

T.C.
Marmara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İletişim Anabilim Dalı
Bilişim Bilim Dalı

İletişim Ortamlarında E-Dönüşüm:
Yeni Ortamlar

Sertaç ÖĞÜT

2005, İstanbul

Elektronik Dönüşüm

Günümüzde her alanda bir dönüşüm yaşanmaktadır. Ticaret, eğitim, kamu hizmetleri gibi olgular e-ticaret, e-iş, e-eğitim, e-devlet gibi isimler olarak ve bir dönüşüm süreci içerisine girerek “elektronikleşmekte”dir. Kavramların önüne getirilen “e” harfi ile bu dönüşümün gerçekleşmiş olduğuna inanılmaktadır. Günümüz dönüşümünün simgesi olan “e” harfine atfedilen bu gücü irdelemek gerekmektedir.

Daha önce bahsettiğimiz gibi dünya üzerindeki her olgu doğal bir dönüşüm içerisindedir.¹ İletişim ortamları da bu dönüşümden nasibini almaktadır. İletişim ve ortamın gelişim sürecine bakıldığında bu dönüşüm rahatlıkla görülebilmektedir.² İletişimin temeli olan insan iletişiminden başlayarak, günümüzün en karmaşık iletişim mekanizmaları ve ortamlarına kadar bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu dönüşümün binlerce yıllık tarihi, başlangıç ve son arasında ciddi bir değişimi işaret etse de temel olan iletişim ihtiyacı asla değişmemiştir.

Bugün bilginin ve iletişimin son derece değerli olduğu bir çağda yaşamaktayız. Teknoloji, bilgi iletişimini daha süratli ve daha kesin yapabilmek için sürekli bir gelişme göstermektedir. Bilgi iletişimini sağlayan aygıtların temel çalışma gereksiniminin elektrik olması da bu gelişim sürecini elektronikleştirmedi. Bu sebeptendir ki günümüze uyarlanan / dönüştürülen her olgu, yukarıda sıraladığımız bazı örnekler gibi, elektronik kelimesi ile birlikte anılmaktadır; e-iş, e-devlet, e-öğrenme gibi kavramlara çok aşık olsak da iletişim ortamları için bir “e” oluşturulmadığını farketmek, biraz düşünüldüğünde, çok da zor olmayacaktır. Yani e-iletişim ortamı, e-ortam gibi kavramlarla karşılaşmamaktayız. Bunun sebebi bu ortamlara elektronik demek yerine “yeni” denilmiş olmasıdır.

¹ Sertaç Ögüt, “Dönüşüm Kavramı, İletişim ve Ortam’ın Dönüşümü”, 2005

² İbid.

Yeni Ortamlara Dönüşüm: Temel Prensipler ve Özellikler

Yeni ortamlar (New Media), bilinen kişisel ve kitlesel iletişim ortamlarının e-dönüşüme uğramış halidir. Tabii ki bu yeterli bir tanım değildir. Eski diye tabir edeceğimiz Televizyon, aslen bir görüntü, yazı ve ses bileşimi ortam iken, aynı zamanda hali hazırda elektronik bir araçtır. Bu durumda nasıl oluyor da televizyon, e-dönüşebiliyor? Bu soruyu yanıtlayabilmek için yeni ortamları tarif etmek gerekmektedir.

Yeni ortamların beş temel niteliği vardır³:

1. Sayısal Temsil
2. Modülerlik
3. Otomasyon
4. Değişkenlik
5. Kod Çevrimi

Sayısal temsil, ortamın koddan, yani matematiksel simge ve algoritmalarından oluşmasıdır. Böylece yeni ortamdaki bütün veriler sayılabilir ve programlanabilir bir hale gelerek daha tutarlı davranmaktadır.

Modülerlik, yeni ortamların ortaya konuluş şekilleriyle doğrudan ilintilidir. Bir web sayfasını örnek alacak olursak, görüntüler, sesler, yazı gibi elemanlar ayrı ayrı özelliklere sahiptir. Bunların bir araya gelip oluşturduğu websayfasında bir değişiklik yapılmak istendiğinde her eleman üzerinde bu değişiklik ayrı ayrı yapılmaktadır bu da modülerliği getirmektedir.

Otomasyon, yeni ortamların, kullanıcı olmadan üretebildikleri etkinlikleri simgelemektedir. Örneğin Photoshop gibi bir sayısal görüntü düzenleme

³ Lev Manovich, "The Language of New Media", 2001

yazılımında hazır algoritmalar vasıtasıyla istenilen fotografik etkiler yaratılabilmekte, Rhinoceros gibi bir 3 boyutlu modelleme programında kullanıcı etkinliklerini kaydederek daha sonra yazılıma otomatik olarak bunları yaptırtabilmektedir.

Değişkenlik, sayısal temsil ve modülerliğin bir uzantısıdır. German'a göre yeni ortamlar, birbirinden oldukça katı bir biçimde ayrılan nesnelerin dahi aynı nesnenin uzantısı olarak farklı şekillerde sunulmasını olası kılıyor.⁴ Yani, yeni ortam, mevcut nesnenin birden çok şekil ile karşımıza çıkmasını mümkün kılmaktadır.

Kod Çevrimi, yeni ortamların iki temel katmanını temsil etmektedir: Sosyal katman ve bilgisayar katmanı. Alışlagelmiş ortam prodüksiyonunun ve yayınının bilgisayarlar tarafından ele alınmasıyla, geçmiş kültürel yargılar da bilgisayarlar ile bir geçiş içerisine girmiştir. Bunun yanısıra sayısallaştırılmış verinin bir formattan diğerine çevrilmesini de kapsamaktadır. Bilindiği üzere bilgisayar dünyası donanım ve yazılım olarak ikiye ayrılmaktadır. Yazılımlar, tamamı kodlardan oluşan yapılardır. Photoshop'ta üretilmiş olan bir görüntü dosyası belli bir formdadır ve kendine has bir formatı vardır. Bu ve bunun gibi formatlar dosya uzantıları ile tanımlanmaktadır. Bu örneğimizde oluşturulan dosyanın formatı PSD'dir. Bu format yine aynı yazılım tarafından oldukça yaygın olan JPEG formatına dönüştürülebilmektedir. Bir benzer örnek de kelime – işlem yazılımı MS Word için verilebilir. Metin belgesi olarak üretilen ve saklanan bu dosyaların format uzantıları DOC / RTF olarak bilinmektedir. Ancak formatlar arası geçiş mümkündür. Örneğin bir metin belgesi yaratılarak içerisine JPEG formatında bir görüntü ithal etmek mümkündür. Dosya üretildiğinde DOC / RTF formatı ile saklanacak hale gelecektir. Böylece aslen metin belgesi formatı olan DOC ile görüntü formatları içerisinde bir kod çevrimi gerçekleşmektedir.

⁴ German, D. M., "Introduction to New Media", Course notes, 2003, <http://ag.cs.uvic.ca/csc483/notes.php>

Bu niteliklerin yanısıra yeni ortamların özellikleri üzerinde de durmak gerekmektedir. Yeni ortamların sayısal temsili, formların kesinlik kazanmasına sebep olmaktadır. Yani her bir "bit" verinin kendine has bir özelliği bulunmaktadır ve bunu kesin olarak ifade etmektedir. Söz gelişi bir bütün içerisindeki kelimeler bu özelliğe uygundur. Eğer kelimelerden birisi değişirse, cümlenin tüm anlamı farklılaşmaktadır.

Yeni ortamlar, bütün bilinen farklı ortamları bir araya toplama yetisine sahip bir özelliktedir. Buna multimedia ya da çoklu ortam denilmektedir. Metin, durağan görüntü, hareketli görüntü, ses gibi ortamların birliktelikleri bu özelliği meydana getirmektedir.

Yapı olarak yeni ortamların başlangıç ve sonları katilik taşımamaktadır. Bir başka deyişle yeni ortamlar rastgele erişim sağlamaktadır. Böylece istediğimiz veriye istediğimiz anda ulaşabiliriz.

Sayısallığın bir uzantısı olarak yeni ortamlar, veri kaybının önlendiği ortamlardır. Bir veri kümesinin birer bir kopyası kayıpsız olarak çıkartılabilir. Çünkü her yeni ortam biriminin içerdiği veri sayısı belirli ve katidir.

Yeni ortam öncesi ortamlara göz attığımızda bu özelliklerin var olmadığını görmekteyiz. Yapı itibarıyla bir çok ortam sayısal değildi. Dolayısıyla formlarda bir kesinlik de söz konusu değildi. Bu aşamada bir video kasedi örnek olarak alabiliriz.

Video kasetler yapı itibarıyla analogdur. Bu sebeple içerisindeki veri miktarı tam olarak ölçülememektedir. Bu durum formda değişkenliğe sebep olmaktadır. Söz gelimi bir saatlik bir görüntü her oynatıldığı zamanda ufak da olsa zamansal farklılıklar sunmaktadır. Bazen 59 dakika 59 saniye bazen bir saat 01 saniye olmaktadır. Bunun yanısıra video kaset her kullanılıştan sonra yıpranarak verinin kaybolmasına sebep olmaktadır. Veri miktarının ölçülememesi

aynı zamanda bire bir kopyalarının alınamamasına da sebep olmaktadır. Bu durumda veri kaybının ortaya çıktığını görmekteyiz. Ayrıca istediğimiz veriye ulaşabilmek için belirli bir çizgi doğrultusunda tarama yapma zorundalığı mevcuttur. Verilere rastgele ulaşmak mümkün değildir.

Video kaseti bir kenara bırakıp, sinema filmini ele alacak olursak bu sefer de bir takım özelliklerin ortak olduğunu görmekteyiz. Örneğin sinema filmi bir büyük ölçekten incelendiğinde aslında 1 saniyesi 25 kareden oluşan bir ortamdır. Bu durumda karelerin bir sayısallığı ifade ettiği söylenebilir. Ayrıca metin, ses, durağan ve hareketli görüntü sinemada da bir araya gelmiş ortamlardır. Bu durumda "Sinema yeni bir ortam mıdır?" sorusu akıllara gelebilir.

Sinema, özelliklerden bir kaç tanesine uysa da yeni bir ortam değildir. Bunun da en önemli sebebi yeni ortamların en önemli özelliği olan etkileşime sahip olmamasıdır.

Dönüşümün Adı: Etkileşim

Etkileşim, en az iki nesne arasındaki iletişim vasıtasıyla, nesnelerin birbirlerini davranışsal ya da biçimsel olarak değişikliğe uğratmasıdır. Yeni ortamlar etkileşim opsiyonu sunmaktadır. En önemli dönüşüm bu alanda yaşanmıştır.

Shannon ve Weaver'in iletişim modelinde kaynak ve alıcı arasındaki iletişime ek olarak alıcıdan kaynağa doğru bir geri bildirim mevcuttur. Geri bildirim, kaynağı, alıcıya iletiyi gönderdikten sonra alıcının kaynağa geri gönderdiği ileti şeklinde açıklanabilir. Ancak etkileşim, geri bildirimden farklıdır. Alıcı, kaynağın tasarıldığı iletinin tamamını almadan duruma müdahale edebilme seçeneğine sahiptir. Böylece kaynak da etkileşim doğrultusunda asıl iletiyi değiştirmeye yönelmektedir. Bu durumda kaynak, alıcıya istediği etkiyi

doğrudan yansıtamamakta, aksine alıcı kendi istekleri doğrultusunda kaynağı manipüle edebilmektedir.

Bu enformasyon doğrultusunda alıcının günümüzde kullanıcıya dönüş olduğunu görmekteyiz. Kullanıcının istekleri kaynağın biçimini belirlemektedir. Bu anlamdaki etkileşimden daha önceki ortam biçimlerinde bahsetmek mümkün değildir. Bazı filmler, kurguları itibarıyla kısmi etkileşim sunmaktadırlar. Örneğin bir sahnede elinde çöp torbasıyla, çöp kutusuna doğru giden bir kadının bir sonraki sahnede markete girmesi, seyircinin zihninde “poşet çöpe atılmıştır” mesajını doğrudan vermemekte ancak seyircinin bunu kendi çabasıyla birleştirmesini mümkün kılmaktadır. Ancak bu oldukça kısıtlı bir etkileşimdir. Bir başka örnek olarak da televizyon programları verilebilir. İzleyici ilgisini çekmeyen bir programı, başka bir kanala geçerek, iletişim kanalının dışına çıkarabilme yetisine sahiptir. Ancak burada kaynak açısından düşünüldüğünde bir etkileşim söz konusu değildir. Asıl olan etkileşim sonucunda her iki tarafında durumdan etkilenmesidir.

Günümüzde etkileşimi ciddi bir seviyede sağlayan ortamlar mevcuttur. Bilgisayar oyunları bunlara iyi birer örnektir. Kullanıcılar bu oyunlarda zaman ve mekan üzerinde hakimiyet kurarak, karakterlerini istedikleri gibi hareket ettirebilmektedirler. Yüksek tanımlı televizyonlar ve yeni sinema da etkileşime açık platformlardır. Lev Manovich, Soft-Cinema adını verdiği projesinde, önceden kaydedilmiş video parçacıkları, ses kayıtları ve çeşitli görselleri bir veri tabanında toplayarak, kullanıcıya bir arayüz sunmaktadır. Bu arayüz sayesinde kullanıcı, veri tabanında metadatalar ile tanımlı ortam parçacıklarını, kendi istekleri doğrultusunda bir araya getirebilmekte ve kendi filmlerini yapabilmektedirler. Projenin bir başka özelliği de rastgele bir film oluşturulabiliyor olmasıdır. Söz gelimi kullanıcı “korkunç” bir sahne istediğinde, arayüze konuyla ilgili verileri girerek, yazılımın kendi kendine “korku verici” bir sahne oluşturmasını sağlamaktadır.

Dönüşümü Anlamak: Teknolojik ve Sosyo – Kültürel Adımlar

Görüldüğü üzere iletişim ortamları günümüzde ciddi bir dönüşüm yaşamaktadır. Bu dönüşümü neyin tetiklediği ise ayrı bir tartışma konusudur. Tarih boyunca dönüşüm ve teknoloji kavramları bir arada yürümüşlerdir. Bireysel ve sosyal ihtiyaçlar, teknolojik yapıyı tetiklemiş; teknolojik gelişmeler ise zamanla bireysel ve sosyal yapıyı dönüşüme sürüklemiştir. Bu bağlamda iletinin ortam tarafından manipüle ediliyor olması gerçeği ile karşı karşıya kalınmaktadır. Teknolojinin belirleyiciliği Marshall McLuhan'ın teknolojik determinizm kuramında etraflıca ele alınmıştır. McLuhan'a göre teknoloji oldukça belirleyici bir güce sahiptir. Bu güç öyle bir güçtür ki aslında ortam, iletinin ta kendisidir. Söz gelimi televizyon vasıtasıyla verilen bir ileti ile sinema vasıtasıyla verilen bir iletinin içeriği tıpatıp olsa dahi, sonuç olarak farklıdır. Gazete de okunmuş bir haber ile televizyonda seyredilmiş aynı haberin alıcı üzerindeki etkileri farklıdır.

McLuhan'ın araç üzerine yüklediği bu anlamı salt teknoloji ile ele alacak olursak, sosyo – kültürel etkileri göz ardı edebiliriz. Bu nedendir ki Neil Postman, bu dönüşümü anlayabilmenin sadece teknoloji ile mümkün olmadığını savunmaktadır. Postman'a göre toplumlarda geçerli olan iletişim biçimi, kültürü belirlemektedir. Teknik alandaki her ilerleme bir gelişme olarak nitelendirilmemelidir. Teknolojinin insan üzerindeki etkisi su götürmez bir gerçektir. Postman, bu dönüşümün ancak sorgulamaya, bilimsel düşünceye, tarih bilincine ve kuvvetli bir lisan eğitime olanak sağlayan akılcı bir eğitim süreciyle mümkün olabileceğini savunmaktadır.⁵

Toplumdan Bireye Geçiş

Ortamlardaki bu dönüşüm, toplumda da bir dönüşüme yol açmaktadır. Kamusal alan için geçerli olan sosyalleşme süreci artık sadece bireyi

⁵ Nurdoğan Rigel et. al., "Kadife Karanlık", 2003, Su Yayınları, İstanbul

ilgilendirmektedir. Her alanda hedef birey olma yoluna gitmektedir. Kullanıcı kavramı da bir topluluğu değil bir şahsı anlatmaktadır. Kitle iletişimini hedef alan bir ortam üzerinde çalışıldığında her ne kadar konsept bir topluluk üzerine kurulmuş gibi gözükse de asıl hedeflenen bireydir.

Günümüzde insanlar, birey oldukları gerçeğini, toplumun üstünde tutmaktadırlar. Çevremizdeki hemen hemen her türlü alet edavat bireyselleşmiş nesnelere haline gelmiştir. Kişisel bilgisayarlar, cep telefonları, oyun konsolları, hatta ve hatta bireysel televizyonlar gibi. Teknolojinin bireylere, bireysel nesnelere sunuyor olması, kaynakların topluluklardan ziyade bireylere yönlendiği gerçeğini de sözler önüne sermektedir. Bir zamanlar milyonları başına oturtan televizyonlara reklam vermek akılcı iken, şimdi cep telefonlarına SMS yoluyla reklam yollamak tercih edilmektedir. Çok yakın bir gelecekte kamusal alan içerisinde yer alan reklam panoları dahi, yakınından geçen bireylerin cep telefonları ile iletişime geçerek kullanıcı profiline ulaşacak ve kendi alanı içerisindeki bu bireye has özel reklamlar yayınlanacaklar. Bu da kitleden, bireye dönüşümün, kamusal alandaki en güzel örneği olacaktır.

Her doğal olgu gibi iletişim ortamları da dönüşmektedir. Bu dönüşüm her ne kadar doğalsa da anlaşılmaya ihtiyacı vardır. Ortamlardaki teknolojik ve teknik dönüşüm oldukça önemli bir konudur. Ancak bu dönüşüm sadece donanımsal ya da yazılımsal olarak incelenmemelidir. Dönüşümün insan ve toplum üzerindeki etkisi de irdelenmelidir. Böylece gerçek algı seviyesine ulaşılacaktır.