

Gündelik "C Vitamininizi" aldınız mı? Peki ya, gündelik "ekranınızı?"

PROF. DR. NEZİH ORHON

Anadolu Üniversitesi

Belki vitamene ilişkin yanıtınız net bir şekilde gelmezken, ekran için sanırım pek de bir şüpheniz yok gibi. Ekranlarla ilgili ilgimiz ve bağımız televizyonların hayatımıza girdiği andan itibaren başlıyor gibi düşünülebilir; ama aslında ekranları da bir tür "yüze" kullanma deneyiminin parçası olarak görmek gerekir. Bu noktadan hareketle de aslında ilk insanlardan bu yana belli bir yüzeyle (mağara duvarlarından, tabletlere ve günümüzde akıllı telefonların ekranlarına) süregelen bir bağımızın olduğunu söylemek doğru olacaktır.

Televizyonun gündelik hayatın merkezini kuşatmasıyla aslında bugüne gelinen nokta arasındaki en dikkat çeken ifadeyi de Andy Warhol kullanmıştır. "Okumam bakarım" ifadesi kendi adıyla yeren alan müzenin başucunda yer almaktadır. Bugün itibarıyla da Facebook'tan Instagram'a kadar geldiğimiz noktayı işaret ediyor. Ekran üzerinden göreselliğe ve bunların hızla tüketimine yönelik bir dünyanın üyeleri olma durumumuzu ifade ediyor.

1920'lerden 1940'ların ortasına kadar yer alan "sessiz kuşaktan" 1945'leri takip ederek 1960'ların başına kadar gelen "bebek patlaması kuşağına" kadar, dönemin sosyal olguları merkezdeyken bir anda kuşakların tariflerinde merkezde yer alan kavramlar yer değiştirmeye başlar. 1960'ların ortasından 1980'lerin başına kadar gelen süreçte "X kuşağı" olarak adlandırılan kuşağın vazgeçilmez parçalarından bir tanesi şühesiz televizyondur. Bu süreci "Y kuşağı" olarak adlandırılan ve artık çeşitlenmiş, zengin televizyon içerikleriyle bir arada olan bir kuşak takip etmektedir. MTV'nin ortaya çıkması ve özellikle gençlerin ve belki de hepimizin hayatında müziği sözden görüntüye dönüştüren bir durumu ortaya koymuştur. Dönemin sonlarına doğru da hâliyle internet adını alan bir gelişimin yer almaya başladığını görüyoruz. İşte X kuşağı ile başlayarak bugüne kadar uzanan zaman sürecinde yer alan tüm teknolojilerin ve ilintili gelişmelerin merkezinde de "ekran" olmuştur. Evlerdeki televizyonların sayısı birken, mutfaklar ve hatta yatak

odalarının da katılmasıyla 2-3 ekrana kadar çıkmıştır. Hâliyle bunlara bir de internetten yararlanmak için masaüstü veya dizüstü bilgisayarlar eklenmiştir. Ekranın yolculuğa da daha belirgin bir hâle gelmiştir.

1990’ların ortasıyla 2000’lerin başı arasında geçen dönem ise “Z kuşağı” ya da “i-Gen” (Ben-Kuşağı) olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Artık cep telefonları ve sonrasında akıllı telefonlar ve bir anda sosyal medya ortamlarıyla onlara ait hesaplarımız gündelik rutinlerimizin bir parçası hâline gelmiştir. 2007’de iPhone, 2010’da iPad’in çıkışıyla ekrana dayalı bir dünya kendini göstermeye başlamıştır. Artık esas olan bu ekranlara bir an önce sahip olabilmektir.

2000’lerden sonrasına özellikle daha keskin bir şekilde ne diyeceğimiz birazdan belirginleşecek. Bir anda taşınabilir ve sürekli etkileşim üretebilir teknolojilerin yer almasıyla beraber yepyeni, kendine has sorunları da beraberinde getirmiştir. İlk sorun bu ekrana dayalı cihazlarla iç içe yaşamayı anlamaya çalışmak olmuştur. Beraberinde de “ekran süresini” belirlemeyi, neden daha fazla ekran olmamalıyı anlamaya çalışmak yerini almaya başlamıştır. 2000’lerin başıyla artan ekran merkezli dünya akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayar ve var olagelen televizyon ve video oyunlarla terfi kazanır olmuştur. Bu tarifleri üretirken de teknolojiyi merkeze alan yaklaşımlara dalıp gitmişiz. “Ekran süresini” belirlemeye çalışırken “yaratıcılık sürelerini” veya “oyun sürelerini” konuşmayı veya tartışmayı unutmuşuz. Nasıl olursa olsun ekranla ilişkimiz ve bunun yer alış biçimleri üzerine yaklaşımlarda odaklanmışız.

Gittığımız restoranlarda, buluşma yerlerinde, farklı sosyal ortamlarda artık 2 yaşına gelmiş minik çocukların online ortamların içinde olduğunu ve hatta farklı içeriklerin düzenli tüketicisi hâline geldiğini görüyoruz. Elbette ne sayesinde? Ekranlar ve ekranların büyüğü sayesinde.

Akıllı telefonlarla pekişen ekran bağımlılığımızda şu temel öngörülerini kabul eder hâle geldik:

- Ekranlar sadece gündelik hayatımızın bir parçası değil, aynı bir zamanlar McLuhan’ın *Extensions of Man* adlı kitabında da ifade ettiği gibi uzantılarımız hâline geldiler ve bunu daha da pekiştirdiler.
- Ekranlar üzerinden çevremiz ve o her nasıl tarif edeceksek oluşan sosyal ağlarımız için ekran bir tür ilişki başlatılabilir ve ilişki kurulabilir ortamımız hâline geldi.
- Ekranlar üzerinden farklı anlamların ve içeriklerin üreticisi, şekillendiricisi (günümüz emojilerinde olduğu gibi) ve hatta yeniden üreticisi olabildik. Ekranlar bu konularda da en büyük araçlarımız oldu.

Gündelik koşturmacalarımız, eğlencelerimiz ve hatta boş zamanlarımız açısından kavramlar da yeni tarifler kazanmaya başladı. Bir kere daha ekranların rolü sayesinde. Sıkılmaya ilişkin yorumlarımız ve tariflerimiz değişti. Sıkılmanın değerini kaybettik. Sıkılmayı bile bir fırsat görmenin ötesinde nefes almadan ekranlara sarıldık. Oyun üretmek, meşgale üretmek, bir ilgi alanı geliştirmek ve daha birçoğu yerine hazır ekranlar karşımıza çıktı. Yeni ilgiler, oyunlar, meşgaleler ekranlar olmaya başladı.

Ekranlar ve ekranların aracılık ettiği gelişmeler sayesinde de yeni yeni kavramlar hayatımıza girdi. Bunların en önemlilerinden birisi “siber zorbalık” olarak karşımıza çıktı. Bazılarımız için oyun bağımlılığı hâlini aldı. 2018 yılı içerisinde Dünya Sağlık Örgütü (WHO) de bu duruma dikkat çekerek oyundan kendini alamamak ve ekrana bağımlı kalmayı gaming disorder (oyun oynama rahatsızlığı olarak çevrilebilir) olarak ifade ettiği bir tanıma yerleştirdi. İçimizden bazılarımız ise ekranlar üzerinden sürekli bir şeyler paylaşma derdine düştük. Kimilerimiz ise sürekli bu paylaşılanları yakalama, bakma, tekrar bakma ve bağımlı bir tüketme davranışı içine girdi. Belki de ellerimizin titrediğini düşünebileceğimiz sürekli ekranları kontrol etme ve “ne oluyor/ne paylaşılmış” sorusuna yanıt bulabilmek için ekranlara eğiliyoruz. Bir dönem dünyada farklı ülkelerde yer alan “araç kullanırken telefonda konuşma” yaklaşımının yerini, “araç kullanırken mesajlaşma” yaklaşımı alıyor. Neden? Konuşmaya ilişkin farklı yöntemler üretilmişken, mesajlaşma da hiç olmazsa bir an ekrana bakabilmek kaçınılmaz bir ihtiyaç hâlini alıyor. Ekranın aldığı o bir an ise çok şeye mal olabiliyor.

Anaokullarında çocuklara çizgi film saatleri koyduk ve sürelerini daha da arttırıyoruz. Evde veya dışarıda yemek yerken çocuklara ekranı vererek durumu kurtarmaya çalışıyoruz. Bu kadar ekranla bir kere daha McLuhan’a geliyoruz. Ekranları soğuk aygıt olarak tanımlarken önemli bir noktayı vurguluyordu. Özellikle çocukların ve gençlerin hayalgüçlerini ve yaratıcılıklarını da ekranlarla sınırlandırmış oluyoruz. El becerileri, spor, bireyler arası ilişkiler, oyun oynama, sokağı ve doğayı tanıma, etkinlikler üretme ve bunların içinde yer alma gibi farklı sosyal becerilerini de sınırlandırılmış oluyoruz. Bunların yanında hareketsizlikle obezite, dolaşım yolu bozuklukları, iletişim sorunları ve farklı bir dünyanın var olduğuna inanmayan bir durumun ortaya çıkması gibi gerçekler de başka bir durumu ortaya koyuyor. Bunların tümü ekranlar üzerinden oluyor. Kısacası, ekranlar duyular ve motor becerileriyle ilgili yeni durumları şekillendirmeye başlıyor.

Ekranların aracılık ettiği programlar, uygulamalar ve daha birçoğuyla kendi hayatımıza seçenekler sunmasını beklediğimiz teknolojiler ve araçlar üretmiş oluyoruz. Süreç içerisinde bu teknolojiler ve araçlar da bizleri biçimlendirmeye başlıyor. İn-

ternette veya sosyal ağlarda daha birinci gün paylaştığımız bir şeyin aslında her şeyin başlandığı olduğunu unutuyoruz. Ekrana yansıyan öz geçmişler hâlini alıyor paylaşımlarımız. Kuruluşların günümüzde aday seçimleri bile o ekranlar üzerinden oluyor. Peki nereye geliyoruz? Bir kere daha yeni yeni kavramlara. "Medya diyeti" veya "ekran diyeti" ya da "ekran detoxu" diye adlandırabileceğimiz kavramlara geliyoruz.

Peki, özellikle Y kuşağını başlangıç sayarak ve özellikle günümüzü düşünerek içinde bulunduğumuz dönemi ve kuşağı nasıl adlandırırız? Kısaca söyleyeyim. Batılı veya dünyanın farklı bir yerinden bir tanıma da gerek yok. Kısaca "ekran kuşağı". Tahmin edeceğimiz üzere ister geleneksel olarak tanımlamaya başlayacağımız televizyon olsun, ister yeni olarak adlandırılacak olan akıllı yeni nesil cihazlar, sosyal ağlar, oyunlar, cep telefonları, dizüstü veya masaüstü bilgisayarlar, internet ve daha birçoğu dediğimizde, tümünün ortak özelliği olan ekran kullanımını, ekran bağımlılığını ve aslında bir yüzeyi kullanma ve yararlanma ihtiyacını dile getiriyoruz.

Ekran kuşağı olarak tanımladığımız kuşağın belki de en önemli özelliklerinden birisi edilgen durumlarından kurtularak ekran üzerinden etkileşime geçebilir hâle gelmeleridir. Bunu fiziksel anlamda ve içerik paylaşımındaki etkileşim, paylaşım ve akış açısından da değerlendirmemiz yararlı olacaktır. Parmakların kullanıldığı ekran temelli akıllı iletişim teknolojileri ve ortamlarıyla sadece fiziksel bir etkinlik değil, aynı zamanda da hislerin de harekete geçtiğini öngörmemiz gerekiyor. Ekran üzerinden farklı içerik ortamlarına katılımın söz konusu olduğunu da hatırlayacaksınız. Aynı zamanda, televizyon gibi artık geleneksel olarak tanımlanan teknolojilerin hedef kitlesini edilgen kılan özelliğinden hedef kitlesini etkin kılan ve iletişim süreçlerini ortaklaşa belirleme özelliği olan ekrana dayalı hedef kitlelerini ürettiğini de söyleyebiliriz. Televizyon ekranlarına sadece bakan ve edilgin olan kitlelere karşı günümüzde ekranlara bakmanın ötesinde dokunan ve etkileşime geçerek etkin içerik üreticisi kitlelerin görünmeye başladığını da rahatlıkla söyleyebiliriz.

Adına "ekran kuşağı" dediğim bu kuşak, aynı zamanda medya okuryazarlığı içerisinde de düşünülmesi gereken bir kavram olarak karşımıza çıkacaktır. Yeri geldiğinde buna "ekran okuryazarlığı" adını bile verilebilir. Az önce vurguladığım gibi kavramları, alana yeni ifadeleri çoğu zaman Batı'dan veya farklı yerlerden alma derdine düşüyoruz. "Ekran kuşağı" ifadesini ve kavramını ilk defa 2001 yılında Anadolu Üniversitesinde düzenlenen "Medyanın Manipülasyon Gücü" adlı konferansta vurgulamış ve farklı toplantılar veya çalışmalarda dile getirmiştim.

Ekran kuşağının en büyük özelliği az önce de vurguladığımız gibi sadece ekrana bakıyor olmamız. Aslında baktığımız ekranlarda biraz da kendimizi görmek, kendimize bakmak ve hatta kendimizi olmak istediğimiz hâlimizle görmek istiyoruz. Kendi katılım ve etkileşim süreçlerimizi üretmek istiyoruz.

Belki de zaman dilimi olarak 2010'lardan itibaren diye tarif edeceğimiz ekran kuşağı algıladıkları dünya ve yaşadıkları dünya arasındaki keskin ayrımı da ortadan kalkmış bir şekilde yaşamakta; gerçek zaman ve mekân ile sanal mekân ve zaman arasında daha flulaşan bir durumun parçası olmaktadır. Aynı zamanda, farklı türden bir gerçekliğin de üretici ve bireyi durumuna dönüşmektedirler.

Ekran üzerinden paylaşımı üreten televizyonu bile artık geleneksek medyanın bir parçası sayan duruma geldiğimizi vurgulamıştık. Televizyonun dünyası belli bir hedef kitle üzerinden üretimi öngören bir ilkeye sahip. Kendi özgün görsel yapıları ve kodları var. Televizyonun kendi program kodları, biçimleri ve daha da önemlisi formatları var. Hemen bu noktada hatırlayalım, yeni ekran dünyası içerisinde ise bu belli ölçüde karışmış, iç içe geçmiş durumda. Doğrusal ve tektip tanımlamaların yerini melez biçimler ve etkileşimler almış durumda. Televizyon dünyasının kendine özgü bir akış düzeni ve tek yönlülüğü söz konusudur. Belli bir sıra içerisinde dizilen programlar ve anlatı yapıları en dikkat çeken özelliğidir. Bugün geldiğimiz durumda daha çocuk yaşta alışmaya başladığımız durum ise başka bir tanımın parçası hâline gelmiştir. Çocuklarımızı ve yeni nesil kullanıcıları bir tür "app dünyası" (uygulamalar dünyası) içerisinde kendi seçtiğimiz öğlelerden, başkalarının tasarımlarından da yararlanarak kendimize özgü bir akış düzeni ve dünyası ile üretime dayalı etkileşim içerisinde görmekteyiz. Bu durum, yeni nesil iletişim ve kullanım alışkanlıklarıyla hiçbir dönemde olmadığı kadar her yaştan insanı üreten duruma getiren özellikleri de görünür hâle getirmiştir.

Her gün kullandığımız cep telefonlarını düşünelim. Hangi mesajı atıyorsak atalım, hangi uygulamalardan yararlanıyorsak yararlanalım esas olan ekrana dayalı bir kullanımın esas olmasıdır. Belki de iletişimi üretmede ve bir aracı seçmedeki temel ölçütümüz içerik özelliklerinin yerini ekrana dayalı özelliklerin almasıdır. Cep telefonlarındaki ekran boyutlarına göre tercihlerde bulunduğunuzu belki sizler de hatırlayacaksınız.

Ekran kuşağının elbette kendine özgü bir de kültürünün olduğunu düşünmek hata olmayacaktır. Ekranla birlikte yaşayan günümüz dijital yerlilerinin kendine özel farklı birçok "yeni" özelliğini görmek gerekir. Ekran üzerinden arkadaşları, çevreleri ve toplulukları ile 'bağlantılı' olmaları, en önemli özellikleridir. Anımsal ve anında paylaşımlar, sosyal olabilmenin ön koşullarından biridir. Hızın merkezde olduğu bir kültürü ifade ettiğimizi söyleyebiliriz. Tartışmalardan da anlaşıla-

cağı üzere etkileşim, çok amaçlılık, çok şeyi aynı anda uygulamaya sokabilmek, bir ortamdan diğerine geçebilmek iş yapma becerilerinin özellikleri içerisinde yer almaktadır. Aramalarını kütüphaneler yerine arama motorları ve sosyal medya içerisinde veya ilintili ortamlarda yaptıklarını söylemek hata olmayacaktır. İşte bu süreçlerin ve özelliklerin temelinde de ekran ve ürettiği kültür bulunmaktadır.

Baştaki sorumuza geri dönelim. Günlük almamız gereken “C vitaminini” aldık mı acaba? Bunun yanıtını herkes kendi adına verecektir. Peki ya “ekranlar”? Herkes gündelik ekran kullanımını ve hatta ekran bağımlılığını doyurdu mu? Yanıtı duyar gibiyim. Biliyorum, “ekran kuşağının” içindeyiz.