

Araştırma Makalesi • Research Article

Postmodern Medyanın Analizi: Sosyal Medya Örneği

Analysis of Postmodern Media: The Example of Social Media

Süleyman DOĞAN^a *

Rabia ÇELİK^b

a.Prof. Dr. Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Bölümü, ORCID: 0000-0003-1825-2583.

b.Sosyolog, Yüksek Lisans Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Felsefe Bölümü, ORCID: 0000-0002-6191-2463.

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 28.11.2023

Kabul tarihi: 29.12.2023

Anahtar Kelimeler: İnternet, Sosyal Medya, İfşa, Devrim, Popüler Kültür.

ÖZET

Yeni bir gerçeklik simülasyonu olarak öngörülen post-modern medya, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kültür öğelerinin bütünlüğünü oluşturan bir yapı haline gelmiştir. Post-modern medya sayesinde ortaya çıkan popüler kültürün aygıtlarıyla birlikte kişiler artık toplumsal kimlikle değil bireysel olarak devam etmeye başlamıştır. Bu durum öyle bir hale gelmiştir ki bireyler popüler kültürü takip edemez ise huzursuz ve içinde buldukları çağdan geri kalmış olduğu zannı kapılabilmektedirler. Kapitalist sistemin aygıtları olarak kabul ettiğimiz popüler kültürün birçok kaynağı vardır. Bunlardan ilki ve en etkili olan sosyal medyanın kullanımı olmayan neredeyse hiçbir yer kalmamıştır. Konunun en dikkat çekici yanı ise sosyal medya artık davranışlarımıza müdahil olmaya başlamıştır. Gelecek olan nesil artık popüler kültürün ürünü olan sosyal medyanın etkisindedir. Sosyal medya da mevcutta olan kümülatif hareketleri ve genel yapıyı fenomenolojik felsefe disiplini uygulayarak inceleyerek ortaya madalyonun öteki yüzü konulmuştur. Sosyal medya sanıldığı kadar masumane olmadığı, bilgilerimizin ifşası ve paylaşımlarda bulunan bilgi manipülasyonu analiz edilmiştir.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 28.11.2023

Accepted: 29.12.2023

Keywords: Internet, Social Media, Disclosure, Revolution, Popular Culture.

ABSTRACT

Post-modern media, which is envisaged as a new simulation of reality, has become a structure that creates the integrity of rapidly produced and rapidly consumed cultural elements. With the devices of popular culture that emerged thanks to the post-modern media, people have started to continue as individuals, not with social identity. Now, this situation has become such that if individuals cannot follow popular culture, they see themselves as restless and backward from the era they belong to. Popular culture, which we accept as the devices of the capitalist system, has many sources. There is almost no place left without the use of social media, which is the first and most effective. The most striking aspect of the issue is that social media has begun to interfere with our behavior. The next generation is now under the influence of social media, which is the product of popular culture. The other side of the coin has been put forward by examining the current cumulative movements and general structure in social media by applying the discipline of phenomenological philosophy. Social media is not as innocent as it seems, the disclosure of our information and the manipulation of information in the shares have been analyzed.

* Sorumlu yazar / Corresponding Author.

e-posta: dogansuleyman1@hotmail.com

Atif: Doğan, S. & Çelik, R. (2023). Postmodern Medyanın Analizi: Sosyal Medya Örneği, *Journal of Economics and Political Sciences*, 3 (2), 157-165.

1. Giriş

İçindeki bulunduğumuz 21.yüzyıl iletişim çağıdır. Bu iletişim çağında zaman zaman çelişkilerle karşılaşmak mümkündür. Ev içinde ebeveyn çocuklar arasında odalar arasında mesafeler ortaya çıkarken çocuk atlantik ötesindeki biriyle sosyal medya yoluyla iletişim kurabilmektedir. Böylesine karmaşık, karışık ve kompleks yaşam içinde sosyal medyanın bir başka cephesine bu makalede yoğunlaşmaya çalışılacaktır. Öncelikle iletişim kavramına bir göz atmakta yarar vardır.

Antik Latince'de kök olan *communis* -ki bu ortak, paylaşılan ve umumi anlamlarına denk gelir-sözcüğünden türetilerek oluşturulan "*communicatio*" iletişim kavramı, iki kişi arasındaki bilginin aktarılma sürecine işaret eden zihinsel ve simgesel bir işlem den çok daha somut bir anlama gelmektedir. İnsan sosyal bir varlık olduğu için iletişim oldukça önem arz eder. Sosyal açıdan elzem bir nitelik olarak karşımıza çıkan iletişim; topluluk kanun ve kurallarının işletimi, denetimi açısından da gereklidir. Tüm bu özelliklerine dayanarak toplumu bu denli ilgilendiren konu başlığı sosyoloji de de kuramcılar tarafından dikkat çekici olması kaçınılmaz olmuştur. Bu çalışmalar arasında güncelliğini koruyan Amerikalı iletişim kuramcılarında John Durham Peters tarafından 1999 yılında kaleme alınmış *Speaking Into The Air: A History of the Idea of Communication* (Havaya Konuşma: İletişim Düşüncesinin Tarihi) kitabı; iletişim kavramının anlamlarını dörtlü sac ayaklarına oturarak kavramı somutlaştırması bakımından önemli bir eserdir. Birinci sac ayağında iletişimi diyaloga dayalı süreçten daha çok dahil olmak, paylaşmak, sürece katılıyor olmak olarak betimler. İletişimi iletişim yapan şey o süreçten daha çok paylaşımında kalmak, bir şey paylaşmaktır. İkinci sac ayağında anlamlar, fiziksel aktarımların olduğu bir süreçle ifade etmektedir. Bu kısımda sözlü, sözsüz iletişimi işaret eden Peters; üçüncü sac ayağında ise iletişimi değiş tokuş olarak ifade eder. Ve son sac ayağında ise iletişim sembolik etkileşimin

türlü biçimlerini ifade eden şemsiye terimi karşımıza çıkar. Kavram olarak iletişim konuşmayla başlar. Fakat en nihayetinde yazıyla, resimle, elektronik ve dijital iletişim aşamalarını da beraberinde getirdiği kuşku götürmez bir gerçektir. Çünkü iletişim içinde bir şeyi paylaşmayı barındırır. Bu sebeple de iletişimde nasıl paylaşıldığı fikriyatı değil paylaşımında olmanın, paylaşılan bilginin önemi vardır.

2000'li yıllar ile beraber cep telefonu kullanımının yaygın hale gelmesi iletişim devrimine önemli bir boyut kazanmıştır. Artık uzaktakini yakına bağlayan bir aygıt ve bu aygıt bireysel olarak herkeste mevcuttur. Yaşamış olduğumuz çağda artık mesafe kavramı bir anlam ifade etmemeye başlarken Marshall McLuhan'ın da dediği gibi artık dünya küresel köy haline gelmiştir. Dünyanın en uzak noktalarında bulunan kişiler saniyeler içinde görüntülü yahut görüntü olmadan da anında görüşme sağlayabilmektedir. Hal böyle olunca bilgi çok hızlı yayılmakta, bilgiye ulaşım ise geçmiş dönemlerle kıyasla şaşırtıcı biçimde kolaylaşmıştır. İletişim aygıtlarındaki bu hızlı ve köklü gelişme, zaman ve mekân kavramlarını da mesafe kavramı gibi değişikliğe uğratarak geleneksel kurumların kontrol tekellerini de büyük ölçüde ortadan kaldırmıştır. İnternette bilgi ve kontrol tekelleri oluşturan etkenlerden biri görülebilir. Teknolojiyi kullanma kabiliyeti olanlar bilgiyi seçme gücü de bulunmaktadır. Son yıllarda gün geçtikçe teknolojiyi kullanabilen insanların sayısındaki artış bahsi geçen tekelleşmede azalma etkeni olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğan, 2021).

17 Ağustos 1980 yılında Paul C. Warnke tarafından *The New York Times* gazetesinde çıkan makale bu konuda çeşitli öngörülerde bulunurken 2009 yılı itibariyle yine *New York Times*'da "The Digital Arms Race" konu başlıklı makaleler de kullanımı karmaşık dijital teknolojilerin sürekli artışı herhangi bir saldırı karşısında ülkenin güç kaynaklarının ve iletişiminin nasıl kontrol sağlanacağı amacının arkasına gizlenerek güçlendiği hipotezini Pentagon üzerinden

açıkladığını görmekteyiz. Ne kadar yeni medya doğarsa doğsun tekel sahipleri medya aygıtlarını kontrol etmenin bir yolunu bulacağı da bilinen bir gerçektir. Dijital iletişim en nihayetinde insanlık tarihindeki en büyük değişimlerden birinin yaşanmasını sağlamıştır. Artık zaman denen mefhumu şimdiye, mekân denen mefhumu ise sınırsızlıkla değiştirmiştir. Mesafelerin sifra indirildiği iletişim dönüşümünde, iletişimin içeriğini oluşturan bilgilerin dönüşümü nasıl olmuştur? Bilgiye anında erişim sağlamak doğru bilgiye erişimi sağlar mı? Doğru bilginin kaynağı nedir? Etkileşimde bulunduğum bu iletişim evreninde mahremiyetim ne denli sağlanmaktadır? Gibi sorgulamalarda iletişimin dönüşümü ile gelmiştir.

Bu çalışmada, sosyal medya post-modern kültürel bir açıdan ele alınarak, sosyal ilişkiler, mahremiyet ve devrimsel hareketler açısından incelenirken bahsi geçen sorulara da cevap aranacaktır. İletişimin geçirmiş olduğu bu yeni dönüşümde temel ve dikkat çekici kavram olarak karşımıza çıkan sosyal medyanın sosyo-kültürel boyutunun ele alınması amacıyla yapılan çalışmalar ve incelemelerin incelenip, çoklu disiplinler yaklaşımıyla irdelenerek ortaya sosyal çıktı konulması hedeflenmiştir.

2. Postmodernizm

Bugün, postmodern toplumun bunalım ve buhranlarını sosyal bilim mantığı olmaksızın teşhis ve tespit etmek oldukça güçtür. İnsanı bağlamlarından ayrı olarak anlamak mümkün olmadığı gibi toplumu, insanlar ve toplumlararası ilişkileri bağlamlarından ayrı olarak anlamak ve açıklamak da mümkün değildir. Sosyal bilimlerin bütünselliğini ve çatısı altında bilimlerin etkileşimini zorunlu kılan da adeta bu gerçeklerdir (Doğan, 2021).

Postmodernizm, modernizmin özne anlayışına eleştirel bakmaktadır. Postmodernistler, öznenin modern toplumun icadı, aydınlanmanın ve rasyonalizmin evladı olduğunu iddia ederler. Modern bilim dinin yerini alınca, rasyonel birey (modern özne) Tanrı'nın yerine geçmiştir. Özne iptal edilince onunla bağlantılı bütün itiraza açık modern kavramlar da bir kenara atılmış olur. Postmodernistler doğa bilimleri, insan bilimleri, toplum bilimleri, sanat ve edebiyat

arasında, kültür ile hayat arasında, kurmaca ile teori arasında, insan hayatının neredeyse bütün alanlarında görüntü ile gerçeklik arasında katı sınırların çizilemeyeceğini ileri sürerler Ayrıca postmodern öğretinin temel görüşlerinden birisi, görecilik (relativizm)dir. Bu açıdan bakılınca bütün bilgiler görelidir. Değerler ve ahlak kuralları, zamana, topluma, kişiye, kültür ve yaşama durumuna göre değişkenlik gösterir (Rosenau, 1998: 26). Jean-Francois Lyotard'ın, *Postmodern Durum* adlı kitabında savunduğu, meta/büyük anlatıların (Marksizm, Pozitivizm, Psikanaliz, Hümanizm gibi) moderniteye ait hayat tarzları olduğu ve postmodern dönemde bu tür anlatıların güvenilirliğini kaybettiği ile ilgili görüşleri, Bauman'ı desteklemektedir. Lyotard'a göre, hangi birleştirme türünü kullandığına ve spekülative ya da bir özgürleşim anlatısı olup olmadığına bakılmaksızın, "büyük anlatı" güvenilirliğini kaybetmiştir. Bu yenileme komünist seçeneği ortadan kaldırarak mal ve hizmetlerden bireysel hoşlanmayı kıymetlendirmiştir (Lyotard, 2000: 85)

Modernizmden epistemolojik ve estetik bir kopuş olarak da tanımlanabilecek olan postmodernizm kavramı (Akay, 2010: 23) önüne almış olduğu post sözcüğünün taşıdığı "sonra, sonrası, ötesi" sayesinde modernizmin sonrası veya modernizmin devamı olarak sanat, edebiyat, tiyatro, sinema, fotoğraf, felsefe, sosyoloji vb. ekseninde tartışılmakta (Möngü, 2013: 28) fakat yine de bu tartışmaların kavramı sabit bir tanım içerisine alamadıkları görülmektedir. Tartışmaların herhangi bir görüş birliğine sahip olmamasına karşın bu konu hakkında literatüre kazandırılan eserler dahi postmodernizm üzerine konuşmanın, yazmanın ne kadar güncel, popüler ve önemsenen bir olgu olduğunu göstermektedir. Postmodernizmin fikrîsel altyapısında birçok düşünürün fikri bulunmaktadır. Bu düşünürler olarak 19 ve 20. yüzyılı fikirleriyle derinden etkileyen Nietzsche ve Heidegger (Rosenau 1998: 35-36) isimleri sayılabilir. Günümüz postmodern düşünürleri arasında ise Baudrillard, Lyotard, Deleuze/Guattari, Roland Barthes, Henri Lefebvre ve Guy Debord (Kellner 2001) yer alır (Girgin, 2018).

Postmodernizmi tanımlayabilmenin en kestirme yollarından birisi de modernizmle olan farklarını ortaya koyabilmekten geçer. Bu hipotezimizden hareketle postmodernizm tanımını içeren maddeleri şu şekilde sıralayabiliriz; Modernizmin temelini oluşturan kavram “akılcılık” insanlığı değişmez ve evrensel gerçeğe götürebilecek olan arkhe ise; postmodernizm mutlak gerçeklik kavramını reddederek bunların yerine “gerçekliği kendi bütünlüğü ve özerkliği içinde anlamaya çalışan” (Çağlar, 2008: 4) bir anlayışı ortaya koyar.

Bu da bize gösterir ki evrensel bir gerçek ya da nihai bir doğru yol yoktur. Toplumu, iyi ve kötü, doğru ve yanlış gibi ikiye bölen anlayışlara karşı çıkılarak bunların yerine çoklu yapılar getirilir.

Postmodernizmde, “heterojenlik, çokseslilik, bölünmüşlük kadar bunların beraberinde getireceği yanlış anlamalar, yanlış çıkarsamalar, yanılgıları da olumlanmakta, hattâ meşruluk zemini olarak” (Zeka, 1994: 12) görülmektedir. Modernizmin yine belirgin özelliklerinden biri olan büyük anlatılara olan güvenken; postmodern toplumlarda büyük anlatıların yerini yoğun bir şüphecilik almıştır.

Modernizm akımında sanat başta edildikçe, postmodernizmde gündelik yaşamın bir parçası haline getirilmiştir (Kuspit, 2006).

Günümüzde postmodernist düşünce, kültür endüstrilerinin ürettiği kitle kültürü ürünleri aracılığıyla gelişmekte olan ülkelerin kültürel değerlerini bozma eğilimindedir. Bu süreç, yerinden etme, parçalama ve mikro oluşumları teşvik eden bir postkolonyalist harekete yol açmıştır. Gelişmiş ülkelerin medya üzerinden bilinçli bir şekilde yaydığı kültür ürünleri, yerel değerlerle örtüşmemesi sonucunda bireyler arasında zihinsel karmaşaya neden olmaktadır. Yabancı kültürden gelen değerler, zamanla bireylerin öz kültürel değerlerini değiştirmeye ve yerine koymaya başlamaktadır. Bu durum, toplumsal aidiyet duygusunun zayıflamasına ve toplumun din, mezhep, etnik köken gibi farklı aidiyetlere göre ayrışmasına yol açmaktadır. Sonuç olarak, gelişmiş ülkelerin bu ülkelere müdahale etme girişimlerine

meşru bir gerekçe sunarak sömürüye zemin hazırlamaktadır (Mora, 2011).

3. Medya ve Toplum Algısı

Yeni iletişim teknolojileri insanlara, düşüncelerini ve eserlerini paylaşacakları imkânlar sağlayan, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu bir medya sunmaktadır. Sosyal medya olarak adlandırılan bu sanal ortam, kullanıcı temelli olmasının yanında kitleleri ve insanları bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi artırması bakımından önem taşımaktadır. Sosyal medyanın yaşı veya yaş sınırı yoktur. En küçüğünden en büyüğüne kadar kullanılan evrensel ortamdır. Diğer yandan sosyal medya günümüzün geleneksel medyasına rakip olmakta hatta çoğu zamanda buna karşı tehdit unsuru oluşturmaktadır.

Verimli ve belli bir zaman diliminde kullanıldığında hiçbir rahatsız edici etkisi olmayan bu yapı, günümüz kullanıcılar tarafından pek de doğru algılanmayıp çoğu fertler tarafından oldukça gereksiz biçimde kullanılmaktadır. Kendilerini bu sanal dünyaya çok fazla hapsedtikleri için reel dünyanın sorunlarına yabancı kalıp, tepki gösteremeyip çözüm üretmemektedirler. Bu durum giderek duyarsızlaşmaya ve hissizleşen bir nesil oluşmasına sebep olmaktadır. Yedikleri, içtikleri, gezdikleri her şeyi sosyal medya aracılığıyla duyurmayı gerekli görmektedirler. Bu tutum fertleri bir süre sonra özel hayatın gizliliğini ihlal etmeye kadar sürüklemektedir. Bununla beraber özentili ve doyumsuz nesiller oluşmaktadır.

Popüler kültür adı altında doğru kullanılmayan sosyal medyayla birlikte duyarsız, araştırmayıp sorgulamayan, sadece gördükleriyle sınırlanan, eleştiri getiremeyen bir nesil oluşmuş ve sayısı gün geçtikçe hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Kendi benliklerinden, kendi isteklerinden önce başkalarının ne düşüneceğine önem veren bireyler haline dönüşmektedirler. Birçok olumsuz yönüne değinmiş olsak da medya faydalı ve bilinçli kullanıldığı zaman iyi bir kitle aracı haline gelmektedir. Medya mevcut sorunları, toplumsal eylemleri, kendi savunduğu görüşlerini topluma empoze etmek amacıyla kullanan kişiler tarafından oluşturulmuş bir propaganda aracıdır.

İletişimin sanal ortam üzerinden yürütüldüğü günümüz toplum koşullarında belli bir toplumsal kitle oluşturulmuş ve bu bağlamda bir iletişim bağı kurulmuştur.

4.Yeni Medya ve Aygıtları

Filipinler Devlet başkanı Joseph Estrada'nın sosyal medya üzerinden kendisine yöneltilen tepkiler ve protestolardan sonra görevinden istifa ederek ülkesini terk etmesi, Arap Baharı sürecinde muhalif göstericilerin sosyal medya platformları vasıtasıyla örgütlenmeleri, İran'da ortaya çıkan yeşil hareket ve benzeri muhalif birçok demokratik taban hareketlerinin geniş yankılar bulmasında sosyal medya platformlarının etkisi azımsanamayacak derecede büyüktür. Ancak birçok toplumsal olayın seyri ilerleyen süreçlerde değişmiştir. Devletlerin, özellikle otoriter rejimlerle yönetilen devletlerin bu kontrolsüz sosyal medyaya karşı kayıtsız kalmadıkları görülmüş ve tehlike potansiyelini kontrol altına alabilmek için içerisinde yasaklamanın ve kısıtlamanın da bulunduğu farklı uygulamalar geliştirmişlerdir. Bununla birlikte herkese açık platformların izlenmesi çok kolay olduğu için baskıcı rejimler bu mecralarda muhalefet edenleri takip ederek kontrol altına alma yönünde uygulamalar başlatmışlardır. Yaşanan olumsuzluklar sosyal medya platformlarının demokrasiyi sağlamak adına devrimsel bir yenilik yaratmadığını göstermiş ve demokrasi umudu olan kitlelere hayal kırıklığı yaşatmıştır. Tartışmalı bir zeminde devam eden bu anlaşmazlıklar bir yana, yeni medyanın büyük dönüşümleri beraberinde getirdiği ve gelişmiş demokratik toplumlarda daha net olumlu etkileri olduğu da yadsınamayacak bir gerçektir.

Küreselleşen dünyanın etkisiyle çok kısa bir zaman diliminde yeni medya araçları yaygınlaşarak kökten bir toplumsal değişim yaşanmıştır. Halen daha da toplumsal değişimin yaşanmasının sebebinin ardında yeni medya ile geleneksel medya arasındaki fark yatmaktadır. Geleneksel medyadan yeni medyayı ayıran en önemli özellik ise yeni medya aracı ile onu kullanan kişi arasındaki etkileşimdir. Geleneksel medya araçları (televizyon, gazete vb.) karşısında edilgin konumda bulunan izleyici/okuyucu yeni

medya aracı ile olan ilişkisinde edilgin konumundan sıyrılarak dolaşımda bulunan ve yeniden üretilen içeriğe müdahalede bulunabilmektedir. Yeni medya interaktif konuma geçmiş olması sebebiyle geleneksel medyadan ayrılır. Yeni medya araçlarına eklemlenen internet ile de medyaya katılım hız kazanmıştır. İnternetin, yeni medya teknolojilerinin gelişiminde ve yaygınlaşmasında önem arz eden rolü vardır. İletişim ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler hem dünya genelinde hem de Türkiye'de internet kullanımının ve buna bağlı olarak yeni medya ortamlarının katlanarak artmasına neden olmuştur (Girgin 2018).

Yeni medya araçlarının yaratmış olduğu kodlara kendisini temsil etmek isteyen her birey ve topluluk biçimsel anlamda postmodernizm ile de bağıntılıdır. Bahsi geçen bu biçim, postmodern söylemlerin oluşturmuş olduğu farklılığı yüceltmenin aksine bir nefret söylemi oluşturmuştur. Görünümlerin artık her şey olduğu bu evren de birey kimliğini yeniden oluşturabilmek ve bir kimlik algısına sahip olabilmek için geleneksel medya tarafından dışlanan fakat yeni medya mecralarında kendisine yer bulan öteki kimlikleri alabildiğine yıpratır. Öteki kimliklerin yıpranma süreci, çift taraflı bir döngü olup, farklı olan her şeyi baskılamakta, hapsedmekte, ötekiye karşı olan nefret söylemlerinin artmasına yol açmakta ve tüm bunların bir kod çerçevesinde yeniden üretilmesine neden olmaktadır.

Postmodern düzenin yapılandığı bu kod sisteminin en güçlü kollarından birisi yeni medya ve sosyal paylaşım ağlarıdır. Yeni medya ve sosyal paylaşım ağları seçeneği altında tüm kimlikler sınırsız, mekansız ve akışkan bir düzlemde temsil edilmektedir.

Günümüzde en çok Twitter ve benzeri sitelerde temsil edilebilme imkanına sahip kimlikler, gün geçtikçe birbirine daha çok uzaklaşan, daha şiddet içerikli paylaşımlarda bulunan bir dünyanın oluşmasına katkıda bulunmaktadır.

5.Sosyal Medya

Kullanıcısının kendi ürettiği içeriği yayınlayıp, paylaşımını yaptığı online ağ

olarak tanımlamasını yapabileceğimiz sosyal medyayı tek bir kavrama indirgememiz gerekirse “paylaşmak” olacaktır. Sadece bilgi paylaşmak için değil bilgi edinmek açısından önemli ve gerekli olan sosyal medyanın geleneksel medyadan ayrıştığı noktaysa; sosyal medyanın geleneksel medya ile kıyaslandığında daha fazla etkileşim sağlayan yapısı olmasıdır. Geleneksel medyada iletişim tek yönlü iken sosyal medyada amaç etkileşim temelli olup çift yönlüdür. Buradan da anlaşılacağı üzere sosyal medyanın genel mantığı paylaşmaktır. Sosyalleşmenin yanında reklam ve tanıtım araçlarından birisi olan sosyal medya da kişiler fikirlerini, fotoğraflarını hatta konumlarını dahi paylaşarak hem reklam hem de anlarını paylaşmaktadır. Bu noktada ilk inceleyeceğimiz husus bilginin kaynağı problemi olması gerekir. Sosyal medya aracılığıyla bireyler izleyici, dinleyici, okuyucu olmaya ek yayıncı ve içerik üretici hale gelmiştir. Bu durum haber alma kaynaklarının çeşitlenmesini sağlarken de kaynağının doğruluğuna dair sorunları beraberinde getirmiştir. Adeta bilgi bombardımanı altına giren insanlar neyin bilgi olup olmadığını yanında doğruluk çerçevesi açısından da yetersiz kaldığı görülmektedir.

Dijital medya ortamının sağlamış olduğu sosyal ağlar üzerinden sürekli olarak bilgi akışının sağlandığı fikri kabul edilse de, bilgi geçmişteki gibi saf halde değil bilgi bombardımanı içerisinde kaybolduğu görülmektedir. Geleneksel medya üzerinden verilen bilgilerde tarafsızlık, kaynağın çıkar gütmemesi, yalan haber olup olmaması, bilginin kasıtlı olarak gizlenmesi yahut çarpıtılması gibi maddeler güvenilirliği açısından sürekli sorgulandığı için saf bilgiye yakın enformasyon elde edilirken, sosyal medya üzerinden elde edilen enformasyonlarda haber kaynaklarının güvenilirliği sorgulaması göz ardı edildiği yapmış olduğum yarı yapılandırılmış mülakat üzerinden de gözlemlenmiştir. Sosyal medyanın sahip olduğu kullanıcı ağı, teknolojik altyapısının da etkisiyle gündem yaratması; bilgi dezenformasyonu, algı yönetimi gibi ciddi toplumsal etkilere neden olmaktadır.

Yaşadığımız çağın etkisiyle dijital medyanın kullanılmaması mümkün değil. Hal böyle olunca oluşan tahribatların önüne geçmek için iyi bir medya okur-yazarı olmak gerekir. İyi bir medya okur-yazarı olmanın temelinde de “eleştirel bakış açısı” ile bilginin kaynağının araştırılması, analitik irdelemenin yapılarak bilginin sorgulanması yatar. Geleneksel medya da –ki burada radyo, sinema ve televizyon gibi tek yönlü ileti gönderme özelliğine sahip analog yapıları medya – sorgulama geleneksel yapıya – kuruma- dayalıken dijital medya araçlarında iletişim çift yönlü bir yapıya bürünmesinden dolayı kullanıcıya sorumluluk yüklemektedir. Hal böyle olunca dijital okur yazarlılıkla beraber yeni medya aygıtlarının olumlu özelliklerinden faydalanmamızı sağlarken yaşanacak olumsuzlukların da en aza indirgenmesini sağlar. Bahsi geçen dijital medya okur yazarlığının temel amacı medya aygıtlarının internet ortamındaki her türlü yazılı ve görsel öğelerin; içeriklerini anlamak, çözümleyebilmek, analizini yapıp sorgulayarak bir değerlendirme ortaya koymayı amaçlar.

Sosyal medya aracılığıyla mekân artık sanal bir alana taşınmış bununla beraber zaman da şimdi, şu an olarak değişim geçirmiştir. Modernitenin sağladığı değişimler şekilsel olarak algılanmamalıdır. Bir özden kopuş durumu mevcuttur. Birey yalnızlığa itilirken sosyal medya ile de sözde yalnız olmadığına dair mesaj verilmektedir. Geleneksel toplumdaki yapıda insan yalnız değildir. Aracılar yoktur.

Yeni medya araçları bu öğelerin üretimine destek vererek kimliğin tam anlamı ile dijitalleşmesine neden olmaktadır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya mecralarında kimlik sunumunun gerçekleşmesi bunun kanıtı olarak görülmelidir. Kimliğin dijital bir veri haline geldiği bu süreçte, kimlik sunumu hiç kuşkusuz postmodern söylemlerin ve tüketim ideolojisinin belirlediği koşullara göre biçim almaktadır. Postmodern söylemlerin belirlediği çerçeve ise kuşkusuz bireye kendini ifade etme olanağı sunan güç istenci odaklı bir çerçevedir. Birey, kendisini ötekilerden üstün kılmak için kimliğini umarsız biçimde sisteme sunmaktan

çekinmemektedir. Bir bakıma birey, bu amansız yarış için hem kendisini hem de ötekini bir imge boyutuna indirgeyerek tüketmeyi ve tüketilmeyi göze almaktadır. Bu da kimliğin sunumu ile ilgili iktidar, mahremiyet vb. sorunsalları ortaya çıkarmaktadır (Girgin, 2018).

Peki sosyal medya mahremiyete dikkat eder mi?

Mahremiyet, Arapça mahrem kelimesinden gelmektedir. Mahrem ise "haram" kelimesinden türetilmiştir. Özel alana ait olan, yapılması yasaklanmış olan gibi anlamlara gelen mahremiyet kavramı da modernite ile değişime uğramış ve kişisel gizlilik anlamına gelmiştir. Peki anlamda ne gibi değişiklik olmuştur? Mahremiyet kavramı çok geniş kapsamlı olup kapsam sınırlarını belirleyen temel dinamiğin din olduğunu belirtmek gerekir. Dini kurallar, pratikler ve söylemler mahremiyeti toplumsal olarak beden üzerinden anlamlı hale getirmiştir. Bu sınırları çizen ise kültürdür. Bu da kültürü mahremiyet belirleyicilerinden biri olarak karşımıza çıkartmaktadır. Belirleyiciler üzerinden hareket edecek olduğumuzda kültür toplumdan topluma farklılığı ile; din ise kutsallığıyla mahremiyeti sınırlar içinde tutmuştur.

Geleneksel düşüncede mahremiyet bedenden başlayıp düşüncede şekil alan kültür ve toplum harmanlanmış anlayış olarak karşılaştığımız bir kavram olarak karşımıza çıkar. Modernlik ile değerlerden arındırılarak birey artık özgür kılınmıştır. Bireysellikle beraber de artık karar mercii bireylere bırakılmıştır. Böylelikle mahremiyet algısı kutsal algısından kopuş yaşayarak bireylere indirgenmiştir. Bu da "bana mahrem" gibi kişiye özgü algı kalıbı oluşmasına sebep olmuştur.

Sosyal medya mahremiyete dikkat eder mi? Kişisel verilerin korunduğuna dair bir sözleşme olsa da bireylere indirgenmiştir. Hal böyle olunca mahremiyet belirli sınırlarla değil kişiye indirgenerek bir kalıba yerleştirilmiştir. Her kişinin kendine özgü yorumu olduğuna göre genel geçer geleneksel bir mahremiyet kavramı diye bir durum olması da söz konusu değildir.

6.İfşa Bağlamında Sosyal Medya

İfşa denince akla gelen kişisel verilerin paylaşımı gelir. Genel bir tanımını yapacak olursak ifşa; gizli olan bir şeyi açığa vurmak, yaymak anlamına gelmektedir. Konumuzun bu kısmında Hukuk disiplininin sıkça yararlanacağımızı başta bildirmemiz gerekir. Çünkü kişiler arasında olan yazışmaların paylaşılması sosyal medyada sıklıkla karşılaşılan bir fiil olup; özel hayatın kamusal hayata açılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Özel hayat, modern yaşamda bireyin sahip olduğu en temel hak olup hukuksal açıdan da desteklenip korunmaya ihtiyaç duyar. Bu sebeptendir ki özel hayatın ihlali maddi, manevi her türlü yıkıma yol açabilir. Ülkemiz açısından bakarsak anayasa ve Türk Ceza Kanunu ile özel hayat korunma altına alınmıştır. İletişim gizliliği özel hayat hakkının parçasıdır.

Özel hayatın içine giren hiç kuşkusuz özel (gizli) iletişim, haberleşmedir. Mektuplaşma, telefon araması, video araması, mesajlaşmalar, elektronik posta (mail) gibi yollarla özel olarak yapılan iletişim biçimleri açık mektup, sosyal medya paylaşımları biçiminde aleni olarak da yapılabilir. Herkesçe bilinmesi istenmeyen bilgileri içeren özel haberleşme; ifşa edilmesi durumunda taraflara zarar verebilir. Bu durum Anayasanın 22. maddesi ve Türk Ceza Kanununun 132 ile 133. maddeleriyle kişiler korunma altına alınmıştır. Tarafların aleni yahut özel olarak yapmış olduğu haberleşmenin gizliliğinin ihlal edilmesi veya ifşa edilmesi hukuki açıdan mümkün değildir. Günümüzde sosyal medya aracılığıyla yapılan özel haberleşmelerin ifşa edilmesi Türk Ceza Kanunu'na göre suç teşkil etmez mi? Buradaki soruyla kast edilen haberleşmeyi ifşa eden taraf bu yol üzerinden tehdit, hakaret, şantaj ya da taciz ediliyorsa bunu da paylaşmak suç sayılır mı? Bu konu tartışmaya açık bir durum oluşturmaktadır. Bazı hukukçulara göre bu durum hukuksal bir sorun teşkil etmezken bazı hukukçular için kişisel verilerin korunması durumuna aykırı bir durumdur. Yargıtay bu konu ile ilgili kararında; suçun ispatının başka yolla mümkün olmaması, olayın doğal olarak gelişmesi, hak kaybı yaşanabileceği gibi hususların birlikte değerlendirilerek, delil

olarak kabul edilip edilmeyeceğine mahkemece karar verileceğine hükmetmiştir. Sosyal medya kullanıcılarının paylaşımlarında sıklıkla başvurduğu ifşa etme eylemi Türk Hukukunda suç teşkili oluşturmaktadır. Kişilerin özel haberleşmelerinin gizliliği hukuki açıdan korunmakta olup çeşitli amaçlarla yapılan bu eylemin suç barındırmayan yazıların ifşası pek tabii ifşa eden tarafa ceza olarak dönebilmektedir. İçeriğinin suç barındırıyor olması durumunda ise kamu yararı, haber verme özgürlüğü, korunma unsurlarıyla beraber irdelenerek haberleşmenin gizliliğinin ihlali suç olarak kabul edilmeyebilir. Bu tür durumlarda kolluk kuvvetlerinin yapıcı olmayan tutum ve tavırları; hukuki sürecin de uzun ve yıpratıcı olması kişileri ifşa etme yoluna itebilir. Bu her ne kadar gerekçelerin haklı olduğunu gösteriyor dahi olsa ifşa durumu kişiyi haklı iken haksız duruma düşürebilir.

7. Sonuç

Toplumsal yaşamın tüketim kültürünü tamamen değiştirmeyi başaran sosyal ağlar gündelik hayatın geleneksel alışkanlıklarını yeni bir boyuta taşımaktadır. İletişim artık Instagram, Twitter gibi sosyal mecraların sanal yaşam alanlarının diline dönüşürken bireyi toplumsal sorumluluklarından sosyal mecra aracılığıyla koparıldığına dair bir yanılıyla baş başa bırakmıştır. Mekân ve zaman çerçevesinde gelişen toplumsal pratikler sanal yaşam ağları içerisinde bir klavyenin tuşuna indirgenmiştir. Siyaset, sanat, din, moda gibi toplumun gelişim düzeyini besleyen tüm alanlar bu ağlarla etkileşim içerisinde yeniden şekillenmektedir. Sosyal medya üzerinden maruz kalınan reklam, din, siyaset gibi uyarıcı alanlar toplumun bilinçaltını hedef alırken tüketim alışkanlıklarımızı ve yaşam biçimlerimizi kökten değişime uğratmakta olduğu gözlemlenmiştir. Sürekli bir güncellenme, dönüşüm ve tüketme ilişkisi temelinde var olan egemen yapı, her dönemle organik bir bağ yaratmayı başarmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde varlığını sürdürebilen ve toplumsal yaşam üzerinde kurduğu hakimiyeti, postmodern dönemde sanal yaşam alanlarıyla yeni bir biçime geçmiştir.

Hoş vakit geçirdiğimiz, haber ve bilgileri anında aldığımız, karşılıklı iletişim ve etkileşim sağlayıp; ddünyayı küresel bir köy haline getiren sosyal medya görüldüğü kadar da sempatik değildir. Aşırı kullanımıyla beraber kişiyi yalnızlığa iterken kaygı bozukluğunun artışına da sebep olmaktadır. Bununla birlikte uyku bozuklukları, sürekli olarak uyarıcıların olması sebebiyle de konsantrasyon güçlükleri görülmektedir. Sosyal medya da paylaşılan her içerik ileri dönemlerde tatminsizlik, kişinin kendini benzersiz hissettiği bir duruma sürüklemiştir. Modernite, mahremiyet örneklerinde de görüldüğü üzere sosyal medya kişiyi yalnızlaştırırken; yanlış bilgi sirkülasyonu da (Katar örneği) düşünmeyen koyunlar haline getirdiği görülmektedir. Madalyonun ön yüzü sempatik olsa da arka yüzü maalesef kana susamış dişli bir vampir gibi görüldüğü söylenebilir.

Peki neler yapmalıyız? Bize gelen bilgileri sorgulamalıyız. Kendi kullanım kurallarımızı oluşturmalı ve daha kısıtlı vakitlerde kullanmalıyız. Yeni hobiler edinirken de bilgi edinmede geleneksel medyayı kullanmalı, kaynakçasından emin olmalıyız. Bununla beraber yeni nesil için “modifiye” bir kültür değil de “geleneksel” “bize ait olan” kültürü en doğru şekilde anlatarak onlara kavramları yeniden anlatmalıyız.

Kaynakça

- Akay, A. (2010). *Postmodernizmin Abc'si*, Say Yayınları, İstanbul.
- Çağlar, N. (2008). Postmodern Anlayışta Siyaset ve Kimlik. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3): 369-386.
- Doğan, S. (2021). *Postmodern Medya*, Kitapyurdu Doğrudan Yayıncılık, İstanbul.
- Girgin, Ü.H. (2018). Gelenekten Postmoderne Kimlik İnşa Süreci ve Yeni Medya: Facebook Örneği, *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 202-230.
- Kellner, D. (2001). Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası, (Çev. Gülcan Seçkin), *Doğu Batı Düşüncesi Dergisi*, 4(15), 187-219.

Kuspit, D. (2006). *Sanatın Sonu*, (Çev. Yasemin Tezgiden), Metis Yayınları, İstanbul.

Lyotard, J.F. (2000). *Postmodern Durum*, Vadi Yayınları, Ankara.

Mora, N. (2011). Media and Globalization, *The University of Dicle*, 10(36).

Möngü, B. (2013). *Postmodernizm ve Postmodern Kimlik Anlayışı*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(2): 27-36., Erzurum.

Rosenau, P.M. (1998) *Postmodernizm ve Toplum Bilimleri*, (Çev.Tuncay Birkan), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Zeka, N.(2004).*Postmodernizm Jameson, Lyotard, Habermas*, Kıyı Yayınları, İstanbul.