

## “Eski” Medyadan “Yeni” Medyaya Geçiş,

## Gençlerin Kamusal Katılım Alanı Olarak İnternet

**Halil Nalçaoğlu**

İstanbul Bilgi Üniversitesi

hnalcaoglu@bilgi.edu.tr

### 1. Giriş

Burada temel kavramlarını ve bu kavramların görgül dayanaklarını tartışmaya açmak istediğim konuya, yani, gençlerin bir kamusal katılım alanı olarak İnternet'i kullanımlarına geçmeden önce mutlaka vurgulanması gerektiğini düşündüğüm bir kaç nokta, bir dizi uyarı ve öneri olacak. Bu noktalar doğrudan yalnızca bu konuya yönelik uyarılar/öneriler değil. “Yeni” sıfatını alan bütün iletişim teknolojileri ile ilgili ortaya atılacak düşüncelere ve bunlardan türeyecek araştırmalara yönelik uyarılar ve önerilerden söz ediyorum. Bu biraz muhteris bir niyet olarak okunabilir. Ancak en azından şunu dikkate aldığımızda ihtirasın nedeni ortaya çıkacaktır: bütün iletişim teknolojileri bir zamanlar yeniydi. Şu halde benim ilan edilen konuşma başlığı da ilk uyarıya örnek teşkil edecek şekilde dönüştürülmeli, eski ve yeni kelimeleri tırnak içinde kullanılmalı. Uyarı ve öneri başlığı altında sizlerle paylaşmak istediğim ikinci alan doğrudan bu konuşmanın ve ona dayanak teşkil eden araştırmanın “nesnesi” ile, yani gençlikle ilgili. Bu toplum kesiminin sosyolojik kuruluşuna da dair bir dizi uyarı ve öneri geliştirmeye çalışacağım. Ve bunu da birinci sıraya alarak başlamak istiyorum.

#### 2.1. Uyarılar/Öneriler: Gençlik

Her ne kadar “gençlik” dediğimiz zaman karşımıza çoğu kere *ad hoc* kriterlerle oluşturulmuş nesnel demografik bir kategori çıksa da bu kategorinin sınırlarının nesnelliği ve bu sınırlar içinde yer alan bireylerin eğilim, inanç ve değerlerinin nesnelliği konusunda kesin bir fikir sahibi olduğumuzu düşünmemeliyiz. Buna ek olarak

her zaman aklımızda tutmamız gereken bir diğer nokta gençliğin zamana bağlı olarak değişen bir sosyo-demografik kategori olduğudur.

Bu ne anlama gelir? Öncelikle gençlikle ilişkilendirilen eğilim, inanç ve değerlerin gençlik geçip gittiğinde oratadan kalkacağını varsaymamız gerektiğini hatırlatmak isterim. Örneğin 18 yaşında muhafazakâr olan bir “genç,” 26 ya da 46 yaşında da bu eğilimini sürdürebilir, ama bu kişi genç değildir artık. Şu halde belli bir yaşta sahip olunan bir değere o yaşın gereğiymiş gibi yaklaşımdan kaçınılmalıdır. Türkiye’de gençlik gerek popüler söylemlerde gerekse bilimsel çevrelerde son derece güçlü kanaatler için gayet verimli bir bölge. Neredeyse moral panik düzeyinde saptamalar (“gençliğimiz nereye gidiyor?”) ve stigmatizasyonlar (“gençler kitap okumuyor”) bu bölgenin adeta hüdayi nabit ürünleri haline gelmiştir. Bu nokta ile ilişkili bir başka gerçek ise bu tip genelleme ve stigmatizasyonların genellikle genç olmayan insanlar tarafından ortaya atılıyor olmasıdır. Söz konusu olan eğilim, inanç ve değerler olduğunda, bu tip genelleme ve stigmatizasyonların sahiplerinin kendi eğilim, inanç ve değerlerini başkalarınınkiler için bir ölçüt, bir dayanak olarak ileri sürdüklerini aklıdan çıkarmamalıyız.

#### 2.2. Uyarılar/Öneriler: İnternet

Bu çağda “yeni” iletişim teknolojileri dediğimiz zaman kabaca İnternet'i ve diğer sayısal teknolojileri (mobil teknolojiler dahil) anlıyoruz. Ancak konuşmamın başında da belirttiğim gibi bu anlayışımızın değişmesi için, yani yeni bir “yeninin” ortaya çıkması için artık fazla beklememiz gerekmiyor. “Yeni” konusunda

kafamızı karıştırması gereken ikinci bir nokta, ilgilendiğimiz teknolojilerin yöndeşme olgusu ile birlikte cihaz bazında da birikimli bir doğaya sahip olmaları. Eski-yeni teknolojiler (matbaa, fotoğrafı, film, televizyon) sosyo-kültürel birikimliliği öne çıkarırken yeni-yeni teknolojiler bu birikimi fizikî anlamda da düşündürülecek ürünlerle tanınıyor—kamera, ses kayıt cihazı, video kaydedici ve oynatıcı, internet erişimi, radyo, MP3 çalar ve telefonun aynı cihazda biraraya gelmesini kastediyorum. Bu en basit anlatımla yeninin eskilerin önemli bölümünü içermesi olarak anlaşılabilir.

İlgilendiğimiz teknolojilerin önemli bir bölümünün etkileşimli olması ortaya bir başka çok önemli konuyu çıkartıyor: Ayrık, ardışık, analog teknolojilerin tersine yeni medya yöndeşme ve etkileşimlilik özelliklerinin kaçınılmaz bir sonucu olarak yeni bir iletişim kipi ortaya koymaktadır. Bu alanda yapılacak araştırmalar ve ortaya koyulacak düşünceler bu yeni, kipi dikkate almadan tanımlamalar, işlemselleştirmeler ve ölçümlere kalkışırsa korkarım ortaya elmalar ve armutların karşılaştırıldığı tuhaf bir manzara çıkacaktır. Çünkü andığımız iletişim kipi doğası gereği toplumsal bir kiptir. Toplumsal iletişim kipi olarak adlandırdığım kavram dar anlamda mesaj transferi olarak tanımlanan iletişim eyleminin arka planını oluşturan ve mesaj içeriği kadar ortamın doğasına bağlı olarak neden iletişim eyleminin ortaya çıkacağını ve daha önemlisi bu yapılırken neler düşünülüp hissedileceğini belirleyen kolektif yönelimler şeklinde anlaşılmalıdır. İşlemsel bir tanım geliştirmek adına içinde bulunduğumuz çağa damgasını vuran toplumsal iletişim kipini, iç bütünlüğün ve teleolojik anlatımın merkezi meseleler olarak algılanmadığı, birbirinden kopuk sembolleştirmeler içeren, görselliğin öne çıktığı ama temsil işlevi görmediği pragmatik bir insan etkileşimi olarak tanımlayabilirim. Kanımca bu genelikle bir farklılaşma, yine bir kavramla ifade etmek gerekirse, yeni bir iletişim *ethos*'unun ortaya çıkmasına yol açacaktır. Yeni *ethos* derken oldukça iddialı bir şey söylediğimin farkındayım.

Bilindiği gibi bu kavram bir cemaatin veya örgütün genel duygulanımını ve davranışları yönlendiren tinsel yönelimlerini ifade ediyor. Eğer “yeni” iletişim teknolojileri bu boyutta bir dönüşüm ile olumsal bir ilişki içinde ise, bu kabul aynı zamanda geçmiş *ethos*(lar)ın ortaya koyacağı ölçüt ve standartlarla düşünmememiz gerektiği konusunda ciddi bir uyarı olarak kabul edilmelidir.

### 3.1. “Yeni” Medya, Gençlik ve Kamusal Katılım

Yukarıda sıraladığım uyarılar ve öneriler ışığında “kamusal katılım” kavramını da yeniden düşünmekte yarar var. Zira yaygın kabul gören güçlü bir yaklaşıma göre (Habermas) bir 18. yüzyıl kavramı olan kamu alanı, aynı yaklaşıma göre kendi içinde 19 ve 20. yüzyıllarda önemli dönüşümlere ve deformasyonlara tâbi olmuştur. Bu dönüşümlerin bir bileşeni kapitalistik akıl ve uygulamaların kamu alanına sirayet etmesi ise bir diğeri, erişim, otonomi, hiyerarşi, yasa düzeni hakimiyeti ve katılımın niteliği boyutlarının her biri ile doğrudan ilişkili olan toplumsal iletişim kipi ve buna bağlı tanımladığımız iletişim *ethos*'udur. Özetle söylemek gerekirse, kamusal katılım kipinin her anlamda değiştiğini kabul ediyorsak, 21. yüzyılda neden 18. yüzyıl kamu alanı tanımı ile sınırlı, bu kamu alanının ölçütlerini temel alan kamu, kamusal ve kamusal katılım tanımları ile bağlı olmamız gerekiyor?

### 3.2. Araştırma bulguları

Yeni bir toplumsal iletişim kipi ve yeni bir *Ethos* altında gençlerin kamusal katılım alanı olarak interneti nasıl konumlandırabiliriz? İnternet, Regis Debray'ın sınıflandırmasını kullanacak olursak, bir videosfer aracıdır. Bu vasfi ile logosfer ve grafosfer'den sonra gelen ve çağımızı tanımlayan bir *medium*'dan söz ediyoruz. Videosfer'den önce gelen logosfer kabaca yazı ve sözün, grafosfer ise basılı yazı ve imgelerin tanımladığı toplumsal/kültürel dünyaya

takabül ediyor. Bu alanların ayrıştırılması, elbette, bu alanlar içinde şekillenecek toplumsal iletişim *ethos*'unu doğru kavrayabilmek için büyük önem arz ediyor.

Türkiye gençliği kamusal katılım anlamında hangi alanda yer alıyor? Söz gelimi, internet bir kamusal katılım aracı olarak gençlerin genel duygulanımında ve tinsel yöneliminde başat sayılabilecek bir role sahip mi? Bu genellikle bir soru görgül bir araştırma kapsamında işlemselleştirmek için çok uygun sayılmayabilir. Öte yandan bu tip sorulara yanıt bulmak için görgül araştırmalara başvurmak kaçınılmazdır. Asıl sorun bu sorulara tek bir araştırma ile yanıt aranmasında olabilir. Bulguların birikimli değerlendirilmesi, hiç kuşkusuz, bu tip sorulara doğru yanıtlar verilmesi yolunda atılan adımlar olarak değerlendirilebilir. Bilgi birikimine katkı anlamında bu adımlardan bir tanesi aşağıda sunmaya çalışacağım değerlendirme olarak kabul edilmelidir.

Bulgularını değerlendireceğim araştırma 2006 yılı Bahar aylarında gerçekleştirildi ve 2007 yılında Umut Zeylan editörlüğünde yayınlandı. Araştırmada başka pek çok sorunun yanı sıra 14-25 yaş aralığındaki gençlere medya tüketimleri ve toplumsallaşma pratikleri ile ilgili bir dizi soru yöneltildi. Ben bu sorulara verilen yanıtları kendi içlerinde anlamlı bilgiler olarak değil de belli bir perspektiften (“mediolojik” bir perspektiften) sentezleyerek okumak niyetindeyim. Bir başka ifade ile, gençlerin televizyon tüketimleri ya da internete ayırdıkları zaman gibi eklektik bilgiler yerine logosfer, grafosfer ve videosfer alanlarına denk düşen etkinliklerini kendi içlerinde gruplayıp karşılaştırmak istiyorum. Söz gelimi, “gençler okumuyor,” “gençler çok uzun zamanlarını bilgisayar karşısında geçiriyor” türünden yargılara-yargılardan ziyade, gençlerin tüm bunları nasıl bir toplumsal iletişim kipi çerçevesinde ve nasıl bir muhtemel iletişim *ethos*'u etkisi altında gerçekleştirdikleri bana daha ilginç geliyor.

Yapılan karşılaştırma gençlerin zamanlarının ve enerjilerinin en büyük kısmını adına “grafosfer” dediğim bölge içinde geçirdikleri ortaya çıkmaktadır. Bunu videosfer ve logosfer izliyor. Bu bulgu nasıl değerlendirilebilir?

Açıkça ifade etmek gerekirse gençlerin çağdaş teknolojilerin ve bu teknolojilerle ilgili ideolojilerin bastırması ile algı düzeyinde başat gibi görünen videosferik etkinliklerin değil, hâlâ basılı (*printed*) dolayımın egemen olduğu grafosfer etkisinde oldukları anlaşılmaktadır. İkinci olarak söylenebilecek şey, yazı ve sözün artık terkedilmiş dolayım, yani, toplumsal iletişim kipleri olduğunu görüyoruz.

#### 4. Sonuç

Toplumsal iletişim kipi ve *ethos* kavramları aracılığıyla yürüttüğüm tartışmadan çıkarılabilecek en önemli sonuç, insanların (bu arada gençlerin) iletişim etkinliklerini salt iletişim içeriği bazında değerlendirmenin bizleri yanlış sonuçlara götürebileceğidir. Bu tip bir eğilime logos-merkezci araştırma-anlama pratiği diyebiliriz. Bunun alternatifi olarak dolayım, pratiklerinin toplumsal/tinsel etkilerini dikkate alan bir araştırma programı önerilebilir. Kamusal katılım anlamında hem kamu hem de katılım kavramlarının köklü dönüşümler geçirdiği çağımıza uygun bilgi üretme tasarımları geliştirmek gerekeceği de açıktır. Evinde yalnız oturan ama internet üzerinden pek çok tartışma grubuna katkı yapan bir genç kamusal mecutiyet olarak düşük bir profil çizebilir. Ancak başka bir anlamda kamusal varlığı tartışma götürmeyecektir.

Özetle, internet ortamının yeni bir iletişim kipi ortaya koyduğunu, ancak bu kipe *ethos* düzeyinde geçiş için Türkiye (özel olarak İstanbul gençliği) adına belli bir sürenin daha geçmesini beklemek gerekeceğini söylemek istiyorum.

**Kaynakça**

[1] Debray, Regis. Media Manifestos: On the Technological Transmission of Cultural Forms. New York: Verso, 1996.

[2] Habermas, Jurgen. The Structural Transformation of Public Sphere. Cambridge, Mass: Mit, 1994.

[3] Zeylan, U. S (der.) (2007). Eđitimin Deđeri ve Gençlik: Eđitimi İstanbul Gençliđinin Değerler Dđnyası. İstanbul: İstanbul Bilgi Üni-versitesi Yayınları.