine ilişkin içerikler ve bu içeriklerin taşındığı mecraların birbirlerine yaklaşmasını, iç içe geçmesini ifade ediyor. Bir çizgi romandan uyarlanan televizyon dizisinin televizyonda yayımlanmasının yanı sıra internet üzerinden bilgisayarda ve taşınabilir aygıtlarda da izlenebilir olması, bu kavrama uygun bir örnek. Jenkins, yakınsamanın birey medyayı kendi hâkimiyetine aldığı da söz konusu olduğunu savunuyor; medya ortamlarından yalnızca eğlence içerikli ürünlerin değil hayatlarımızın, ilişkilerimizin, fantezilerimizin ve arzularımızın da süzülüğünü ifade ediyor. Bireyler medyayı kendi ellerine aldıklarında sonuç son derece yaratıcı olabiliyor, ancak ür-kütücü olması da ihtimaller arasında.

Jenkins, Mizuko Ito'nun odaklandığı Japon gençlerin durumunu tanımlamak için “*telecocooning*” (cocoon: koza) teriminin uygun olduğunu düşünüyor. *Telecocooning*, insanın alışlageldik eylemlerini barındıran “gerçek” dünyadan uzaklaşarak cep telefonlarına odaklanmasını ifade ediyor ve bu durum giderek yaygınlaşıyor. Bir yemekte, masa başında telefonlarına odaklanmış şekilde oturan bireylerin mecbur kalmadıkça birbirleriyle iletişime girmemesi herkesçe alışılmış bir görüntü halini aldı. Kimileri bu durumu değişen zamana bağlı olarak gelişen teknolojinin olağan sonucu olarak açıklarken, kimileri aynı manzaraya baktığında insan ilişkilerini hızla tüketmekte olan bir “iletişim zararlısının” varlığını fark ediyor. Günümüz koşullarında internet erişimi ve mobil haberleşme teknolojilerine erişim imkânı bulunan tüm coğrafyalarda benzer hikâyelere rastlayabiliyoruz. Gerçek ve sanalın sınırlarının iç içe geçmesi bir kez daha karşımıza çıkıyor. Ancak bu noktada vurgulanması gereken bir husus var. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği'nin 2015 yılı verilerine göre 7,2 milyar olduğu tahmin edilen dünya nüfusunun yalnızca %45'inin internete erişimi var. Aynı verilere göre bugün 3,2 milyar insanın kullandığı internete 2000 yılında 400 milyon kişi erişebiliyordu.

Marshall McLuhan “genişletilmiş duyular” kavramı ile insanın dünya üzerindeki serüveni boyunca yaşadığı her dönemde sahip olduğu araçlarla “canlı” bir ilişki kurduğunu ifade ediyor. Örneğin sesi zaman ve uzayda taşıyan elektrikli araçlar olan telefonlar, insana sonradan eklenen uzantıdır ve insana ait parçalar gibi işlev görürler. Mobilyalar kişinin çömelmesini gereksiz kılan araçlardır. Kıyafetler insanı uygunsuz iklim koşullarından koruyan ikinci bir cilt gibidir, kişinin ısı denetim düzeneğidir.

McLuhan, yeni bir teknolojinin başlangıcını yaşayanların belirgin tepkiler gösterdiğine dikkat çekerek, bunun göz ya da kulağın genişlemesi sonucunda ortaya çıkan “yeni duyuşal oran” ile ilgili olduğunu ifade ediyor. Örneğin radyo ile ilk kez karşılaşan bir insanı hayal edelim: Radyodan gelen seslerin kutunun içindeki minik insanlardan çıktığını düşünebilirdi ya da radyoda mini bir orkestra olduğunu. Fakat zamanla bunun elektronik bir alet olduğunu ve işitilen seslerin kutudaki minik insanlardan çıkmadığını öğrendi. Yani yeni bir teknoloji ile karşılaşan topluluk bu yeni algı alışkanlığını çalışma ve ortaklaşma alanlarına kattıkça, başlangıçtaki şaşkınlık yavaş yavaş dağılıp yok oluyor.

Peki, kimilerinin düşkünlü olduğu kimilerinin de son derece rahatsız edici bulduğu yeni medya ortamlarının sebep olduğu şaşkınlık geçecek mi? Bu yeni mecralar günümüzde yaygın olan kitle iletişim araçlarının (radyonun ve televizyonun) ilk ortaya çıktıklarında sebep oldukları şaşkınlıktan daha büyük bir şaşkınlık mı yarattı? Tam bu noktada, bugünlerde tahtı sallandığı düşünülen televizyona dair 1974'ün Türkiye'sinden manzaralar sunan *Vizontele* filmindeki bir söz hatıra geliyor: Zeki Müren de bizi görececek mi?

Kuşkusuz zamanla alışacağız, hoşumuza gitse de gitmese de. Bruce R. Powers'ın Marshall McLuhan ile birlikte kaleme aldığı *Global Köy*'ün önsözünde geçmiş, şimdi ve gelecek arasındaki ilişkiye dair kurduğu bağlantı, konuyu toplum bilimsel açıdan bir nebze olsun açıklanabilir kılıyor: “Şimdiki zaman hep acılı bir değişim sürecinden ibaret olduğu için, her kuşak dünyaya geçmişten bakar.”

Aalışmanın kaçta kaç katlanmaktadır, belki de asıl bunu düşünmek gerekiyor. Ya da düşüncelerimizi yanlış, derinliksiz, eksik de olsa iletilebilir kılan maddi uzantımız cep telefonuna gelen sanal veda gülücüklerinden heyecan duymak...

Kaynaklar

- Castells, M., *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* - Birinci Cilt Ağ Toplunun Yükselişi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013.
- McLuhan, M. - Powers, R. B., *Global Köy*, Scala Yayıncılık, 2001.
- <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx> (International Telecommunications Union)

