

YENİ MEDYA ESKİ MEDYAYA KARŞI: SAVAŞI KİM KAZANDI YA DA KİM KAZANACAK?¹

New Media vs. Old Media: Who Won The War or Who Will Win?

*Barış Bulunmaz**

ÖZET

Teknolojinin tetiklediği yeni dünya düzeni, eski uygulamaları ve alışkanlıkları tamamen değiştirmektedir. İnternetin yarattığı ve temel altyapısını oluşturduğu yeni medya ve internet teknolojileri, artık ‘eski medya’ olarak adlandırdığımız klasik iletişim yöntemlerine karşı büyük bir üstünlük sağlamıştır. Çalışmada, ilk olarak yeni medya ve eski medya kavramlarının teorik bakışı gerçekleştirilecek, daha sonra ise eski medyanın yeni medya karşısında mevcut pozisyonu üzerinden değerlendirmeler gerçekleştirilerek, analizler ve öngörüler yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, İnternet, Eski Medya

ABSTRACT

The new world order that triggered by technology completely change the past practices and customs. New media and internet technologies that created and formed the basic infrastructure by the internet has provided a great advantage against traditional communication methods that called ‘old media’. In this study, firstly the concepts and definitions of new media and old media will be given. Later on, the advantages of new media will be evaluated over the old media and will be done analysis and predictions.

Keywords: New Media, Internet, Old Media

¹ 30 Kasım 2011-02 Aralık 2011 tarihlerinde Ege Üniversitesi’nde gerçekleştirilen XVI. Türkiye’de İnternet Konferansı’nda sunulan bildirinin tam metnidir.

* Yrd. Doç. Dr., Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Bilimleri ve Medya Bölümü, baris.bulunmaz@uskudar.edu.tr

1. Giriş

Teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı yeni iş yapma şekillerini, alternatif iletişim kanallarını, yenilenebilir ve alışkanlıkları değiştiren uygulamaları, sosyal hayata ilişkin değişimleri sadece tekil bir olay ya da değişimin yarattığı bir sinerji ile değil, topyekun salt teknolojinin devinim hızı ile açıklamak daha doğrudur. Peki, nedir teknolojinin ilerleme hızının ve boyutunun ‘akıl almaz’ bir süreçte devam etmesinin sebepleri? Ya da bu sebepleri ortaya çıkaran faktörlerin yarattığı iletişim çağının gerçekleri? Bu soruların cevaplarını sadece 21. yüzyıl ile taçlandırılan hayatın normal akışı ve ‘doğanın kanunu’ gibi oldukça basit nedenlere dayandırılan ‘süslü’ cümlelerle açıklamak mümkündür. Ancak, görülmeyeni görmek ya da sadece gösterilen ile yetinmemek için mutlaka bunun arkasında başka nedenlerin veya gelişmelerin olduğu gerçeğini de kabul etmemiz gerekir.

Bu noktada verilebilecek en iyi cevap ya da soruların tatmin edici yanıtlarının ‘mantıki’ bir zemine oturtulmasını sağlayan en iyi yol, öncelikli olarak teknolojinin bu denli hızlı bir şekilde ilerlediği gerçeğini somut bir gelişmeye dayandırmanın gerekliliğidir. İşte bu nedenle ortak noktada buluşulabilecek yegâne seçim ya da konsensüsü sağlayabilecek en önemli gelişme internetin çok hızlı bir şekilde tüm teknolojik gelişmelerin ya da ‘buluşların’ mihenk taşını oluşturduğu ve devamındaki her türlü yeniliğin de zincirleme bir şekilde internetin yarattığı ‘yeni dünya düzeni’ üzerinden şekillendiği ve gerçekleştiğidir.

Geriye dönüp baktığımızda veya kuramsal bilgilerin oluşturduğu ‘bilgi havuzunu’ değerlendirdiğimizde, belirli bir konunun ya da kavramın teorik bir sürece oturması için belirli bir zaman gerekmektedir. Bugün ise, bambaşka bir dünya ve o dünyada oluşan çok çeşitli uygulamalar ile karşılaşmaktayız. 2-3 sene öncesine kadar hayatımızda olmayan birçok şey bugün oldukça sıradan bir şekilde yanımızda durmakta ve etrafında da kendi dünyasını günden güne daha bir şekillendirmektedir. İnternetin tetiklediği ve günümüzde hayatımızın olağanları haline gelen birçok ‘yaşamsal’ olgunun, gelecek günlerin ve yılların belirleyicisi olduğu gerçeğini netleştirmemiz gerekir.

Yeni medya, sosyal medya, sosyal ağlar, ‘e’ harfi ile başlayan ve yanına gelen kelimeler, dijital uygulamalar gibi onlarcasını sayabileceğimiz birçok kavramın ‘çekirdeğini’ internet oluşturmaktadır. Ya da şu şekilde bir soru da sorabiliriz; “İnternetin olmadığı bir dünyada bu kavramlar hayatımızın olağanları haline dönüşebilir miydi ya da onları bu kadar içselleştirmemizin en önemli nedeni internet değil midir?”. Bu sebeple, hem bu soruların cevabının ortak kesişme noktasının internet olması hem de internetin yarattığı yeni dünya düzeninin belki de 2. Dünya Savaşı sonrasındaki soğuk savaş dönemini sonlandıran Berlin Duvarı’nın yıkılması benzeri farklı bir ‘teknoloji devrimi’ yapması, internetin altyapısını oluşturduğu yeni medya ve iletişim teknolojilerinin, ‘eskinin’ tüm düzenini ve alışkanlıklarını altüst ettiğini ve bambaşka bir dünyayı ortaya çıkardığını kabul etmemiz gerçeğini oluşturmaktadır.

İnternetin doğası gereği oluşturduğu hız, güncellenebilirlik, karşılıklı etkileşim, düşük maliyet gibi avantajlarının yanında multimedya özelliklerini de tüm unsurlarıyla kullanmanın getirdiği rekabetçi üstünlük, internete paralel olarak düşünebileceğimiz yeni medya ve iletişim teknolojilerinin, geleneksel medya veya kitle iletişim araçları dediğimiz, bugün ise ‘eski medya’ olarak konumlandığımız sistemler karşısında oldukça önemli bir güç elde etmesine yol açmıştır.

Bu çalışmada, öncelikli olarak internet ve internete bağlı olarak düşünebileceğimiz yeni medya kavramı ile artık eski medya olarak adlandırdığımız geleneksel yöntemlere ilişkin kavramsal değerlendirmeler yapılacaktır. Daha sonra ise, yeni medya unsurlarının sınırsız avantajları ile eski

medyaya ilişkin uygulamaların eksik rekabetçi yaklaşımları birlikte değerlendirilerek, geleceğe ilişkin çift taraflı olarak analizler ve öngörüler yapılacaktır.

2. Yeni Medya ve Eski Medya'ya Kavramsal Bakış

Teknolojik değişimler, hız kavramının rekabetin temel ögesi haline gelmesi ve belki de bunların hepsinin ötesinde zaman ve mekan kavramlarından bağımsız bir şekilde “her zaman ve her yerde” sloganının hayatın içine oturmasını sağlayan en temel buluş ya da son yüzyılın en önemli ‘olayı’ olarak interneti gösterebiliriz. Nedir internet, nasıl ortaya çıkmıştır, nasıl bu derece yaygın bir hale gelmiştir, ne gibi yeni değişimleri beraberinde getirmiştir, ne gibi yeni kavramları hayatımıza sokmuştur ve de kavramlar arasındaki değişkenliği ya da bizlerin kavramlara bakışımızın değişmesini nasıl sağlamıştır?

İnternet, teknik olarak birçok bilgisayarın veya bilgisayar sistemlerinin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır. Bu iletişim ağında bilgisayarlar birbirlerine fiziksel olarak (kablolar, uydu bağlantıları, telsiz bağlantı vb.) bağlıdır. Geliştirilen bazı özel protokollerle (TCP/IP) birbirine bağlı bilgisayarlar arasında bilgi paylaşımına dayalı dosya alma ya da gönderme veya sohbet gibi birçok aktivite gerçekleştirilebilir. Bilgisayarların bilgiyi saklama (harddisk, fiberoptik vb.), bilgiyi çok hızlı işleme (veri tabanı programları, bazı analiz programları vb.) özellikleriyle bilgisayar ağlarının herhangi iki bilgisayar arasında veri iletişimini olanaklı kılma özellikleri birleştiğinde ortaya muazzam bir bilgi paylaşım ortamı çıkar. İşte internetin felsefesini oluşturan temel altyapı ana hatlarıyla böyledir (<http://www.internetdevri.com/internet-nedir/>, 25.10.2011).

“Bir başka deyişle bilgisayar ağlarının ağı (network) olarak tanımlanan internet, geniş anlamıyla bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasıyla oluşan ve böylece tüm dünyayı birbirine bağlayan çok büyük bir internet ağıdır” (Dinler, 1998: 158). Herkesin, her yerde, zaman ve mekan sınırı olmaksızın ‘eşit’ şartlar altında var olduğu bir dünya olarak da düşünebiliriz.

İnternetin tarihine gelecek olursak ya da internetin başlangıcı diyebileceğimiz dönem ise, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hareketlenmeye başlamıştır. İnternetin köklerini 1962 yılında J.C.R. Licklider’in Amerika’nın en büyük üniversitelerinden biri olan Massachusetts Institute of Technology’de (MIT) tartışmaya açtığı “Galaktik Ağ” kavramında bulabiliriz. Licklider, bu kavramla küresel olarak bağlanmış bir sistemde isteyen herkesin herhangi bir yerden veri ve programlara erişebilmesini ifade etmişti. Licklider 1962 Ekim ayında Amerikan askeri araştırma projesi olan İleri Savunma Araştırma Projesi’nin (DARPA-Defense Advanced Research Project Agency) bilgisayar araştırma bölümünün başına geçti. MIT’de araştırmacı olarak çalışan Lawrence Roberts ile Thomas Merrill, bilgisayarların ilk kez birbirleri ile ‘konuşmasını’ ise 1965 yılında gerçekleştirdi. 1966 yılı sonunda Roberts DARPA’da çalışmaya başladı ve ARPANET isimli projenin önerisini yaptı. ARPANET çerçevesinde ilk bağlantı 1969 yılında dört merkezle yapıldı ve ana bilgisayarlar arası bağlantılar ile internetin ilk şekli ortaya çıktı (<http://www.webhatti.com/genel-sohbet/40903-kisaca-internet-tarihi.html>, 25.10.2011).

“ARPANET’in temel görevleri; uzak makinalara bağlanma, dosya aktarımı ve elektronik posta başlıkları altında toplanmaktaydı” (Derebaşı, 1999: 13-14). “İlk olarak 1973 yılında birbirinden farklı ağların aralarında veri iletimi sağlayabilecekleri ortak bir dil oluşturularak birleştirilmeleri kararlaştırıldı” (Kırcova, 2002: 16).

ARPANET 1983 yılından itibaren yerini NFSNET (National Science Foundation Network) Ulusal Bilim Vakıf Ağı’na bıraktı ve 1990 yılında ARPANET servisten kaldırıldı. CSNET’te NFSNET tarafından devreden çıkarıldı. 1987 yılına gelindiğinde internette host sayısı 28.000 adede ulaşmıştı. Fakat asıl büyük gelişme bundan sonra başladı. 1989 yılında o yıllarda senatör

makamında buluna Al Gore'un etkisi ile Yüksek Kapasiteli Bilgi İşlem Kanunu (High Performance Computing Act) kabul edildi. Bilgi otoyolu ve yeni kuşak internet gibi projeler başlatıldı. 1990 yılında host sayısı 300.000, haber grubu sayısı ise 1.000'e ulaşmıştı. 1991 yılında NFSNET, internetin ticari kullanımı üzerindeki sınırlamayı kaldırdı. 1991 yılında HTML dokümanlarının http protokolünü kullanarak transfer edilmesi sağlayan www kullanıcı arayüzü geliştirildi. 1993 yılında www devrimi gerçek manası ile başlamıştı (Civelek, 2009: 10).

“Daha sonra ise çok hızlı bir gelişim sürecine girildi ve 1995 yılında Web üzerinde işlem yapan Netscape yazılımı kullanılır hale geldi” (Uysal ve Tunç, 1996: 7). Daha sonra yıllar içinde gelişen ve bugün hayatımızın tüm alışkanlıklarını değiştiren internet, ‘artık’ eski medya olarak adlandırılan klasik yöntemlerin yerine yeni medya dediğimiz bambaşka bir dünyayı sokmuştur. Gazete, televizyon ya da radyo temel işlevleri anlamında aynı kalsalar da, nedir peki onları ‘eski’ diye damgalandıran gelişmeler? Ya da internetin fitilini ateşlediği ve ortaya çıkardığı yeni iletişim teknolojileri ve yeni medyayı, eski medya karşısında bu denli üstün hale getiren özellikler nelerdir? Eski medyayı bu denli kısa süre içinde ‘vazgeçilebilir’ bir konuma getiren veya savunmasız bırakan değişkenler ne ile açıklanabilir?

Yeni medya'yı açıklamadan önce yeni olmayan, geleneksel medyayı iyi anlamamız gerekiyor. Geleneksel medya'da her şey monolog üzerine kuruludur. Biri kalkar bir şey söyler, mümkün olan herkes dinlerdi. Fakat dinleyenler kimdi, yaşları, cinsiyetleri neydi, anlatılan hakkında ne düşünüyorlardı? Bunları öğrenmenin gerçek bir yolu yoktu. İşte yeni medya tam bu noktada ayrılıyor geleneksel medyadan, bu nedenle yeni medya sizinle diyalog halinde olan medyadır. Biri kalkar bir şey anlatır, herkes dinler ve sonra herkes bunun hakkında yorum yapar, beğenir, eleştirir, paylaşır, önerir. Üstelik bunları yapanlar hakkında çok fazlaca bilgi de edinilir ve kim bunlar dendiğinde cevap verebilir (<http://yenimedya.co/ornek-sayfa/>, 02.11.2011). Kullanıcıyı, izleyiciyi, okuyucuyu ya da dinleyiciyi pasif durumdan çıkarıp aktif bir duruma sokar. Proaktif bir konuma geçiş yapan kişi de, etki gücü ya da etkileme katsayısı oranında konunun içine müdahil olur.

Yeni medya denince çoğunlukla düşünülen tanım; internet, internet teknolojisiyle beraber gelen bilgiye erişimde kolaylık ve hız, farklı iletişim yolları ve sosyal paylaşım ağlarının hayatımızda edindiği yerdir. Ama yeni medyanın bu tanımı da içererek daha geniş bir açıklaması olmalıdır. Yeni medyayla ilgili ilk açıklama daha çok bilginin dağıtılmasıyla ilgili ama yeni medyanın içinde kullanıcı da aktif olabiliyor. Bir tanım yapmak gerekirse yeni medya, yeni çıkan teknolojiler ve bunların kullanımı ve aynı zamanda eski teknolojiler için geliştirilen yeni yöntemlerdir. Bu yeni yöntemlere örnek olarak; e-book, internet gazeteleri, dijital olarak üretilen animasyon ve 3D filmler verilebilir. 15. yüzyılda Gutenberg'in matbaayı keşfetmesi ve 19. yüzyılda fotoğraf teknolojisiyle gelen bilginin dağıtılması olanağı, yeni medyanın teknolojik gelişmeleriyle farklı bir ortamda dağılıyor ve bize bu teknolojinin içinde aktif olabilme imkanı tanıyor. Matbaa ve fotoğraf ile yaşanan medya devrimi kendi kültürünü doğururken, yeni medya çağına girilirken, yeni medya kendi kültürüyle geliyor. Yeni medyanın getirdiği kültür, eski teknolojilerin kültürünü değiştirmekle beraber, aynı zamanda onların yerini de alıyor (<http://aycamanaztvj.blogspot.com/2011/03/yeni-medya-nedir.html>, 04.11.2011). Ancak, bu kültürel değişim ve yer değiştirmenin yarattığı yeni iletişim ve teknoloji çağı, aslında bütün altyapısını ve ‘kimliğini’ de eskinin yaptığı binanın üstüne inşa ediyor.

Daha somut ve net bir şekilde ifade edecek olursak; gelişen bilgisayar, internet ve mobil teknolojisi ile ortaya çıkan, kullanıcıların zamandan/mekandan bağımsız bir şekilde interaktif olarak etkileşimde buldukları sanal medya ortamını yeni medya olarak tanımlayabiliriz. Geleneksel medya dediğimiz, yazılı ve görsel basında yani gazete, televizyon ve diğer araçlarda iletim tek yönlüdür. Ancak, yeni medya araçlarında hedef kitle ile karşılıklı etkileşim mevcuttur

(<http://www.mahsumakbas.com/yeni-medya-nedir/>, 04.11.2011). Bu etkileşim ise, herhangi bir konu ya da olay ile ilgili olarak çok farklı ve bambaşka açılımları beraberinde getirmektedir.

Belli başlı yeni medya araçları mobil iletişim, internet tabanlı medya ve sosyal network'ler de denilen sosyal medyadır. Yeni medya kavramı Türkiye'de son birkaç yılda kullanılmakla beraber, dünyada biraz daha geriye gidiyor. Türkiye'de en önemli bölümleri internet gazeteciliği, sosyal network'ler (facebook, friendfeed, twitter vb.) ve özellikle yeni hizmete giren mobil 3G teknolojisidir. 'Yeni' olarak belirttiğimiz kavram aslında mesaj değil, ortamdır. Tarih boyunca insanlar ve toplumlar arasında bir mesajlaşma olmuştur. En ilkel mağara duvarları yazılarından tutalım da günümüz son sürat teknoloji iletilen bilgiye kadar, temel amaç hep mesajın taşınması olmuştur. İşte bu bağlamda bilginin taşınması günümüz itibarı ile 'yeni' ortamlar/mecralar ile taşındığından dolayı 'yeni medya' kavramı ortaya çıkmıştır (<http://www.mahsumakbas.com/yeni-medya-nedir/>, 04.11.2011).

Yani bir tarafta yıllardır kullandığımız klasik iletişim yöntemlerinin en temel halkasını oluşturan eski medya unsurları, diğer tarafta ise yeni medya olarak adlandırdığımız ve tüm alışkanlıklarımızı yerle bir eden yeni uygulamalar. İşte asıl kritik soru da burada sorulmalı, bu yerle bir etme süreci devamlılık arz edecek ve eski medyayı bir yok olma sürecine mi sürükleyecek yoksa temel altyapıyı sağlayan eski medya unsurları bir silkinışten sonra tekrar ayağa kalkabilecek mi?

3. Eski Medya'nın Karşısında Yenisi: Yeni Medya

İnternet ve iletişim teknolojilerinin yarattığı yeni dünya düzeni, birçok alanda olduğu gibi medya alanında da büyük değişiklikler meydana getirmiştir. Geleneksel medya ya da klasik iletişim yöntemlerinin çerçevelediği ve bugün eski medya olarak konumlandığımız medya, günümüzde yerini birçok türevini de içinde barındıran ve yeni medya olarak kavramsallaştırılan bir düzeni yaratmıştır. Peki, 2000'li yılların başından itibaren hayatımıza giren internet ve son 2-3 yılda hızlı bir şekilde kendi çevresini yaratan yeni medya, eski medyaya karşı engellenemez bir savaşın mutlak galibi mi olacak yoksa yeni medyanın yegane hazırlayıcısı olan eski medya liderlik bayrağını teslim etse de rekabetçi üstünlüklerini kullanarak ayakta kalabilecek mi?

Bu soruların cevabını bulmak ya da bulmaya çalışmak için elimizde bazı ipuçları olsa da, soruların net karşılığını verebilmek adına biraz daha beklememiz gerekiyor. Aslında etrafımızı kuşatan ve sarmaşık gibi saran teknolojik unsurlar ya da teknolojiyi yönlendiren büyük aktörler, soruların cevaplarının bir an önce 'kesinleşmesi' için ellerinden gelen bütün gayreti gösteriyorlar.

2011 yılı Ekim ayında gerçekleştirilen iki konferans, aslında bize medyanın gittiği yönü net bir şekilde belirginleştirmektedir. 05 Ekim 2011 tarihindeki "Yeni Medya Düzeni Konferansı" ve 13 Ekim 2011 tarihinde gerçekleştirilen "Yeni Dünya Düzeni: Tam Şeffaflık temalı Dijital Age Konferansı" hem isimleri hem de isimlerinin de ötesinde katılımcıları ile 21. yüzyılın yeni bir yüzyıl olmanın ötesinde iletişim ve teknoloji çağı olarak yeni bir dünyanın başlangıcını ispatlar niteliktedir.

Wikileaks'in kurucusu Julian Paul Assange, Wikipedia'nın kurucusu Jimmy Wales, dünyanın en önemli ve en büyük e-ticaret sitelerinden alibaba.com'un Başkan Yardımcısı Brian Wong gibi 'yeni dünyanın' önemli ve etkili aktörlerinin katıldığı 05 Ekim 2011 tarihinde düzenlenen "Yeni Medya Düzeni Konferansı", artık gücün ve etkinliğin büyük binalar ve binlerce çalışandan, internet temelli yeni medya türlerine kaydığının en yakın kanıtıdır. Konferans'da konuşan Assange'ın şu sözleri yeni medyanın çoğulculuk özelliğini önemle vurgulamaktadır (Yeni Medya Düzeni Konferansı, 2011): "Aşağıdan yukarıya doğru yapılan habercilik, devlet güdümündeki gazetecilikten farklı olarak, insanların kendi deneyimlerini birbirleriyle paylaşabilmelerine fırsat

veriyor, teknolojinin de yardımıyla birçok kutuptan perspektifler bir araya getirilebiliyor. Egemen elitin bakışı da, iktidara uzak düşen kesimlerin perspektifi de önümüze geliyor.” Aslında Assange’ın önemle üzerinde durduğu konu, yeni medyanın eski medyaya karşı en büyük avantajı olan, dikey bir yapılanmanın yarattığı hiyerarşik baskının yerini yatay bir birleşmenin aldığıdır. Yani, kimliklerden ve demografik özelliklerden farklı olarak insanların ya da kullanıcıların eşit şartlar altında özgürce fikir tartışması yapılabilmesi ya da görüşlerini rahatlıkla ifade edebilmesidir.

Dijital iş ve kültür dergisi Digital Age tarafından 13 Ekim 2011 tarihinde düzenlenen ve o yılki teması “Yeni Dünya Düzeni: Tam Şeffaflık” olan Digital Age Konferansı kapsamında İstanbul’a gelen, Huffington Post sitesinin kurucusu, AOL yöneticisi Arianna Huffington ise, medyanın geçirdiği dönüşüm sayesinde hayatımıza giren gönülsüz şeffaflık kavramını anlatırken eski ve yeni medyanın birbirlerini tamamlayan iki güç olduğunu vurgulamıştır. Huffington, yazılı basının geleceği olmadığını öngörüp kurduğu haber sitesi Huffington Post deneyiminden yola çıkarak, günümüzde internetin demokratik bir kamusal alana dönüşme sürecini anlatarak, yazılı basının yıldızının düştüğü inancıyla internette kurduğu Huffington Post’un başarısını, insanların gerçekte ne istediğini anlayıp, onlara istekleri doğrultusunda haberler sunmasına bağlamıştır ve “Yeni medyanın eskiye göre değiştirdiği en önemli şey insanlarla ilişki kurma şekli. Artık herkesin eskiye oranla anlatacak çok fazla hikayesi var. Rakamların arkasındaki gerçekleri merak edip, bunları tartışmak istiyorlar. Huffington Post’ta 100 bin adet yorum sayısına ulaşmamız bunların sonucudur” demiştir (Digital Age Konferansı, 2011). Huffington, genel perspektiften bakınca Assange’ın merkez noktaya koyduğu çoğulculuk üzerinde görüşlerini belirtmesinin yanında, aynı zamanda yeni medyanın sosyal medya alt başlığı üzerinden karşılıklı etkileşim ya da bir başka deyişle interaktivite özelliğini vurgulamaktadır. Böylelikle, insanlar sadece kendi çevrelerinde olan olaylarla ilgili değil, dünyanın her köşesinde yaşanan her türlü gelişmeye karşı duyarlı bir konuma gelmektedirler.

Bu noktada Yavuz Baydar’ın 03 Ocak 2011 tarihinde Sabah gazetesinde yazdıkları son derece dikkat çekici bir noktaya parmak basıyor. Baydar, “Gelecek, yeni teknolojinin açtığı ufuklarda. Gelişen sosyal medya, haberciliği kökten sorgulamamıza, mesleki rolümüzü tartışmaya açmamıza neden oldu. 2010’un son aylarına damgasına vuran Wikileaks olayı, pek çoğumuzun uzun yıllardır şu veya bu ülkede tarif etmeye ve pratiğe dökmeye çalıştığı ‘vatandaş gazeteciliği’ni internet ile buluşturup küresel hale getirmeyi başardı. İnternetin açtığı yolda gazetecilik/habercilik, geleneksel dikey yapılanmadan yatay yayımlara geçişe çoktan başladı bile. Bu birey olarak gazetecileri olduğu kadar onları istihdam eden kurumları da derinden etkilemeye aday. Geriye dönüş artık imkansız. ABD gibi, 11 Eylül sonrası muazzam bir iç ve dış istihbarat bütçesine ayırmış bir gücün Julian Assange ve ekibiyle başa çıkamaması, küresel haber ve bilgi akışının önündeki barajların nasıl yıkılmakta olduğunu göstermekte. Bunu yıllar öncesinden öngören The Guardian editörü Alan Rusbridger gibi gazeteciler, heyecan içinde, genç meslektaşlarına ‘başka bir habercilik için kolları sıvayın’ çağrılarını yapmaktalar.” demiştir ve “Yeni teknoloji, otomatik olarak herkesi gazeteci/haberci yapmıyor. Araçlar hızla yenilenip, nitelik değiştirirken, ‘küresel köy’ her zaman olduğundan da fazla doğru, güvenilir, hakkaniyetli, katılıma açık bir ‘yeni gazetecilik’ talebini koruyacak. Öyle olmasaydı, Wikileaks ekibi sızdırılmış olan onbinlerce diplomatik kriptoyu önceden Der Spiegel, The Guardian, El Pais, Le Monde gibi ‘eski medya’nın ağır toplarına, saygın kanallarına vermezdi. İnanırcılık esastır. ‘Eski’sinde olduğu gibi ‘yeni medya’da da denge ve denetim kadar, neyin nasıl kamu yararı taşıdığına karar verecek birikim, ortak akıl, bilgelik, sağduyu, serinkanlı ve bağımsız muhakeme kabiliyeti belirleyici olacak.” diyerek görüşlerini belirtmiştir (Baydar, 2011). Oldukça önemli ve üzerinde durulması gereken bir konu olarak düşünebiliriz, yeni medyanın eski medyaya olan ‘bağımlılığını’ ve güven ya da inandırcılık noktasında karşılıklı bir etkileşimin gerekliliğini. Yeni medyanın teknolojinin sınırsız dünyası

içindeki çok güçlü avantajlarının yanında, eski medyanın alışkanlıklar ve ‘klasik’ yöntemler bakımından değerliliğini de son derece dikkatli bir şekilde kavramak gerekmektedir.

Son olarak Hürriyet ve Habertürk gazetelerinden iki görüşü de belirtmek yeni medya ve eski medya arasındaki korelasyonu ve etkileşimi anlamak açısından faydalı olacaktır. Özkök, sosyal medyanın bazı özelliklerinin giderek, klasik medyanınkine benzemeye başladığını belirtmiştir (Özkök, 2011). Turgut ise, öldü ölecek denilen gazetelerin yani eski medyanın artık ölmeyeceğinin belli olduğunu söyleyerek, bunun sebebinin de okuyucuların kaliteli yazıları ve yayıncılığı gazetelerde ve dergilerde bulabileceklerini düşündüklerine dayandırmaktadır ve okuyucu sayısı ile reklamın artacağını, bunun tahminlerde görüldüğünü belirtmiştir (Turgut, 2011). Aslında her iki görüşün de birleştiği ortak nokta, eski medyanın bayrağı devretmek için sabırsızlanmadığı, yeni medyanın birçok avantajına rağmen eski medyanın ‘klasik’ yöntemlerini kullandığı ve farklılaşmak için mevcut sistemin içinde bazı aksiyonlar gerçekleştirirse de, bunun eski medyanın sunduğu özellikler sayesinde olduğudur.

4. Sonuç

Yirmibirinci yüzyılın çok belirgin bir şekilde ortaya koyduğu ve iletişim ve teknoloji çağı olarak adlandırılmasındaki en temel etkenlerin başında hiç kuşkusuz internet ve internetin temel altyapısını oluşturduğu iletişim teknolojileri gelmektedir. Bu iletişim teknolojilerinin her geçen gün bir diğerinin üzerine koyarak ilerlemesi ve hatta ondan da öte her yeni teknolojinin bir öncekinin ya da öncekilerinin devamı niteliğini taşıyarak aynı teknolojik altyapıdan ‘beslenmeleri’, toplumsal algının ve sosyal yaşamın birçok alanında klasik yöntemlerin yerini ‘yeninin’ almasına neden olmuştur.

Çok kısa bir zaman dilimi içerisinde genel alışkanlıklar, beklentiler ve belki de hayallerin bile oldukça dışına çıkılarak, klasik yöntemler olarak adlandırdığımız ve artık bugün ‘eski medya’ olarak tanımladığımız gazete, dergi, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarına bakış son derece farklı bir boyuta doğru geçiş yapmıştır. Bunun böyle bir ‘evrimsel dönüş’ ya da alışkanlıkların terk edilmesi olarak adlandırabileceğimiz bir değişim yaratmasının ana sebebi de, yeni medya dediğimiz ve internetin sınırsız imkanlarından yararlanan her türlü teknolojik yeniliği içine sığdırabileceğimiz bir çerçeveye çizmiş olmasıdır.

Yeni medya olarak kavramsallaştırdığımız ve içine her türlü internet tabanlı iletişim teknolojilerini koyabileceğimiz yenilik, bu çerçevenin içinde kendine yer bulabilir. Son 3-4 yıl içerisinde hayatımıza giren akıllı telefonların özellikle 3G teknolojisi ile sağladığı her türlü özellik, Apple’ın tüm düzeni alt üst eden iPod, iPhone ve iPad üçlemesi, başına ‘e’ harfini koyarak yaptığımız e-ticaret, e-devlet, e-pazar ya da e-egitim gibi her türlü uygulama, Yahoo ve Google gibi hem hayatı kolaylaştıran hem de ‘bilgi çöplüğünün’ yaratıldığı arama motorları, sosyal medya olarak adlandırdığımız Facebook, Twitter, Friendfeed, Flickr gibi sosyal paylaşım siteleri, sınırsız içerik ve kullanıcı tarafından oluşturulan forumlar, her türlü fikir ve görüşün paylaşıldığı bloglar, gazetecilik kavramını ve gazeteleri oldukça farklı bir döneme sokan internet gazeteciliği kavramı ve haber siteleri, oldukça popüler olan ‘özgür ansiklopedi’ Wikipedia, görüntü ve video paylaşım sitesi YouTube, ‘kutsal bilgi kaynağı’ Ekşisözlük ya da akla gelebilecek her türlü karşılıklı etkileşimin sağlandığı platformları yeni medya kavramı içine sokabiliriz ya da yeni medya türleri olarak adlandırabiliriz.

Yeni medya ve eski medyayı karşılaştırırken baştan bazı gerçekleri yerli yerine oturtmak son derece önemlidir. Yeni medyanın yaşam alanını çerçeveyeleyen ve her türlü fonksiyonunun en temel yapı taşı internet teknolojisi oluşturmaktadır. O yüzden internetin sağladığı multimedya

avantajları, hız ve güncellenebilir özellikleri, ekonomik anlamda yarattığı pozitif katkılar ve rekabetçi üstünlükleri, yeni medyanın kendi ‘dünyasındaki’ tüm teknolojilere de doğrudan geçiş sağladığı oldukça önemli artılardır. Ancak, bugün artık eski medya olarak adlandırdığımız klasik medya unsurlarının da en temel şekliyle gazeteciliğe ve haberciliğe dayandığını bilmemiz gerekmektedir. Bu nedenle, yeni medyanın eski medyanın temel unsurlarına karşı sağladığı bütün önemli avantajlarına karşın, hala eski medyanın altyapısal gerçeklikleri ya da temel çerçevesi ölçüsünde kendi binasını şekillendirmeye çalıştığı gerçeğinin de kesinlikle göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Yeni medya öncelikli olarak kendi çıkış yollarını kendisinin belirleyeceği ya da kendi dünyası içinde hareket kabiliyetini ‘bağımsız’ bir şekilde sürdürebileceği alternatif çözüm yollarını bulmaya çalışmalıdır. Özellikle interaktivitenin getirdiği bireyin merkeze yaklaşma gayretini ve çabasını özgür bir ortam sağlayarak, bireyi aktif bir konuma sokarak ve proaktif davranış biçimlerine yönlendirerek şekillendirmelidir. Eski medya ise, yeni medyanın sınırsız avantajları ve kendisi üzerinde kurduğu tehditkar baskıya karşın, ayakta kalabilmiş olmanın gerçekliklerini altyapının sağlanması ve şu an için başka bir alternatifin gözükmemesi noktasında anlamlandırılmalıdır. Sonuç olarak, ‘savaşın’ şu an için bir galibinin olduğunu söyleyemeyiz, ancak doğruları uygulayanın, rekabetçi özelliklerini kullananın ve alternatif çözüm yollarını zenginleştirenin de, ‘rakibine’ karşı önemli bir avantajı eline geçirebileceğinin çok net bir şekilde belirtilmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

- Baydar, Y. (2011). “2011’de Yeni Medya”, Sabah Gazetesi, 03 Ocak 2011, Erişim: http://www.sabah.com.tr/Yazarlar/baydar/2011/01/03/2011de_yeni_medya, (erişim tarihi, 9 Kasım 2011)
- Civelek, M. E. (2009), *İnternet Çağı Dinamikleri*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Derebaşı, M. (1999), *İnternet “Benim Memleketim”*, Kamer Bilgisayar, İstanbul.
- Digital Age Konferansı. (2011), “Yeni Dünya Düzeni: Tam Şeffaflık”, Erişim:<http://www.mci.com.tr/konferanslar/arsiv.aspx?ArsivID=57&id=10> (erişim tarihi, 07 Kasım 2011).
- Dinler, Z. (1998), *Bilimsel Araştırma ve İnternet’e Bağlı Bilgi Merkezleri*, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Kırcova, İ. (2002), *İnternet’te Pazarlama*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Özkök, E. (2011), “Medya Elitinin Sonu Geldi mi”, *Hürriyet Gazetesi*, 05 Kasım.
- Turgut, S. (2011), “Yayın Yönetmeninin Korkağı”, *Habertürk Gazetesi*, 05 Kasım.
- Uysal, M. ve Tunç, M. (1996), *İnternet*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Yeni Medya Düzeni Konferansı. (2011). “Lütfü Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı, 05 Ekim, Erişim:<http://www.ntvmsnbc.com/id/25285774/page/2/> (erişim tarihi, 07 Kasım 2011).
<http://aycamanaztvj.blogspot.com/2011/03/yeni-medya-nedir.html> (erişim tarihi, 04 Kasım 2011).
<http://yenimedya.co/ornek-sayfa/> (erişim tarihi, 02 Kasım 2011).
<http://www.internetdevri.com/internet-nedir/> (erişim tarihi, 25 Ekim 2011).
<http://www.mahsumakbas.com/yeni-medya-nedir/> (erişim tarihi, 04 Kasım 2011).
<http://www.webhatti.com/genel-sohbet/40903-kisaca-internet-tarihi.html> (erişim tarihi, 25 Ekim 2011).