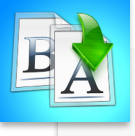


YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ



İÇİNDEKİLER

- Yeni İletişim Teknolojilerinin Tarihsel Gelişimi
- Enformasyon Toplumu Tartışmaları
- Web 2.0 ve Katılım Kültürü
- Yeni Medya ve Sosyal Medya



HEDEFLER

- Bu üniteyi çalıştıktan sonra;
 - Yeni iletişim teknolojilerinin gelişim sürecini anlayacak ,
 - Yeni medyanın geleneksel kitle iletişim araçlarından farklarını bilecek ,
 - Günümüz enformasyon toplumu tartışmaları hakkında bütüncül bilgiye sahip olacak,
 - Değişen medyayla birlikte katılım kültürünün gündelik yaşamdaki önemini kavrayacak,
 - Sosyal medyanın özelliklerini açıklayabileceksiniz.



Atatürk Üniversitesi
Açıköğretim Fakültesi

İLETİŞİME GİRİŞ

**Doç. Dr. Ömer
ALANKA**

ÜNİTE 13



GİRİŞ



Söz, yazı, görüntü gibi ileti kaynakları sürekli gelişerek her dönemin iletişim ortamını şekillendirmiştir.

İnsanlık tarihi iletişim teknolojilerinin tarihine de tanıklık etmiştir. Söz, yazı, görüntü gibi ileti kaynakları sürekli gelişerek her dönemin iletişim ortamını şekillendirmiştir. İnsanlık tarafından üretilen her türlü sanat eseri, bilgi, düşünce sosyal yaşamda kullanılmış ve toplumsal yapıları etkilemiştir. Bu sosyolojik değişimler aynı zamanda kendi iletişim araçlarını da belirlemiştir. Dilin ortaya çıkışından günümüz enformasyon teknolojilerine uzanan bu gelişimler toplumsal dönüşümlere de kaynaklık etmiştir. Kitle iletişim araçları bilginin aktarılması kadar bilginin niteliğini de belirlemiştir. Sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş ve günümüz elektronik kültürü iletişim araçlarının mahiyetini etkilemiştir. *Yazının icadından matbaanın icadına kadar geçen süreçte iletişim olgusu farklılaşmıştır. Matbaa, basit formlarla kullanıldıktan sonra Gutenberg tarafından modernize edilmiştir. Avrupa’da matbaa yaygınlaşmış ve ilk süreli gazeteler ortaya çıkmıştır. Batı toplumlarında matbaanın kullanılması; bilimsel düşüncenin ve rasyonel dünya görüşünün önünü açmıştır. Bu bağlamda bilimsel ve teknik gelişmeler gazetelerin yaygınlaşmasını hızlandırmıştır.*

Yirminci yüzyılın ikinci yarısıyla birlikte gelişen bilgi iletişim teknolojileri zamanı ve mekânı yakınlaştırmış ve yeni bir toplumsal yapının oluşumuna zemin hazırlamıştır. Uydu teknolojileri, internetin icadı ve mikroçiplerin kullanılmasıyla dünya, iletişimbilimci Marshall McLuhan’ın ifadesiyle küresel bir köy haline gelmiştir. Özellikle internetin geliştirilmesi geleneksel kitle iletişim araçlarının (radyo, televizyon, sinema, gazete, dergi vb.) tek yönlü doğasını etkileşimli bir hâle dönüştürmüştür. Günümüzde oldukça kabul gören bilgi/enformasyon toplumu kavramı yaşanan bu teknolojik ve toplumsal farklılığı dile getirmektedir. Telekomünikasyon alanındaki bu hızlı ilerlemeler sonucunda günümüz dünyasını tanımlamak üzere bilgi toplumu, ağ toplumu, enformasyon toplumu kavramları kullanılmaktadır.

Bu bölümde yeni iletişim teknolojilerinin tarihsel süreçte ne şekilde geliştiği ve dönüştüğü; yeni iletişim teknolojilerini geleneksel kitle iletişim araçlarından ayıran özellikler; Web 2.0 ve katılım kültürü; enformasyon toplumu tezi, yeni ve sosyal medya konuları incelenmektedir. Günümüz bilgi toplumundaki bu yenilikler iletişim olgusunun doğasını değiştirmekte ve iletişim sürecini interaktif bir hâle getirmektedir.

YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ



İletişim sürecinin gelişimi, teknolojik gelişimlere koşut biçimde ilerlemektedir.

Batı dillerindeki “communication” sözcüğünün karşılığı olan iletişim kavramı köken olarak, bir topluma ait ortaklaşa gerçekleştirilen, toplumsal bir etkileşimi içeren Latince kökenli bir kavramdır ve “communis” olarak ifade edilir. Bu noktadan hareketle iletişim olgusu, iletileri aktarmaktan ziyade toplumsal bir etkileşimi içermektedir. *Teknoloji (technology) kelimesi ise Yunanca sanat, el yapımı, zanaat anlamına gelen “technē” ile bir şeyi bilmek ve onun üzerinde çalışma yapmak manasındaki “logia” kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır.*

İletişim araçları ise insanların diğer insanlarla paylaşımını mümkün kılan aletler için kullanılmıştır [1]. Teknolojik ilerlemelerle iletişim sürecinin gelişimi eşzamanlıdır.

Teknik yenilikler ve gelişmeler, teknoloji ile aracılanmış iletişim tarzının doğmasına neden olmuştur. Hızla gelişen teknoloji sırayla yazılı iletişim örneği olan mektuptan telgraf ve faksa; mekân sınırlaması olmaksızın her yerde dinlenebilen radyodan keyifle izlenilen bir TV programına; görsel bir şölen diyebileceğimiz sinema sanatından modern mektuplar diye tanımladığımız e-mail mesajlarına kadar bütün iletişim sürecini etkilemiştir. Bu teknolojik yenilik ve dönüşümler “yeni iletişim teknolojileri” diye tanımlanmaktadır. *Ayrıca iletişim teknolojilerini kısaca; insanlar arası haberleşmeyi sağlayan, bireylere ve toplumlara hızlı ve etkili iletişim ortamı sunan teknolojik araçların tümü olarak tanımlayabiliriz.*

İletişim tarihi insanlık tarihi kadar eskidir ve en önemli gelişimini yazının bulunmasıyla yaşamıştır. Yazının icadı Sümerlerin MÖ 3500 yılında kil tabletler üzerine yazdıkları çivi yazısıyla gerçekleşmiştir. Yazılı iletişimin ilk örneklerini oluşturan bu tabletlerden sonraki en önemli gelişme, Mısırlılar tarafından MÖ 1900’lü yılların başında papirüsler üzerine yazılan bir kitaptır [2]. MÖ 868 yılında Çinliler, kitap için blok baskı modelini geliştirmiştir. Bu gelişme iletişim tarihi için önemli bir dönüm noktası olmuştur. Böylece kalabalık kitlelere ulaşabilme olanağı doğmuştur. En eski kütüphane ise MÖ 540 yılında Atina’da kurulmuştur. Çok sonraki dönemlerde (1470) insanoğlu, Yunan ve Arap bilim eserlerinin klasik tercümeleriyle karşılaşmıştır. Bu tarihten sadece on beş sene sonra, yani 1485’te Macarlar ilk gazeteyi çıkarmıştır.

Gazetenin icadı, insanoğlunun iletişim dünyası için yeni bir devrin başlangıcı olarak kabul edilir. İletişim teknolojilerinin bu gelişimi, insanoğlunun kalabalık kitlelere bilgi aktarımını kolaylaştırmıştır. Yazılı ve basılı eserlerin gelişimiyle, insanların yaşamdan beklentileri değişmiş ve bu konudaki talepleri artmıştır. Ayrıca bu gelişmeler bir teknolojinin varlığını zorunlu kılmış ve yaşanan teknolojik tekâmül teknoloji ile aracılanmış iletişimin yani kitle iletişiminin de başlangıcı olmuştur. Gazeteden sonra diğer önemli gelişme, radyonun icadıyla olmuştur. 1864’te elektromanyetik dalgalar tespit edilmiş ve 1887 yılında Henrich Hertz laboratuvarında bu dalgalarla ilk deneyi yapmıştır. Yapılan deneylerden sadece bir yıl sonra 1888’de telsiz telgraf keşfedilmiş ve bu keşif radyo yayıncılığının başlangıcı sayılmıştır. 1910’lu yıllarda ise Amerikalılar tarafından ilk radyo kullanılmıştır. Radyonun kullanım kolaylığı, farklı mekânlara rahat taşınabilirliği ve tek bir noktadan her yere ulaşabilme avantajının bulunması, diğer kitle iletişim araçları arasında daha fazla tercih edilmesine neden olmuştur.

Radyonun icadından sonra insan hayatını etkileyen en önemli gelişme televizyonun icadı olmuştur. Böylece ses ve görüntünün aynı anda bir yerden başka bir yere aktarılması olanağı doğmuştur. Tüm dünyada büyük ilgi toplayan televizyon, kitle iletişiminin gelişmesinin en önemli ayağını oluşturmuştur. Toplumsal yapının her ögesini hızlı bir şekilde etkilemeye başlayan iletişim teknolojileri, insan yaşamını tüm yönleriyle kuşatmış durumdadır. Bunun en iyi



Gazete, kitlelere bilgi aktarımını kolaylaştırmıştır.



Radyonun icadından sonra insan hayatını etkileyen en önemli gelişme, televizyonun icadı olmuştur.

örneğini; televizyon teknolojisinden sonra hayatımıza giren internet teknolojisi oluşturmaktadır. *Teknolojiyle aracılanmış iletişimin en önemli gelişmelerinden biri sayılan internet, 1969 yılında ilk defa Amerika Savunma Bakanlığı tarafından kullanılmıştır. 1975 yılında kişisel bilgisayarların ortaya çıkması ile bireysel internet kullanımı günümüzdeki yerini almıştır.*



1960'ların ilk yarısında ABD Savunma Bakanlığı Pentagon'un desteklediği ARPANET, internet protokolünü (IP) kullanan ilk ağ olmuştur.

1960'ların ilk yarısında ABD Savunma Bakanlığı Pentagon tarafından desteklenen ağ çalışmalarından birisi olan İnternet Protokolü'nü (IP) kullanan ilk ağ ARPANET (The Advanced Research Projects Agency) ismini almıştır [3].

ARPANET üzerinden gönderilen ilk mesaj, Los Angeles'ta bulunan Kaliforniya Üniversitesi'ndeki (UCLA) Profesör Leonard Kleinrock'un laboratuvarından, Stanford Araştırma Enstitüsü'nde (ISR) bulunan bir bilgisayara olmuştur. 1960'ların sonu ve 1970'lerin başında birden fazla haberleşme protokolü olan ARPANET, NPL network, CYCLADES, Merit Network, Tymnet ve Telenet gibi paket-anahtarlamalı ağlar geliştirilmiş ve internet üzerinden veri akışı sağlanmıştır. Ticari amaçlı internet servis sağlayıcıları ise 1980'lerin sonlarında ortaya çıkmaya başlamıştır. 1990'da ARPANET, 1995'te NSFNET kullanım ömrünü doldurmuştur. Böylelikle internete veri taşıma amaçlı erişimin önündeki engeller kalkmıştır. 1990'lı yılların ortalarından başlayarak anlık mesajlaşmalar, e-posta, VoIP, video görüşmeler, tartışma forumları, bloglar, sosyal ağlar ve online alışveriş siteleri ile world wide web, toplumsal yaşamın vazgeçilmez olgularından birine dönüşmüştür.

İnternet ve dijital teknolojiler, geleneksel kitle iletişim araçlarının çoklu ortamlarda bir arada kullanılmasını sağlarken; bu durum adına yakınsama (convergence) denen olguyu ortaya çıkarmıştır. Yakınsama ile bir yandan radyo, TV, gazete gibi farklı iletişim araçları aynı platform üzerinden yayın yapmış, diğer yandan farklı medya organlarının içerikleri bir arada verilmeye başlanmıştır. Böylece yakınsama ile medya içeriğinin dolaşımı ağırlıklı biçimde tüketicilerin aktif kullanımına evrilmiştir [4]. Bu bağlamda yeni iletişim teknolojilerinin gelişim sürecinde internet ve dijital teknolojiler tarihsel bir dönüşüme neden olmuş ve geleneksel kitle iletişim araçlarını bambaşka bir mecraaya taşımıştır.

ENFORMASYON TOPLUMU TARTIŞMALARI

Enformasyon toplumu kavramı günümüzde sıkça kullanılmaktadır. *Genel anlamda enformasyon toplumu, bilginin egemen olduğu, demokratik, rasyonel, özgürlükçü bir toplum yapısı olarak tanımlanabilir.* Bilgisayar ve web olanaklarıyla bu yeni bilişim çağı bilgiyi temel değer olarak görmektedir. Enformasyon toplumu, iletişim araçlarının geniş düzeyde kullanıldığı ve tüketildiği bir sosyolojik yapıya işaret etmektedir. Bu toplumsal yapı bilgi ve teknoloji tabanlı esnek üretim sistemlerini de kapsamaktadır [5]. *Bu kavram batı toplumunda ortaya çıkan teknolojik ve toplumsal bir olguyu göstermenin yanı sıra iletişim ve elektronik teknolojilerdeki gelişmelere bağlı olarak enformasyonun üretim ve dağıtımındaki hızın artması ve enformasyonun bir "meta" (ticari mal) niteliği kazanmasını da içermektedir [6]. İlk olarak askeri amaçlarla kullanılan internet giderek yaygınlaşmış ve askeri amaçların dışında küresel bilgi akışını sağlayan bir araç olmuştur. Böylelikle internet içinde bilginin, ekonominin, toplumsal hareketlerin ve*



Genel anlamda enformasyon toplumu, bilginin egemen olduğu, demokratik, rasyonel, özgürlükçü bir toplum yapısı olarak tanımlanabilir.

siyasal süreçlerin işlediği bir ortama dönüşmüş ve ortaya çıkan bu toplumsal yapıya enformasyon toplumu ismi verilmiştir.



Enformasyon toplumu kavramı ilk olarak 1950'lerin sonunda iktisatçı Fritz Machlup tarafından kullanılmıştır.

Bilgi toplumu, ağ toplumu ya da enformasyon toplumu gibi ifadeler yeni teknolojik gelişmelerle değişen toplumsal, kültürel ve ekonomik yapıyı anlamak adına yapılan çalışmalar sonucu ortaya çıkan kavramlardır. *Enformasyon Toplumu kavramı ilk olarak 1950'lerin sonunda iktisatçı Fritz Machlup tarafından kullanılmıştır.* Machlup, otuz endüstri kolunu eğitim, araştırma ve geliştirme, iletişim araçları, enformasyon makineleri ve hizmetleri olmak üzere beş kategoride toplamıştır. Bununla birlikte Machlup enformasyon sektörünün milli hasıladaki yerini ve enformasyon sektörünün büyüme hızını da hesaplamıştır. Machlup'un yaptığı bu çalışmalar daha sonraki yıllarda tekrarlanmış ve sektörün büyüme hızı doğrulanmıştır [7]. Zaman içerisinde radar sistemleri, nükleer ve bilişim teknolojilerinde hızlı ilerlemeler gerçekleşmiştir. İletişim çağının temel lokomotifleri bilgisayar teknolojisi olmuş ve bilgi üretimi asli unsur haline gelmiştir. Bu süreçte bilgi, ekonominin en önemli hammaddesine ve ürününe dönüşmüştür. Emek gücüne dayalı geleneksel üretim yerini zihin gücüne dayalı bilgi üretimine bırakmıştır.

1960'ların sonunda başlayıp 1970'lerde devam eden süreçte biçim değiştiren yeni bir dünya düzeninden söz etmek mümkündür. Bu yeni toplumsal yapının şekillenmesinde enformasyon teknolojisi devrimi, devletçiliğin ve kapitalizmin ekonomik bir buhran dönemine girmesi, özgürlük ve insan hakları, kadın hakları ve çevrecilik gibi hareketlerin ön plana çıkması gibi üç özerk süreç etkili olmuştur. Yaşanan bu değişimler ve hareketler yeni bir kültür olan enformasyon/ağ toplumunu ortaya çıkarmıştır. Enformasyon teknolojisindeki büyük değişim enformasyon temelli yeni bir maddi toplum modeli yaratmış başka bir ifadeyle enformasyonelizmin ortaya çıkışına neden olmuştur. Bu teknolojik devrim sosyo-ekonomik süreçlerde etkin bir özelliğe sahiptir. Daha genel anlamda toplumsal ve iktisadi alanın hemen hemen bütününe etkileyen küresel ağlar görülmeye başlamıştır [8]. Her teknolojik devrim yeni bir toplum modelinin ortaya çıkışını öncelemiştir. Bununla birlikte yeni teknolojik gelişmelerle sanayi toplumunun tamamen ortadan kalkıp yerini enformasyon toplumuna bıraktığından söz edilemez. Kesin olarak söylenebilecek olan ise bugün artık sanayi toplumunun yapısının farklılaştığı ve daha çok hızlı bir enformasyon akışının olduğu ağ toplumuna evrilmeye başladığımızdır.



Ağ toplumunda bilgi üretme ve enformasyonu işleme, temel üretim sürecine dönüşmüştür.

Enformasyon toplumuyla birlikte küçük veya büyük, ulusal veya küresel ölçekte birçok ağ oluşmuş, ağlar aracılığıyla mesafeler önemini yitirmiş ve insanlar sanal ortamda yakınlaşmıştır. Bilgi çağında internetin getirdiği teknolojik ortamla haberleşme, bilgi alış veriş, bilgi otoyolları sayesinde olabildiğince hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Enformatik toplumda, bilgi üretme, bilgi işleme ve sembolere dayalı iletişim, üretkenliğin kaynağı olmuştur. Bilgi ve enformasyon tüm kalkınma sürecinin temel dinamiğini belirlemiştir. Ağ toplumunda bilgi üretme ve enformasyonu işleme temel üretim sürecine dönüşmüştür.

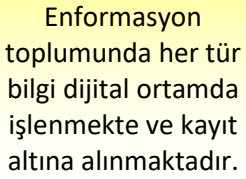


1990'larda kişisel bilgisayara dönük birçok yazılım programının matrisi olan Xorex Alto geliştirilmiştir.

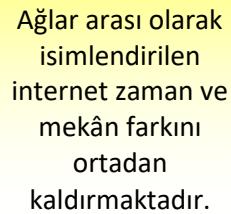
Enformasyon teknolojilerinin tarihsel gelişiminde yirmi birinci yüzyıl dönüm noktası olmuştur. 1970'lerde bütünlük kazanan enformasyon toplumu paradigmasının şekillenmesinde bir takım keşifler etkilidir. Keşiflerin hepsinin ortak özelliği önceden var olan bilgiye dayanmasıdır. 1970'de mikro-elektriğin yayılmasını sağlayan mikroişlemci icat edilmiş ve 1971'lerde yaygınlık kazanmıştır. 1975'te mikrobilgisayar yapılmış ve Apple 2 Nisan 1977'de piyasaya sürülmüştür. 1990'larda kişisel bilgisayara dönük birçok yazılım programının matrisi olan Xorex Alto ise 1973'te Palo Alto'da PARC laboratuvarında geliştirilmiştir. İlk endüstriyel anahtar 1960'larda, dijital anahtar ise 1970'lerin ortasında üretilmiştir. 1970'lerin başında Corning Glass tarafından endüstriyel optik fiber geliştirilmiştir. 1970'lerin ortalarında Sony, Amerika ve İngiltere'de tecimsel olarak VRC makineleri üretmiştir. 1969'da ARPA programı ile başlayan ve 1970'lerde bugün internet olarak kullanılan yeni ve devrimci bir elektronik iletişim ağı kurulmuştur. Ayrıca Cerf ile Khan'ın 1973'te farklı tipte ağların birbirine bağlanmasını mümkün kılan "geçit" teknolojisinin temellerini atan ağlar arası bağlantı protokolü TPC/IP'yi geliştirmeleri internetin günümüzdeki hâlini almasında önemli rol oynamıştır. Böylece internet gelişerek bugünkü şeklini almıştır [9]. Öte yandan bilgi teknolojilerinde yaşanan devrimsel gelişmeler insan yaşamına dair birçok şeyi de yeniden inşa etmektedir. Tablo 13. 1'de görüldüğü gibi bu bağlamda enformasyon toplumunu endüstriyel toplumdan ayıran özellikler şöyledir [10]:

Tablo 13. 1. Endüstriyel Toplumla Enformasyon Toplumunun Karşılaştırılması

		Endüstriyel Toplum	Enformasyon toplumu
Yenilikçi teknoloji	Öz	Buhar makinesi	Bilgisayar (bellek, hesap)
	Temel fonksiyon	Fizik emeğin ikamesi ve yaygınlaştırılması	Zihni emeğin ikamesi
Sosyo-ekonomik yapı	Üretim gücü	Maddi üretim gücü	Enformasyon üretme gücü
	Ürünler	Faydalı mallar ve hizmet	Enformasyon, teknoloji, bilgi
	Üretim Merkezi	Modern fabrika	Enformasyon hizmetleri
	Piyasa	Yeni dünya, sömürgeler tüketici satın alma gücü	Bilgi sınırlarında ve enformasyon alanında artış
	Lider endüstriler	İmalat, mak. kim. endüstrisi.	Entelektüel endüstriler
	Endüstriyel yapı	Birincil, ikinci ve üçüncül endüstriler	Bilgi, enformasyon end. Matrix endüstriyel yapı
	Ekonomik yapı	Mal ekonomisi (iş bölümü, üretim ve tük. ayrımı)	Ayrıca dördüncü endüstri Sinerjik enerji (ortak üretim ve faydalanma)
	Sosyo-ekonomik prensip	Fiyat prensibi	Amaç prensibi
	Sosyo-ekn. özne	Teşebbüs	Gönüllü topluluklar
	Sosyo-ekn. sis.	Özel teş.rek.kar	Alt yapı, sinerji, top.yar.ön
Değerler	Toplum şekli	Sınıflı toplum	Fonksiyonel toplum
	Ulusal hedef	Kaba ulusal hedef	Kaba ulusal tatmin
	Hükümet şekli	Parlamentar demokrasi	Katılımcı dem
	Sosyal değişimde güç merkezi	İşçi hareketleri, grevler	Vatandaş hareketleri
	Sosyal problem	İşsizlik, savaş, faşizm	Terör, gelecek şoku, öz.yaş
	En ileri aşama	Kitle tüketimi	Yüksek kitle bilgi üretimi
	Etik değerler	Maddi değerler, temel insan hakları, insancılık	Zaman değeri, Self disiplin, sosyal katkı
	Değer ölçütleri	Rönesans (Bireyin özgürleşmesi)	Küresel (insan ve doğa) bütünlüşme
	Zamanın ruhu		



Enformasyon toplumunda her tür bilgi dijital ortamda işlenmekte ve kayıt altına alınmaktadır.



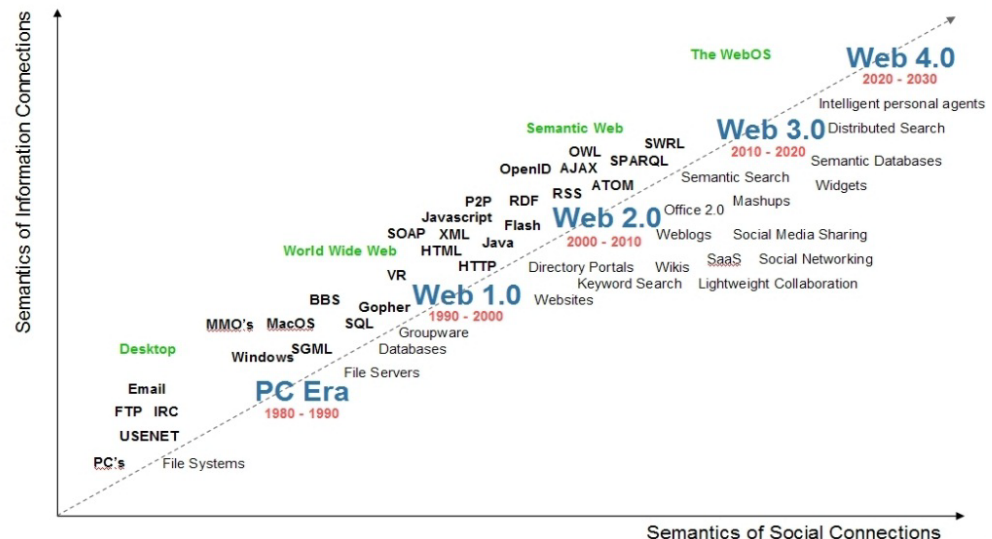
Ağlar arası olarak
isimlendirilen
internet zaman ve
mekân farkını
ortadan
kaldırmaktadır.

Enformasyon toplumunun merkezinde bilgisayar teknolojileri vardır. Bilgi toplumunda her tür bilgi, dijital ortamda işlenmekte ve kayıt altına alınmaktadır. Enformasyon toplumunun en önemli niteliği, bilginin toplanmasının ve işlenmesinin dijital bir süreç içerisinde gerçekleşmesidir.

Yeni gelişen bilgi ekonomisi, sosyal ve ekonomik değişmeyi de beraberinde getirerek yeni bir insan tipolojisinin doğmasına neden olmuştur. Öte yandan enformasyon toplumuna yönelik eleştiriler oldukça yoğunlaşmıştır. Bu eleştirilerin başında bireyin mahremiyetinin ortadan kalkması gelmektedir. Gelişen teknolojik altyapı tüm iletişim araçlarını kimliklendirmekte ve bu araçlarla yapılan her işlemi kayıt altına almaktadır. Bu nedenle bilişim çağı bir yönüyle mahremiyetin ihlal edilmesi olarak da görülmektedir.

WEB 2.0 VE KATILIM KÜLTÜRÜ

Yeni iletişim biçim ve mekânlarının ortaya çıkmasındaki en temel unsur internettir. Şekil 13.1’de görüldüğü üzere askeri amaçlarla 1960 yılında ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) olarak ortaya çıkan internetin 1970 yılında üniversitelerin bünyesinde yer almaya başladığı görülmektedir. Diğer yandan aynı dönemlerde World Wide Web (WWW) adıyla internet kamuya açılmıştır. Bugün DSL (Digital Subscriber Line) ve mobil teknoloji ile beraber internetin popülerliği artarak devam etmektedir. Ayrıca geniş bant teknolojisinin veri aktarım hızını yükselttiği görülmektedir [11]. *Ağlar arası olarak isimlendirilen internet zaman ve mekân farkını ortadan kaldırmıştır. İnternet ve sosyal medya yalnızca basit bir mekân değil, aynı zamanda bütün ayrıntıları önceden hesaplandıktan sonra inşa edilmiş bir dünya olmuştur* [12].



Şekil 13. 1. Web'in Gelişim Evreleri

Kaynak: <https://mentelab.wordpress.com/2007/10/25/dal-web30-al-web40/>

İlk dönem internet için kullanılan Web 1.0 internet, kullanıcılarına bilgiye erişme olanağı sağlarken 2004 yılında geliştirilen Web 2.0 internet kullanıcılarını pasif birer kullanıcı olmaktan çıkartıp aktif kullanıcı durumuna getirmiştir. Böylelikle tek yönlü iletişim akışı yerini interaktif akışa bırakmıştır. Web 2.0

teknolojisinde etkileşim oldukça fazladır. Bununla birlikte sosyal paylaşım ağlarının tümü (Instagram, Facebook, Youtube, MySpace, LinkedIn, Twitter, Google+, vb.) Web 2.0 teknolojisini kullanmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarında izleyiciler aktif kullanıcılara dönüşürken, içerik paylaşımında yorum, like (beğeni) veya dislike (beğenmeme) gibi katılım sağlanmaktadır.

İlk dönem web siteleri ve uygulamaları statik bir yapıya sahiptir. Web sitelerinde genel olarak ürün veya firma tanıtımı yapılmakta fakat kullanıcılar yorum veya eleştiri yapamamaktadır. Dolayısıyla kullanıcılar görüşlerini dile getiremediği için içeriğe katkıda bulunamamışlardır. Sitelerin tasarımı da sıradan bir yapıdadır. Dolayısıyla ilk dönem web sitelerinin tasarımları hemen hemen birbirleri ile aynıdır. Etkileşim neredeyse hiç yoktur [13]. Öte yandan sosyal medyanın en önemli özelliklerinden biri interaktif olmasıdır. *Yeni medya, geleneksel medyadan her yerde hazır, ulaşılabilir ve interaktif olma özelliklerinden dolayı farklılaşmaktadır. Web 2.0 katılımcı webi tanımlamak için kullanılmaktadır. İnternet, bir platformdur ve bu platformda çevrim içi uygulamalar ve kullanıcılar arasında bilgi değiş tokuşu yapılmaktadır.*



Yeni medya, geleneksel medyadan her yerde hazır, ulaşılabilir ve interaktif olma özelliklerinden dolayı farklılaşmaktadır.

Web 2.0, internet aracılığıyla kurulan iletişime interaktif bir boyut kazandırması açısından önem taşımaktadır. Bu yeni teknolojiyle birlikte iletilere anlık geri dönüş için yüz yüze iletişimin zorunluluğu olan aynı zamanda aynı yerde olma gerekliliği ortadan kalkmıştır. Ayrıca insanlar yeni teknolojiler yardımıyla kamusal alana sanal yollarla diğer bir deyişle sosyal medya araçları ile katılabilmektedir. *Sosyal ağlar ve kişisel web sitelerinin sayısı gelişen teknolojiyle birlikte giderek çoğalmaktadır. Yeni medya kullanımı bilgi alma ve paylaşma isteği nedeniyle artmıştır.* Yeni medya paylaşımı, içerik üretmeyi, geri bildirim (feedback) ve çeşitli siteler arasındaki bağlantıyı olanaklı kılan bir platformdur. Web 2.0'da kullanıcı bilginin odak noktasında yer almaktadır. Diğer bir ifadeyle bilginin kaynağı farklılaşmış ve alıcılar bilgi üretmeye başlamıştır. Genel olarak internet, araç olmanın ötesinde bilgi üretim, paylaşım ve tüketim mekânı hâline gelmiştir [14]. Özellikle etkileşim bağlamında değerlendirilen Web 2.0 teknolojisi ile birlikte bilgi alıcısı konumunda olan pek çok kişi aynı zamanda bilgi üreticisi olmuştur. Bu teknolojik ve sanal dünyada bilgiye erişim kolaylaşmış, kişiler bu platformlarda düşüncelerini özgürce ifade edecekleri bir zemin bulabilmişlerdir. İnternet kullanıcılarının birçoğu teknik bilgi konusunda yetersiz olsalar bile kolayca kendi web sayfalarını, bloglarını veya sosyal medya hesaplarını oluşturabilmektedir.

Bilgi paylaşımının ve karşılıklı sanal iletişimin yüksek olduğu sosyal medya, kullanım özellikleri dolayısıyla pek çok açıdan farklı kullanıcıların kolayca iletişim kurmasını sağlamıştır. Diğer taraftan Web 2.0 teknolojisiyle birlikte internette paylaşılan enformasyonda yoğun artış yaşanmıştır. Çoğunlukla kişisel bilgilerin yoğun olarak paylaşıldığı sosyal medyada bilgi artışı hem olumlu hem de olumsuz açılardan değerlendirilebilmektedir. Bilgi paylaşımının artması aynı zamanda bilginin sistematik bir şekilde düzenlenmesi gereğini ortaya çıkarmıştır. Bilginin sistematik olarak düzenlenmemesi internet kullanıcılarını doğru bilgiye erişme konusunda olumsuz etkilemektedir.



Geleneksel medya ve yeni iletişim teknolojileri melez bir birliktelik oluşturmaktadır.



Sosyal medya araçları yoluyla sanal iletişim akışı durmaksızın devam etmektedir.



Etkileşim, yeni medyanın en önemli özelliklerinden biridir.

Yeni iletişim teknolojisi ve bu teknolojinin sunduğu olanaklardan faydalanan kullanıcı sayısı arttıkça geleneksel kitle iletişim araçları da bu süreçten etkilenmiştir. Daha genel bir deyişle geleneksel medya ve yeni iletişim teknolojileri melez bir birliktelik oluşturmaktadır. Geleneksel kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon örneğine baktığımızda, program üreticilerinin canlı programlarda sosyal medya katılımını sağlayarak kitle iletişiminin tek yönlü yapısını kırdığı söylenebilmektedir [15]. Bu tarz yeni uygulamalarla birlikte artık geleneksel kitle iletişim araçları da yeni medya aracılığıyla interaktif bir yön kazanmaktadır.

Yeni medya uygulamaları aracılığıyla kullanıcılar paylaşılan öğeleri takip etmekte veya diğer bir kullanıcıyla sohbet edebilmektedir. Genel bir ifadeyle sosyal medya araçları yoluyla sanal iletişim akışı durmaksızın devam etmektedir. Bilgi paylaşımı radyo ve televizyon aracılığıyla uluslararası boyut kazanırken internet ve sosyal medya aracılığıyla küreselleşmektedir. Diğer taraftan sosyal medya geleneksel medya karşısında pek çok açıdan avantajlıdır. *Depolama, gözetleme ve denetleme, ölçme, etkileşim ve güncelleme olarak sıralanabilecek özellikler sosyal medyayı geleneksel medya karşısında daha güçlü bir konuma getirmektedir.* Örneğin; geleneksel medyada bilgi bir denetleme sürecinden geçerken, sosyal medyada ise kullanıcı tarafından üretilen bilgi herhangi bir denetim veya sansürden geçmez. Dolayısıyla sosyal medyanın sınırsız ve sansürsüz bir alana tekabül ettiği söylenebilir [16]. Ayrıca sosyal medya geleneksel iletişim araçlarına göre çoklu bir ortam sunmaktadır. Sosyal medya ile geleneksel medyanın karşılaştırılması Tablo 13.2’de görülmektedir [16]:

Tablo 13.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Arasındaki Farklar

Sosyal Medya	Geleneksel Medya
İki yönlü Konuşma	Tek yönlü konuşma
Açık sistem	Kapalı Sistem
Şeffaf	Opak
Birebir pazarlama	Kitle pazarlama
Hakkınızda birincil bilgiler	İkincil bilgi
Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik	Profesyonel kurgulanmış içerik
Aktif kullanım	Pasif kullanım
Gerçek zamanlı oluşum	Önceden üretilen/ Planlanan
Yapılandırılmamış sistem	Kontrollü sistem
Gayri resmi dil	Resmi dil

İnternet erişimi ile sınırlı olan Web 2.0 ortamında iletişim yazılı, sözlü, görsel olarak ve pek çok şekilde gerçekleşmektedir. Kullanıcılar; yorumları, düşünceleri ve paylaşımları aracılığıyla bu ortamlara eklemenebilmektedir. *Yeni medyada iletişim hızlı, değişken, parçalı, etkileşimli ve tekrara dayalıdır. Online konuşmalar, metinler, fotoğraflar ve paylaşılan pek çok öğe sürekli bir akış halindedir.* Aynı zamanda bir sosyal medya hesabı parçalıdır. Bunun nedeni ise bu platformlar hemen hemen her bir kullanıcı sayısı kadar öğe barındırabilmekte ve bu öğeler çoğu zaman birbirlerinden farklı temalar içermektedir. *Etkileşim, yeni medyanın en*

önemli özelliklerinden biridir. Bu yönüyle iletişimin tek yönlü yapısı kırılmaya uğrar ve online olarak çift yönlü bir iletişim akışı sağlanır. Bununla birlikte sosyal medyada paylaşılan pek çok konu veya öge başkaları tarafından tekrar tekrar paylaşılabılır. Bu platformlarda birçok kişinin bir ögeyi tekrar tekrar paylaşması ileti akışı içerisinde tekrarlanan bir ileti olduğunu göstermekle birlikte ayrıca kullanıcıların çoğunun aynı konuya gösterdiği ilgi, gündemin oluşmasında da etkili olabilmektedir. Paylaşılan bu ögeler veya konuşulan tema birebir aynı olmakla birlikte çeşitli şekillerde de tekrarlanabilir.

Yeni medya kullanıcısı kim olduğunu yazı, resim veya videolar aracılığıyla ortaya koymakta ve gerçeğiyle tam olarak örtüşen veya örtüşmeyen sanal bir kimlik oluşturmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte istediğimiz her an bilgiye sanal olarak erişebilir ve dünya üzerindeki herhangi bir kişiyle bağlantı kurabiliriz. Ayrıca herhangi bir konu veya herhangi biri ile ilgili düşüncelerimizi, hislerimizi, fikirlerimizi istediğimiz her an paylaşabiliriz [17]. Sanal ve gerçek dünya arasındaki çizginin kaybolduğu bir düzlemde katılımı ve sosyal medya aracılığıyla sosyalleşme karmaşık bir süreçte işaret etmektedir. Sosyal medya kullanıcılarını ırkları, eğitim durumları, sosyo-ekonomik koşulları birbirlerinden farklı olan katılımcılar oluşturmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyada çok seslilik vardır. Geleneksel kitle iletişim araçlarının tek yönlü yapısı yerini etkileşime bırakırken çok seslilik ve diyalogizm bir anlamda gerçekleşmektedir [18].



Resim 13.1. Time Dergisi'nin 2006 Yılındaki Kapağı: "Yılın İnsanı Olarak 'Seni' Seçti."

Kaynak: <http://time.com/vault/year/2006/>

İnternet ortamı diğer bir deyişle sanal ortam, kendine has özellikleri olan bir yerdir. Gerçek olandan ziyade bir görüngü olarak ifade edebileceğimiz internet kendi ekolojisini geliştirmiştir [19]. Yeni medya, fiziksel anlamdaki zaman ve mekân anlayışının farklılaştığı bir ortam sunmaktadır. Öte yandan Time dergisinin kapak resmi olarak internet kullanıcılarını seçmiş olması internet kullanımının hangi boyutlarda olduğunun anlaşılması bağlamında önemli bir göstergedir. *Sosyal medya kullanıcıları pek çok kişi tarafından bilinen kişilere dönüşebilmekte diğer bir deyişle ün ve şöhret sahibi olabilmekte veya yeni iletişim teknolojileri vasıtasıyla kendi görünürlük alanını genişletebilmektedir. Ayrıca sosyal medya kullanıcıları*

toplumsal olaylarda örgütlenebilmekte, gündemi etkileyebilmekte ve varlık alanını küresel düzeyde genişletebilmektedir.



Yeni medya, fiziksel anlamdaki zaman ve mekân anlayışının farklılaştığı bir ortam sunmaktadır.

İletişimin interaktif bir boyut kazanması aynı zamanda katılım kültürünü desteklerken, bu iletişim araçlarının ne ölçüde demokratik olduğu veya demokrasiye ne ölçüde hizmet ettiği gibi pek çok tartışmayı da gündeme getirmektedir. Yeni medya platformlarına üye olmak veya hesap açmak için herhangi bir giriş belgesine gerek duyulmamaktadır. Yeni medyada kullanıcılar yaş, cinsiyet, ırk gibi ayrımların ötesinde var olabilmektedir. Aynı zamanda sanal kullanıcıların bu mecrada içerik üreticisi durumuna gelmesi izleyici ve üretici arasındaki sınırı bulanıklaştırmıştır. Teknik bilgisi zayıf olan pek çok kullanıcının dahi bir sosyal medya ağına sahip olduğu görülebilmektedir. Bununla birlikte ülkelerin teknolojik alt yapılarındaki eşitsiz gelişmişlik düzeyi, kişilerin sosyal ve kültürel eşitsizliği, hükümet politikaları gereği herkesin eşit düzeyde bu platformlardaki tartışmalara katılamadığı göz ardı edilmemesi gereken bir gerçektir.

İnternetle birlikte tartışılan dijital kültürün başat kavramlarından biri de hiper-metindir. İnternet tabanlı sayfalarda birçok öge bulunurken metnin stratejik yapısı farklılaşmaktadır. Hiper-metin, web sayfasındaki metne işaret etmekte ve bu metin içinde başka birçok öge (görsel, işitsel) bulunabilmektedir. Böylece metin sadece kelime ve cümlelerle sınırlı kalmamakta, metnin statik olarak yukarıdan aşağıya ilerlemesi durumu ortadan kalkmaktadır [20]. Hiper-metinle yazının kalıcılığı zayıflamakta ve metin sürekli değişime uğramaktadır. *Hiper-metinler, World Wide Web'in ana kavramlarından biridir ve günümüz web sitelerinin çoğu bu hiper-metin işaretleme dilini (HTML) kullanmaktadır.* Hiper-metinler, hiper-bağlantılar vasıtasıyla başka kaynak ve metinlere referansta bulunabilmektedir. Bu bağlamda hiper-metinler yalnızca yazı değil aynı zamanda görüntü, video, tablo, fotoğraf gibi diğer öğeleri de kapsayan teknik gelişimin adıdır.

YENİ MEDYA VE SOSYAL MEDYA

İnternetin 1950'lerde keşfedilmesiyle iletişim olgusu farklı bir evreye geçmiştir. İkinci dünya savaşı sonrasında geliştirilen internet teknolojisi 1990'lı yıllarla dünya çapında yaygınlaşmaya başlamıştır. İnternetle birlikte önceki iletişim araçları geleneksel kitle iletişim araçları olarak tanımlanmaya başlamıştır. *Gazete, radyo, televizyon, sinema gibi tek yönlü akan ve etkileşimsiz araçlar geleneksel kitle iletişim araçları olarak tanımlanırken; izlerkitleyi iletişim sürecine aktif bir şekilde sokan internet teknolojileri yeni medya olarak adlandırılmıştır. Bilgisayarların işlem gücüyle oluşturulan ve kullanılan, izlerkitlenin aktif olarak yer aldığı dijital ortamlara yeni medya ismi verilmektedir.*

Yeni medya olarak gösterilebilecek ortamlardan bazıları şunlardır:

- Web siteleri
- Elektronik postalar (e-mail)
- Elektronik kioskalar
- Bilgisayar oyunları



İnternetin icadıyla birlikte önceki kitle iletişim araçları geleneksel kitle iletişim araçları olarak tanımlanmaya başlamıştır.

- Yazılımlar
- Hyper-metinler
- Bloglar
- Podcastlar
- Mobil medyalar
- Sanal gerçeklik ortamları (Virtual Reality)
- İnteraktif televizyonlar
- Multimedya

Yeni medyanın en temel özelliklerinden biri olan multimedya (çoklu ortam) özelliği kullanıcıların linklerle farklı ortamlara geçişini kolaylaştırmakta, içeriğe aktif olarak müdahale etme imkânını vermekte ve zaman sınırlandırmasını ortadan kaldırmaktadır. Coğrafi bakımdan mekân sınırlamasını ortadan kaldıran internetle bilginin üretilmesi ve bilgiye erişim kolaylaşmıştır. Yeni medyaların belirleyici niteliklerinden biri de içeriğin belirlenmesindeki özgürlüktür. *Geleneksel kitle iletişim araçlarının yayın akışı belirlenmiştir ve hedef kitle bu içeriğe müdahale edememektedir. Yeni medyalarda ise hedef kitle içeriğe erişebilmekte ve içeriği şekillendirebilmektedir.*



Yeni medya ile farklı formatlardaki bilgiler tek bir araç vasıtasıyla elde edilmeye başlanmıştır.

Yeni medya ile farklı formatlardaki bilgiler tek bir araç vasıtasıyla elde edilmeye başlanmıştır. Bu yeni teknolojiyle bilginin yayılması ve çoğalması sağlanmıştır. Örneğin, enformasyon teknolojilerindeki gelişmelerle radyo, televizyon ve gazetenin ayrı ayrı ürettiği bilgi ve işlevlere artık tek bir kaynaktan erişilmektedir. Enformasyon teknolojilerinin gelişimindeki anahtar rolü internet almaktadır. *İnternetin ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte bilginin şekli ve hızı çok büyük bir değişime uğramıştır.* Ancak bu hız ve değişim bölgeler arasında bile farklılık gösteren bir yapıda olmuştur. *1950’lerde ABD tarafından askeri amaçla icat edilen internet, daha sonraki yıllarda üniversitelerde de kullanılmaya başlanmış ve giderek yaygınlaşmıştır.* Bunun doğal sonucu olarak da interneti sürekli geliştirmek için yöntemler aranmış ve bu sayede internet günümüzde devasa bir iletişim ağına dönüşmüştür. Bu şekilde bilgi, en değerli enformasyon hâlini alırken, çalışanlar da enformasyon işçisi olarak tanımlanmıştır [21]. Başlangıçta birkaç bilgisayarı birbirine bağlamak için tasarlanan bu teknoloji belki de günümüz enformasyon dünyasının devrim geçirmesini sağlayan ve günümüz medyasının da değişimine öncülük eden bir buluş olmuştur. Bu teknolojik buluş sayesinde basın hayatında kökten değişimler ve yenilikler ortaya çıkmış ve farklı kavramlar hayatımıza girmeye başlamıştır. *Dünyayı saran internet ağı sayesinde medyanın kendi içerisinde de yenilikler yaşanmıştır. Bunun sonucunda ortaya çıkan teknolojik temelli medyaya yeni medya denmeye başlanmıştır.*

Yeni medya denen günümüz enformatik bilgi kanallarının bir takım özellikleri vardır. Bunları M. Rogers üç başlık altında tanımlamıştır [22]:

- Karşılıklı etkileşim
- Kitlesizleştirme
- Eşzamansız olabilme



Yeni medyada
amatör kişiler içerik
üretmeye
başlamıştır.

Sosyal medyanın yaygınlaşmasında web 2.0 teknolojisi kırılma noktası olmuştur. Bu teknolojinin kullanılmasıyla paylaşım olanakları geliştirilmiş ve internet kullanıcılarının resim, yazı, görüntü gibi dataları webe yükleme olanakları artmış ve hızlanmıştır. *Sosyal medya, Web 2.0'in kullanıcıların hizmetine sunulmasıyla tek yönlü bilgi paylaşımından çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına geçişi sağlayan medya sistemleridir. Böylelikle sosyal medya; kişilerin internet üzerinde birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve paylaşımların bütünü olarak tanımlanabilmektedir.* Kullanıcı bazlı içerik (UGC-User Generated Content) artarken amatör kişiler aynı zamanda içerik oluşturmaya başlamıştır. Görüntünün ve sesin internet vasıtasıyla küresel olarak dağıtımı çeşitli iletişim uygulamalarının doğmasına yol açmıştır. Bu uygulamalardan birçoğu sosyal medya uygulamalarına ilham vermiştir. 1970'lerden sonra Usenet, IRC, tanışma siteleri ve forumlar şeklinde ortaya çıkan sosyal medya içerikli uygulamalar 2000'lerin başında yüksek hızlı internetin hayatımıza girmesiyle birlikte facebook, Twitter, Instagram, Myspace gibi günümüz sosyal medyasını oluşturan uygulamalara zemin hazırlamıştır. *Sosyal medya, aynı zamanda gerçek kamusal alanların simülasyonuna (taklidine) benzemektedir. İnsanlar gerçek kimliklerini kimi zaman göstererek kimi zaman gizleyerek diğer insanlarla etkileşime girmektedir. Gerçek dünyanın sanal bir hâli olarak sosyal medya, küresel ortak bir alana dönüşmektedir.*

Sosyal medya çift yönlü iletişimin olduğu ve bu anlamda etkileşimli, aynı zamanda kullanıcıları birbirine bağlayan ve bunu yaparken de internet teknolojisini kullanan sanal iletişim kanalıdır. Twitter, facebook, Instagram gibi sosyal ağlar ve paylaşım toplulukları, Bloglar, sözlükler ve forumlar vb. yeni medya ortamı içerisinde tanımlanmaktadır. Dolayısıyla yeni medya kullanıcısı aktif olarak olaylar, durumlar, kişiler, fotoğraflar, videolar, markalar gibi pek çok konu hakkında düşüncesini paylaşabilmekte, beğenisini ve olumsuz görüşlerini dile getirebilmektedir. Sosyal medya kullanıcıları kendi hesaplarını (profillerini) oluşturmalarının yanı sıra kendi web sitelerini kurarak, YouTube kanalı açarak veya bir Blog sayfası tasarlayarak sanal dünyada bir kimlik edinebilmektedir. Özellikle son yıllarda Blog yazarları ve YouTube kanalına sahip olanlar kendi kişisel ilgileri ile ilgili makaleler yazmakta veya videolar çekmektedir. Bu kişilerden bazıları takipçi sayısının fazlalığıyla öne çıkarken kendilerini blogger, youtuber gibi yeni sıfatlarla tanımlamaktadır. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojileri katılım kültürünü teşvik etmekte, kişilere kendilerini ifade edecekleri, düşüncelerini paylaşabilecekleri bir ortam sunmaktadır.



Bireysel Etkinlik

- Sosyal medyanın hayatımız üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini tartışınız.
- Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya sitelerinde özel bilgilerin paylaşımının herhangi bir olumsuz sonuca neden olup olmadığını tartışınız.



Özet

- İnsanlık tarihindeki teknik gelişmeler aynı zamanda iletişim olgusunu da etkilemiştir. Kitle iletişim aracı olarak önceleri gazeteler kullanılırken on dokuzuncu ve yirminci yüzyıl köklü değişimlere sahne olmuştur. Radyo, sinema, televizyon gibi araçların keşfi, kitle iletişim olgusunu tek yönlü ve kitlesel bir hale getirmiştir.
- Batı dillerinde “communication” sözcüğünün karşılığı olan iletişim kavramının kökeni ortak toplumsal etkileşimi ifade eden Latince “communis” sözcüğüne dayanmaktadır. Teknoloji sözcüğü Yunanca sanat, el yapımı, zanaat anlamına gelen “techne” ve bir şeyi bilmek ve onun üzerinde çalışma yapmak anlamına gelen “logia” sözcüklerinden meydana gelmektedir.
- Toplumsal hayatı şekillendiren teknolojik tabanlı gelişmeler, iletişim sürecini doğrudan etkileyerek yüz yüze iletişimin yanında teknoloji ile aracılanmış iletişim tarzının gelişimine neden olmuştur.
- İkinci dünya savaşı sonrası önceleri askeri amaçlı geliştirilen internet, 1990’lı yıllarla hızla yaygınlaşmış ve gündelik yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası olmuştur. İnternetin ve yeni medyanın kullanılması aynı zamanda kitlesizleştirme, karşılıklı etkileşim ve eş zamansız olabilmek özellikleriyle geleneksel kitle iletişim araçlarından farklılaşmaya neden olmuştur. Yeni medyanın bu nitelikleri etkileşimi artırmış ve coğrafi mesafeleri azaltmıştır.
- Küreselleşme olgusu, yeni iletişim araçlarıyla büyük bir ivme kazanmıştır. İnternetin giderek yaygınlaşması ve her alanda kullanılması küresel bilgi akışını hızlandırıp kolaylaştırmıştır. İnternet içinde bilginin, ekonominin, toplumsal hareketlerin ve siyasal süreçlerin işlediği bir ortama dönüşmüş ve ortaya çıkan bu toplumsal yapıya enformasyon toplumu, ağ toplumu, bilgi toplumu gibi adlar verilmiştir.
- Enformasyon Toplumu ifadesi 1950’lerin sonunda ilk kez iktisatçı Fritz Machlup tarafından kullanılmıştır. Batıda yaşanan teknolojik ve toplumsal gelişmeler neticesinde, adına enformasyon toplumu, bilgi toplumu ya da ağ toplumu denen toplumsal formasyon ortaya çıkmıştır.
- Enformasyon toplumuyla birlikte küçük veya büyük, ulusal veya küresel ölçekte birçok ağ oluşmuş, ağlar aracılığıyla mesafeler önemini yitirmiş ve insanlar sanal ortamda yakınlaşmıştır. Enformasyon toplumunda bilgi üretme, bilgi işleme ve imge oluşturma eylemleri iletişim üretkenliğinin kaynağı hâline gelmiştir.
- İnternet ilk olarak 1960 yılında askeri amaçlarla ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) ismiyle kullanılmıştır. 1970 yılında üniversitelerin bünyesinde yer almaya başlayan internet aynı yıllarda World Wide Web (WWW) adıyla kamuya açılmıştır.
- İlk dönem web siteleri ve uygulamaları statik bir yapıya sahiptir. Bu web sitelerinde ürün ya da firma tanıtımı yapılmakta fakat kullanıcılar yorum veya eleştiri yapamamakta, internet ortamındaki içeriğe katkıda bulunamamaktadır. Dolayısıyla Web 1.0 olarak adlandırılan ilk web hizmetleri bilgiye erişim sağlayan, fakat etkileşimin olmadığı bir sayfa yapısına sahiptir.
- 2004 yılında geliştirilen Web 2.0 internet ve kullanıcı etkileşimini ileri boyuta taşımıştır. Web 2.0, internet kullanıcılarına interaktif (etkileşimli) bir ortam sunmuştur. Web 2.0 internet kullanıcılarını pasiflikten uzaklaştırmış ve aktif birer kullanıcıya dönüştürmüştür.



Özet (devamı)

- Ağlararası olarak tanımlanan internet, zaman ve mekân farkını ortadan kaldırarak mesafeleri kısaltmıştır. Yine karşılıklı veri paylaşımını hızlandıran ve etkinleştiren Web 2.0 teknolojisinin geliştirilmesi yeni medya ve sosyal medya mecralarının ortaya çıkışına ön ayak olmuştur.
- Katılımcı web olarak tanımlanan Web 2.0 çevrim içi uygulamaları, bilgi değiş tokuşunu oldukça kolaylaştırmıştır. Öte yandan katılımcı ve interaktif medya olanakları sosyal medyayı yaygınlaştırmıştır.
- Sosyal ağlar ve kişisel web sitelerinin sayısı gelişen teknolojiyle birlikte giderek artmıştır. Yeni medya kullanımı bilgi alma ve paylaşma isteği nedeniyle çoğalmıştır. Böylece sosyal medya araçları sanal iletişimi kolaylaştırmıştır.
- Sosyal medya; depolama, gözetleme, denetleme, ölçme, etkileşim ve güncelleme olarak sıralanabilecek özellikleri nedeniyle geleneksel medyadan daha güçlü bir konuma yükselmiştir.

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Aşağıdakilerden hangisi sosyal medyayı geleneksel medya karşısında daha güçlü bir konuma getiren özelliklerinden biri değildir?
 - a) Depolama
 - b) Gözetleme
 - c) Denetleme
 - d) Etkileşim
 - e) Bilgilendirme
2. Elektromanyetik dalgaların keşfiyle birlikte 1887 yılında bu dalgalarla ilk deneyi yapan kişi kimdir?
 - a) Thomas Edison
 - b) Fritz Heyer
 - c) Henrich Hertz
 - d) Bob Kahn
 - e) Vint Cerf
3. Aşağıdakilerden hangisi yeni medyada gerçekleşen iletişimin niteliklerinden biri değildir?
 - a) Hızlı
 - b) Değişken
 - c) Parçalı
 - d) Çizgisel
 - e) Etkileşimli
4. Aşağıdakilerden hangisi yeni medya olarak gösterilebilecek ortamlardan biri değildir?
 - a) Radyolar
 - b) Elektronik postalar (e-mail)
 - c) Bloglar
 - d) Podcastlar
 - e) Web siteleri
5. 1960'ların ilk yarısında ABD Savunma Bakanlığı Pentagon tarafından desteklenen ağ çalışmalarından birisi olan İnternet Protokolü'nü (IP) kullanan ilk ağın adı nedir?
 - a) IRCNET
 - b) ARPANET
 - c) PALO ALTONET
 - d) TYMNET
 - e) TELENET

6. Aşağıdakilerden hangisi bir sosyal medya ortamı değildir?
- a) Facebook
 - b) Instagram
 - c) MySpace
 - d) LinkedIn
 - e) Amazon
7. Aşağıdakilerden hangisi sosyal medyanın özelliklerinden biri değildir?
- a) İki yönlü konuşma
 - b) Açık sistem
 - c) Pasif kullanım
 - d) Şeffaflık
 - e) Yapılandırılmamış sistem
8. Aşağıdakilerden hangisi yeni medyanın özelliklerinden biridir?
- a) Kitleselleştirme
 - b) Manipülasyon
 - c) Tek yönlülük
 - d) Karşılıklı etkileşim
 - e) Zamansal uyum
9. “Enformasyon toplumu” kavramını 1950’lerin sonunda ilk kullanan iktisatçı kimdir?
- a) Fritz Machlup
 - b) Marshall McLuhan
 - c) Jean Baudrillard
 - d) Jorgen Habermas
 - e) Martin Heidegger
10. “Bilgisayarların işlem gücüyle oluşturulan ve kullanılan, izlerkitlenin aktif olarak yer aldığı dijital ortamlara adı verilmektedir.”
Cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?
- a) Hiper-metin
 - b) Yeni Medya
 - c) Yakınsama Kültürü
 - d) Sanal Gerçeklik
 - e) Kitle İletişimi

Cevap Anahtarı

1.e, 2.c, 3.d, 4.a, 5.b, 6.e, 7.c, 8.d, 9.a, 10.b

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Poe, M. T. (2011). *A history of communications: Media and society from the evolution of speech to the internet*. USA: Cambridge University Press.
- [2] Alemdar, K., Erdoğan, İ. (2002). *Öteki kuram: Kitle iletişimine yaklaşımların tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- [3] Naughton, J. (2001). *A brief history of the future the origins of the internet*. Great Britain: Phoenix Publishing.
- [4] Jenkins, H. (2006). *Convergence culture : Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- [5] Geray, H. (1997). *İletişim, bilgi toplumu ve küreselleşme*. Ankara: İmge Yayınları.
- [6] Yılmaz, B. (1998). Bilgi toplumu: Eleştirel bir yaklaşım. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15(1).
- [7] Crowley, D., Heyer, P. (2014). *İletişim tarihi teknoloji, kültür, toplum* (Çev. Berkay Ersöz). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- [8] Castells, M. (2013). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, binyılın sonu* (Çev: Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- [9] Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, ağ toplumunun yükselişi* (Çev: Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- [10] Meder, M. (2001). Bilgi toplumu ve toplumsal değişim. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 9.
- [11] Kırık, A. (2015). İnternet teknolojisi ve sosyal yayıncılık bileşkesinde gelişen iptv'nin günümüzdeki durumu. Sedat Özel (Ed.), *Yeni medya çağında televizyon içinde* (s. 129-169). İstanbul: Derin Yayınları.
- [12] İlic, D. T. (2015). Sosyal reyting: Biri ne izlediğimizi izliyor. Sedat Özel (Ed.), *Yeni medya çağında televizyon içinde* (s. 109-128). İstanbul: Derin Yayınları.
- [13] Eldeniz, L. (2010). İkinci medya çağında etkileşimin rolü ve web 2.0. Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz Ed.), *İkinci medya çağında internet içinde* (s.18-35). İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- [14] Karakulakoğlu, S. (2015). Geleceğin web teknolojileri: web 3.0 ve etkileşim. Özlem Oğuzhan (Ed.), *İletişimde sosyal medya sosyal medyada etkileşim içinde* (s.11-30). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- [15] Erdal, C. (2013). Sosyal medya ve paylaşım kültürü. Can Bilgili ve Gülüm Şener (Ed.), *Kültür, kimlik, siyaset içinde* (s.55-66). İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- [16] Kuyucu, M. (2015) Web 2.0 hacli seferleri: Twitter ile ana akım medyanın erişim savaşı. Selva Ersöz Karakulakoğlu ve Özge Uğurlu (Ed.), *Twitter: iletişim çalışmalarından dijital yaklaşımlar içinde* (s. 145-182). Ankara: Heretik Yayınları.
- [17] Groeschel, C. (2015). *Struggels: Following jesus in a selfie-centered World*. Michigan: Zondervan Publishing.
- [18] Alanka, Ö. (2015). Dijital Karnavalesk Uzam: Twitter. Selva Ersöz Karakulakoğlu ve Özge Uğurlu (Ed.), *Twitter: iletişim çalışmalarından dijital yaklaşımlar içinde* (s. 59-72). Ankara: Heretik Yayınları.

- [19] Briggs, A. , Burke, P. (2011). *Medyanın toplumsal tarihi* (Çev. Ümit Hüsrev Yolsal ve Erkan Uzun). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- [20] Türkoğlu, T. (2010). *Dijital kültür*. İstanbul: Beyaz. Yayınları.
- [21] Mutlu, E. (1995). *İletişim sözlüğü*, Ankara: Ark Yayınları.
- [22] Geray, H. (2003). *İletişim ve teknoloji: Uluslararası birikim düzeninde yeni medya politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınları.