

Makalenin Türü : İnceleme Makalesi
Geliş Tarihi : 07.11.2022
Kabul Tarihi : 11.11.2022



Yeni Medyanın Kültürel Bellek Aktarım Aracı Olarak Kullanımı: Kültür Portalı Örneği

The Use of New Media as a Cultural Memory Transfer Tool: Kültür Portalı Sample

Zeynep ZELAN¹

Öz

Bellek, uzun yıllardır çeşitli bilim dallarının inceleme konusu olmuştur. Bellek aktarım araçları da tarihsel gelişim içerisinde sürekli şekil değiştirmiş, dönüşmüştür. İletişim teknolojileri bu noktada en önemli bellek aktarım araçlarını oluşturmaktadır. Bu süreçte daha önce geleneksel iletişim araçlarıyla kayıt altına alınan birçok şey bugün artık yeni medyada saklanmaktadır. Bu süreçte toplumların belleğini oluşturan en önemli unsurlardan kültürel bellek de artık yeni medyada geniş yer bulmaktadır. Toplumların hayatında yer etmiş, iz bırakmış kişiler yeni medyada anılmakta, önemli kültürel mekânlar, el sanatları, gelenekler, ninniler, türküler yeni medya aracılığıyla kayıt altına alınmakta, hatırlanmakta ve hatırlatılmaktadır. Bu makalede kültürel bellek aktarım aracı olarak yeni medyanın işlevini ele almak amaçlanmıştır. Konuya ilişkin literatür incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bellek, kültürel bellek ve yeni medya konuları kavramsal çerçevede ele alındıktan sonra kültürel bellek unsurlarından bellek mekânları konusu “Türkiye Kültür Portalı” örneği üzerinden betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Portalın seçilme nedeni Türkiye’nin kültür arşivini büyük ölçüde barındırması ve aktarımının yanı sıra 81 ilden gelen veriler, görseller ve fotoğraflarla Türkiye’nin kültürel hafızasını temsil etmesidir. İnceleme, 16 Nisan – 29 Eylül 2022 tarihleri arasındaki internet sitesi ve sosyal medya paylaşımlarını kapsamaktadır. Böylelikle yeni medya ile kültürel belleğin günümüz teknolojileri ile etkileşimi ele alınarak bellek çalışmalarına katkı sağlamak hedeflenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda bellek mekânlarının tanıtımında yeni medyadan faydalanılabildiği ve yeni medyanın kültürel bellek aracı olarak kullanılabildiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyoloji, Yeni Medya, Sosyal Medya, Bellek, Kültürel Bellek.

¹ Bu çalışma, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo-Televizyon ve Sinema doktora programında hazırlanan “Kültürel Bellek ve Sosyal Medya İlişkisi” isimli tezden üretilmiştir.

Abstract

For many years, memory has been the subject of investigation by various branches of science. Memory transfer tools have also changed their shape and transformed during this historical development. In this regard, communication technologies have emerged as the most important memory transfer tools. In this process, many things that were previously recorded with traditional communication tools are now stored in the new media today. In this process, cultural memory, one of the most important elements that make up the memory of societies, is now widely reflected in the new media. People who have left their mark on the life of societies are commemorated in the new media, and important cultural places, handicrafts, traditions, lullabies, and folk songs are recorded, remembered, and reminded through the new media. This article aims to discuss the function of new media as a cultural memory transfer tool. The literature on the subject has been reviewed and analyzed. After the subjects of memory, cultural memory and new media are discussed in the conceptual framework, the subject of realms of memory, which is one of the elements of cultural memory, has been examined with the descriptive analysis method on the example of "Türkiye Kültür Portalı". The reason for choosing the portal is that it contains and transfers Türkiye's cultural archive to a large extent, as well as representing Türkiye's cultural memory with data, images and photographs from 81 provinces. The review covers the website and social media posts between April 16 and September 29, 2022. Thus, this study aims to contribute to memory studies by evaluating the interaction of new media and cultural memory with today's technologies. As a result of the examination, it has been determined that new media can be used in the promotion of memory spaces and that new media can be used as a cultural memory tool.

Keywords: Sociology, New Media, Social Media, Memory, Cultural Memory.

Giriş

20. yüzyılın dikkat çeken sosyal bilim çalışmalarından biri olan bellek, tarih, felsefe, psikoloji, sosyoloji, iletişim, matematik gibi pek çok bilim dalının konusu olmuştur. Her disiplinin konuya yaklaşımı farklıdır. Belleği, devasa bir kütüphane gibi bilgilerin sabit bir şekilde yığıldığı bir yer olarak görenlerin yanında, bireyin içinde bulunduğu toplumla birlikte sürekli bir dönüşüm içinde olduğunu da düşünenler mevcuttur. Hatırlamanın ortak bir eylem olduğunu savunan bu görüşe göre, bireylerin belleği yaşadıkları toplumla birlikte şekillenmektedir. Ama bellek, bireyler ya da toplumların hafızalarıyla sınırlı olursa, onlar ortadan kalktığında geçmişleri de unutulabilir. Bu noktada, yaşamla sınırlı olmayan, nesilden nesile aktarılabilen, zaman içinde değişmeyen bir bellek türü olan kültürel bellekten söz etmek gerekir. Mısırolog Jan Assmann tarafından genel çerçevesi ortaya konan kültürel bellek, gündelik olmayan olayları anımsama unsurudur. Törenselleşmiş yapılar, kuşaktan kuşağa tekrar edilerek aktarılır, belirli kuralları ve biçimleri vardır, zaman içerisinde hızla değişkenlik göstermez ve gündelik değildir. Sözlü kültürün hâkim olduğu zamanlarda sözlü aktarılan kültürel bellek, zaman içinde yazılı, sözlü ve işitsel iletişim araçlarıyla aktarılmaya başlanmıştır. Günümüzde ise iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile birlikte yeni medya kültürel bellek aktarım aracı haline gelmiş durumdadır.

Her gün milyonlarca içeriğin hızla aktığı yeni medya, sadece kişisel veya toplumsal belleğin değil kültürel belleğin de depolandığı, paylaşıldığı, nesilden nesile aktarıldığı bir mecraya dönüşmüştür. Arşive erişimin sınırlı olduğu geleneksel medyanın aksine insanlar artık araştırma yapmak, unuttuklarını hatırlamak, anılarını canlı tutmak, yaşadıklarını kaydetmek için günlüklerine, eski fotoğraflarına ya da not defterlerine değil yeni medya uygulamalarına, sosyal medya hesaplarına bakmaktadır. İnternete erişimi olan herkesin anında ulaşabildiği, ilgi alanlarına göre içerikleri izleyebildiği, sesli, görüntülü, yazılı biçimlerde olabilen, farklı formatların iç içe geçebildiği, sınırsız bilgiye ulaşmanın mümkün olduğu yeni medya araçları insanın bir uzantısı haline gelmiş durumdadır.

Toplumların kültürünü meydana getiren önemli mekânlar, gelenekler, el sanatları, ninniler, masallar, törenler, bayramlar, şarkılar, türküler, kültürel mekânlar sosyal medyada kayıt altına alınmakta, böylece tarihe iz bırakılmakta, paylaşılmakta, hatırlanmakta ve aynı zamanda hatırlatılmaktadır.

İletişim alanında literatürdeki benzer çalışmalar analiz edildiğinde özellikle kültürel bellek ve yeni medya ilişkisine dair çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Özellikle bellek araştırmaları 20. yüzyılın başlarından bugüne kadar sosyal bilimlerde çalışılrsa da yeni medya henüz yeni bir alan olduğu için iki alanın ilişkisine dair çok çalışma bulunmamaktadır. Bu anlamda Kandemir'in benzer bir çalışması bulunmaktadır. Kandemir (2022), kültürel bellek aktarım aracı olarak Instagramı incelediği çalışmasında kültürel bellek aktarımında sosyal medyanın önemini ortaya koyarken örnek olarak TRT Arşiv hesabını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Buna göre TRT Arşiv Instagram hesabının kültürel belleğin aktarılmasına katkıda bulunurken yeni içeriklerle hafızayı taze tuttuğu belirtilmiştir. Şendeniz ise çalışmasında (2015), bellek ve sosyal medya ilişkisini fotoğraf açısından ele almıştır. Sosyal medyanın bellek, hatırlama ve unutma üzerindeki etkisi ve fotoğraf ile bağı analiz edilmiştir ve sosyal medyadaki fotoğrafların belleği etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Zdravkova vd. (2021) çalışmalarında medya ve sosyal ağların kültürel bellek eğitiminde etkin bir araç olarak kullanılabileceğini tespit etmiştir. Kültürel bellek çalışmaları daha çok

halkbilim alanında yer alırken, iletişim alanında genelde bellek konusunda araştırmalar yapılmıştır. Kültürel belleğin yeni medya araçları, internet sitesi, mobil uygulamalar açısından ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Pierre Nora'nın kavramsallaştırdığı "bellek mekânları", kültürel belleğin en önemli unsurlarından biridir. Toplumların birbirinden ayrışmasını sağlayan, kişilerin bağlı oldukları topluma ait olma hissini uyandıran bellek mekânları, hatıraları mekânda somutlaştırarak hatırlamanın devamlılığını sağlamaktadır. Yeni medya da bu anlamda pek çok kültürel mekânın bilinmesine, hatırlanmasına aracılık etmektedir. İnsanlar görmek istedikleri mekânlar hakkında yeni medya araçlarından bilgi edinmekte veya gördükleri bir mekânla yeni medyada karşılaşınca onu hatırlamaktadır. Yeni medya bellek mekânları açısından insanların kültürel bilgilerini artırmakta, hafızalarını tazelemektedir. Kısacası kültürel belleğin aktarılmasında yeni medya etkin bir araç olarak kullanılmaktadır.

Bu makalede bir kültürel bellek aktarım aracı olarak yeni medyanın ne şekilde kullanıldığına yer verilmiştir. Kültürel bellek unsurlarından biri olan bellek mekânlarının ele alındığı çalışmada örnek olarak "Türkiye Kültür Portalı" incelenmiştir. Çalışmanın amacı, yeni medyanın kültürel bellek açısından nasıl değerlendirilebileceğini ortaya koymaktır. Bellek çalışmaları açısından yeni medya yeni bir alan olduğu ve bu alanda yapılan çalışmalar sınırlı olduğu için bu çalışma, bundan sonra yapılacak çalışmalara yol göstermesi bakımından önem taşımaktadır. Kapsamını yeni medya ve kültürel belleğin oluşturduğu makale, bellek mekânları ile sınırlandırılmıştır. Literatür taraması ve görsel kaynak araştırmasının yapıldığı çalışma, yeni medyaya eleştirel değil yapıcı bir açıdan yaklaşmaktadır. Bu noktada çalışmanın temel varsayımı günümüzde yeni medyanın kültürel belleği yaşatma ve gelecek nesillere aktarma aracı olarak kullanılabilirliğidir.

Bellek ve Kültürel Bellek

Bellek, geçmişle bugün arasında bir köprü gibidir; yaşam deneyimlerimizle şekillenir, saklanır ve geçmişi geleceğe taşır. Bellek aynı zamanda sadece bizim kendi deneyimlediğimiz hayatla sınırlı değildir. Başkalarının hatırladıkları, tecrübeleri, ortak kültür, medya gibi unsurlar sayesinde de aktararak ileriye doğru devam eden bir süreçtir. Terim olarak bellek, alamet anlamındaki "bel" kökeninden gelmekte olup "belle"mek, öğrenmek demektir. Bellek ise öğrenilenlerin akılda tutulduğu hafızaya karşılık gelmektedir (Gülensoy, 2011: 130). Bellek, öğrenilen ya da kişinin başından geçmiş bir şeyi hatırlama tutma becerisidir (Develioğlu, 1959). Kişinin yaşadıklarını, öğrendiği şeyleri ve tüm bunların geçmişle bağını bilinçli bir şekilde hafızasında saklama gücü olan bellek, "dağarcık, akıl, hafıza, zihin" anlamlarına da gelmektedir (TDK, 2020).

Bellek kavramı, bellek çalışmalarının artması, çeşitlenmesi ve farklılaşması sonucunda karmaşık bir hal almıştır. 1920'lerde ortaya konulan kavramdan, kronolojik sırasıyla şu kavramlar ortaya çıkmıştır: kolektif bellek, Mnemosyne², ars memoriae³,

² Mnemosyne: "Bellek Tanrıçası" olarak da bilinir. Yunan mitolojisinde, hatırlama, bellek, hatıra gibi kavramları simgeler. İlham perilerinin annesi olduğuna inanılan Mnemosyne, yer altında bulunan bir nehrin adıdır. "Hatırlama nehri" olarak da anılan Mnemosyne Nehri'nden içenler, geçmişteki hayatları ile ilgili her şeyi hatırlar (Britannica, 2020).

³ ars memoriae: hafıza sanatı

toplumsal bellek, tarihsel bellek, lieux de mémoire⁴, kültürel bellek, iletişimsel bellek, sosyal bellek, bellek kültürleri, kültürel hatırlama, sosyal unutmama, kültürel beyin, küresel çağda bellek ve kültürlerarası bellek (Erlil, 2011: 6).

Jan Assmann, milattan önce 5. yüzyılda yaşamış Yunanlı şair Keoslu Simonides'in bellek kavramını ilk ortaya atan kişi olduğunu söyler (Assmann, 2015: 37). Cicero'nun aktardığı efsaneye göre, Simonides Tesalya'da yazmış olduğu şiiri sunmak için katıldığı bir ziyafette gösterisinin ardından iki adamın dışarıda buluşmak istediğini belirten mesaj alır. Dışarı çıktuktan kısa süre sonra tüm çatı çökerek içerideki konuklar ölür ve tanınmaz hale gelir. Simonides, cesetlerin teşhisi için kimin nerede oturduğunu hatırladığını fark eder ve cesetlerin teşhisinde yardımcı olur. Birçok kişi Simonides'in bu farkındalığının, bellek sanatına (ars memoriae) dair elimizdeki ilk kaydedilen veya yazılı kayıt olduğunu düşünmektedir (Metivier, 2020).

Bellek çalışmaları sonucu zaman içinde belleğin çeşitli türleri ortaya çıkmıştır. Burada konumuzla ilgili olarak bireysel, toplumsal ve kültürel bellekten bahsetmekte fayda vardır. Bireysel bellek bizim öznel hayatımızda yaşadıklarımızdan hatırladıklarımız veya başkaları tarafından hatırlatıldıktan sonra hafızamıza yerleşen anılar olarak kabul edilir. Bireysel belleğin kaynağını kişilerin hayat hikâyelerine dayandığını ifade eden Paul Connerton (1999: 38-39), bu tür hatırlama eylemlerinin bireysel geçmişe gönderme yaptığını söyler. Buna göre, "kişisel kimlik ile zihnin geçmişe ait bakış açısı" arasında bir ilişki olduğu söylenebilir. Bir kişinin anımsamak için başkalarına da ihtiyaç duyduğunu belirten Halbwachs (2019: 46-47) ise bu noktada bireysel belleğin tam anlamıyla soyutlanmış olamayacağını vurgular. Bireyler, kendi üretmedikleri, dışarıdan aldıkları düşünceler ve kelimeler ile hareket eder. Kaynağını bireysel yaşanmışlıklardan alan bellek, "son derece öznel"dir. Bizim bizzat tanıklık ettiğimiz olgulara, içinde bulunduğumuz olaylarla ve bunların bizde bıraktığı izlerle ilişkilidir. Genel yargılar önemsenmez. Bir kişinin anlattığı anı, onun gerçeğidir, onda yer edinmiş olan imgedir. Öznel olması nedeniyle bellek sabit değil, sürekli dönüşüm halindedir (Traverso, 2009: 10).

Ancak hatırlama sadece bireysel bir eylem değil, aynı zamanda kolektif bir süreçtir. Aynı kuşaktan insanlar benzer şeyleri hatırlayıp, benzer şeyleri de untabilmektedirler (kolektif amnezi). Geçmişe ilişkin olarak yalnızca belleğe kaydedilenler ya da geçmişte öğrenilen şeyler hatırlanır. Kolektif bellek ya da toplumsal bellek toplum içerisinde geçmişin detaylandırıldığı, yeniden üretildiği ve yeniden yorumlandığı bir süreçtir (Medina Pérez vd., 2012). Toplumsal bellek kavramı ilk kez şair ve yazar Hugo von Hofmannsthal tarafından kullanılmıştır. Hofmannsthal, 1902 yılında tarafından "içimizdeki gizemli atalarımızın lanetlenmiş gücü"ne atıfla, "yığılmış toplumsal hafıza katmanlarının biriktirilmesinden" bahsetmiştir (Olick, 2008: 153).

Bir terim olarak toplumsal bellek konusunu işleyen ve literatüre kazandıran isim ise kuşkusuz Fransız sosyolog Maurice Halbwachs'tir. 1925 yılında kaleme aldığı, dilimize *Hafızanın Toplumsal Çerçevesi* olarak çevrilen eserinde ilk kez bu kavramı ele alan Halbwachs'e (2016) göre, bellek, bireyin yaşadığı anın, içinde bulunduğu "toplumsal çerçevelerin yardımıyla" geçmişin yeniden üretilmesidir. Bu durumda bireyselliğin en önemli parçası toplumdur, birey toplumun çizdiği çerçeve bağlamında hatırlar. Bu hatırlama sırasında içinde yaşadıkları toplumdaki etkilenen de toplumun tek başına bir hafızası yoktur,

⁴ lieux de mémoire: hafıza mekânları. Pierre Nora'nın aynı adlı kitabı.

o hafızayı toplum bireyler ve mekânlar oluşturur. Yani Halbwachs'e (2022: 198-199) göre insanlar hatıralarını toplumsal belleğin çerçeveleri sayesinde çağırabilirler. Ancak yeniden çağırırken, eğer birileri bu hatıraları onun için saklamadıysa toplumun çerçevesinden, deforme olmuş haliyle görecektir. Çünkü hatıralar geri çağırılırken kimi detaylar unutulabilir. "Toplumun, bireyin sınırlı ömrüyle yetinmeyi bilmesi gerektiği gibi bu koşullarla da yetinmelidir."

Belleğin kültürel boyutu, Halbwachs'in kolektif bellek kavramında, geçmişin kalıcı olmaması noktasında yetersiz gelmesi nedeniyle ortaya çıkmıştır. Kişinin yaşamıyla sınırlı olan bireysel belleği, toplumsal boyuta taşısaya da o toplumda yaşayan kişiler öldüğünde toplumsal hatırlama da sona erecektir. Bu noktada geçmişin daha kalıcı, kişilere bağlı olmayan, insan ömrüyle sınırlı olmayan boyutu gündeme gelmiştir. Alman mısırolog olan Jan Assmann, *Kültürel Bellek* kitabıyla bellek kavramını, Halbwachs'in ortaya attığı boyuttan farklı bir boyuta taşımıştır. Geçmişin sonraki nesillere iletilebilmesi için onun bireysel ve toplumsal boyuttan ileri taşınması gerekmektedir. Bu kültürel bellek ile mümkün olacaktır.

Kültürel bellek kavramına geçmeden önce kültür kavramından bahsetmekte fayda var. Kültür, Latince *cultura* kavramına dayanmakla birlikte sözlük anlamı şu şekildedir: "Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin." (TDK, 2021). Kültür, zihnin inşasında önemlidir. Kültür ve akıl, insanların yaşamında ve düşüncesindeki temel unsurlar arasındadır. Kültüre katılımımız sayesinde anlam halka açık hale getirilir ve paylaşılır ve böylece zihin kültüre bağlanır (Santamaría Santiagosa, 2004: 247). Sosyolojide ise Giddens (2012: 1066) kültürü "belirli bir grubun ayırdedici özellikleri olan değerler, törenler ve yaşam biçimleri" olarak tanımlarken aynı zamanda "insanların toplumsal birliğinin en ayırdedici özellikleri" olduğunu belirtir.

Jan Assmann tarafından geniş çerçevesi ortaya konan kültürel bellek, toplumların yüzyıllardır devam eden sosyalleşmelerinin ve geleneklerinin sonucu, nesiller boyu tekrarlı olarak meydana gelmiş bir olgudur. Gündelik bellekten farkı uzun yıllar boyunca süregelmesidir (Assmann, 1995: 125-127). Kültürel bellek derken, "insan belleğinin dış boyutu"ndan bahsedildiğini ifade eden Assmann'a (2015: 24-30) göre, daha çok psikoloji, nöroloji gibi konularla özdeşleştirilen bireysel bellek, buna göre bir iç olgudur. Ancak, belleği oluşturan şey, onun iç yapısı, kapasitesi, fiziki durumundan ziyade onu oluşturan toplumsal ve kültürel dış koşullardır. Bireylerin ve toplumların yaşamlarıyla sınırlı olmayan kültürel bellek, nesilden nesile aktararak var olmaktadır. Kültürel bellek toplumların kimliklerini meydana getiren, onu pekiştiren ve güçlendiren bir unsurdur. Kültürel bellek, insanı ve davranışlarını yansıtan, geçmişte meydana gelen kültürün değişkenlerini ortaya çıkaran, aynı kişinin çevresiyle özdeşleşmesini ve aidiyet duygusunu sağlayan bir sosyal özdeşleşme ifadesidir (Medina Pérez vd., 2012).

Toplumsal olarak hatırlama iki türlü gerçekleşir. Birincisinde, "kökenselel hatırlama" denilen ve daha çok yazı kültürü henüz oluşmamış halklarda dil veya dil dışı araçlar yoluyla yapılan simgesel hatırlama. Bunlar "memoria" terimi ile ifade edilen "törenler, danslar, anlatılar, desenler, giysi, takı, dövmeler, yollar, resimler, mekânlar" gibi unsurlardır. İkinci tarz hatırlama ise insanların kendi tecrübelerinden edindiği yakın geçmişe dair "biyografik

hatırlama”dır. Bu tür hatırlama ise yazı kültürü olan toplumları da içermekle birlikte sosyal alışverişi içerir. Kültürel bellek ise “geçmişin belli noktalarına yönelir. Geçmiş onda olduğu gibi kalmaz, daha çok anın bağlandığı sembolik figürlerde yoğunlaşır.” Kültürel belleğin diğerlerinden farkı onun gerçek değil, hatırlanan tarihe yoğunlaşması, hatta bu yolla efsaneye dönüşmesidir. Gerçekleşen dönüşüm onun gerçekliğini değiştirmez, tam tersine “sürekliliği sağlanmış düzenleyici ve biçim verici bir güç olarak gerçeklik kazanır.” Kültürel belleğin çeşitli unsurları vardır. Bunlar arasında kimlik, aidiyet, törenler, anlatıcılar, ritüel ve bayramlar, ölümlerin anılması, bellek mekânları sayılabilir. (Assmann, 2015: 60-61).

Kültürel Bellek Unsuru Olarak Bellek Mekânları

Göç olgusu ve şehirleşmenin getirdiği sonuçlarla kişiler, doğdukları bölgeden ayrılarak bir kitlenin parçasına dönüşmekte ve tanışmadıkları ‘yığın’larla aynı çevreyi paylaşmak durumunda kalmaktadırlar. Birbirini tanımayan bu kitlenin içindeki kişiler kendilerini bu yığından izole ederek bireysel bir hayat yaşamaktadırlar, birbirleriyle iletişimleri ve karşılıklı etkileşimleri mümkün olduğunca azdır. Bu kişiler, her ne kadar birbirlerinden çeşitli bakımlardan farklı olsalar da bazı konularda ortak tecrübe ve düşüncelere sahip olabilmektedirler (Devran vd., 2008: 148-49). Kişisel olarak tanışmayan kitleleri ortak paydada buluşturan unsurlardan biri işte kültürel bellektir. Bu noktada kültürel belleği oluşturan unsurlardan Pierre Nora’nın öne çıkardığı hafıza mekânları kavramından bahsetmekte fayda vardır. Nora’ya göre, hafıza belirli mekânlarda açığa çıkmakla birlikte kişilerin iradesine bağlı olarak veya yüzyıllar içerisinde en dikkat çekici işaretleri barındırmaktadır. Hafıza mekânları arasında, “Müzeler, arşivler, mezarlıklar, koleksiyonlar, bayramlar, yıl dönümleri, anlaşımlar, kutsal yerler, anıtlar ve anma törenleri, övgü söylevleri, sözlükler” sayılabilir. Bu hafıza mekânları toplumların diğer toplumlardan ayrışmasını sağlamakta, gruba aitlik anlamı taşımaktadır. Eğer anılar bellekte korunmasaydı tarih onları çoktan silerdi. Ama korunan şeyler tehlikede olmasaydı inşa edilme ihtiyacı da olmazdı (Nora, 2006: 9-23).

Hatırlamanın devamı için belirli/somut bir mekânda cisimleştirilmesi gerekmektedir. Ortak belleğin kurulması için gruplar kimliklerinin işareti ve anılarının dayanağı olarak bellek mekânları oluşturur. Kısacası belleğin yaşaması için mekâna ihtiyacı vardır, bu yüzden de mekânsallaştırma çabasıdır. Halwachs’e göre “Grup ve mekân bir arada, sembolik bir ortak yaşam kurarlar; grup kendi mekânından ayrı düşse de, bu birlikteliği, kutsal mekânları sembolik olarak yeniden üreterek yaşatır.” (Assmann, 2015: 46-47)

Yeni Medya ve Kültürel Bellek İlişkisi

Kitle iletişim araçlarının tarihçesi, Johannes Gutenberg'in Almanya'da matbaayı icat ettiği on beşinci yüzyılın ortalarına kadar uzanmaktadır. Gutenberg'in icadına kadar, metinlerin çoğaltılması her kopya tek tek elle yazıldığı için zordur. Gutenberg'in metinlerin toplu halde çoğaltılmasına izin veren buluşu sayesinde önce Avrupa'da sonra tüm dünyada büyük sosyal, kültürel, dini ve politik değişimler meydana gelmiş, okuryazarlık oranı artmıştır (Quan-Haase vd., 2013: 412-413). Gutenberg'in icadından günümüze gelene kadar gazeteden radyoya, televizyon sinemaya kadar geniş bir alanda kitlelere hitap eden iletişim araçları çeşitlenerek artmıştır. Yapı olarak tek yönlü iletişim sağlayan, sınırlı ölçüm yapılabilen, arşive erişiminin zor olduğu, geniş kitlelere hitap eden geleneksel iletişim araçları internet teknolojilerinin gelişimine kadar tüm dünyada etkili olmuştur. İnternet teknolojileri ise zaman içinde gelişerek önce internet siteleri, sosyal medya ve mobil uygulamalara doğru evrilmiştir. Tek bir formda yayın yapan iletişim araçları 2000'ler

sonrası akıllı telefonların gelişimiyle tarihin en büyük sıçramasını gerçekleştirmiştir. Artık iletişim mobil hale gelmiş, televizyon, sinema, radyo ve gazeteye bir arada tek bir cihazdan erişilir olmuştur.

Bu dönemde fiber optik aktarıma dayalı küresel bir sistemin inşa edilmeye başlanmasıyla veri aktarım hızı artmış ve internete bağlı cihaz sayısında ciddi ölçüde artış meydana gelmiştir (Castells, 2008: 58-68). Ortaya çıkan medya araçları, geleneksel araçlardan farklılaşmış, klasik medya teorileriyle ele alınamayacak kadar alanını genişletmiştir. Bu noktada “yeni medya” konuşulmaya başlanmıştır. Üzerine her ne kadar çeşitli tanımlamalar yapılmış olsa da kitle iletişim araçlarından farklı olarak yeni medyayı “dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçemselliğine sahip iletişim araçları” olarak tanımlamak mümkündür (Binark, 2007: 5).

Yeni medya kavramının bilinen ilk kullanımlarından birinin Marshall McLuhan’a ait olduğu ifade edilir. McLuhan, 1953’te yayınlanan Queen’s Quarterly dergisindeki “The Later Innis” adlı makalede teknik özelliklerine vurgu yaparak yeni medya kavramından bahsetmiştir. Bugün sıradan gibi görünen bu özellikler arasında “elektronik bilgi toplama ve küresel erişim gücü” sayılmıştır (Aslan, 2013: 103). Bugün halen medyanın insan duyularını ve birbirleri arasındaki ilişkiye olan etkisi hakkında yapılan çalışmalar McLuhan’ın analizleri üzerine kuruludur ve bu analizler yeni medyayı anlamak için temel teşkil etmektedir (Atalay, 2018: 48). Yeni medya kavramını 70’li yıllara kadar dayandıran James Bogue Thompson ise, kavramın enformasyon ve iletişim alanında çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atıldığını öne sürmüştür. Ayrıca, yeni medya kavramının 1990’lı yıllarla birlikte büyük ivme kazanan dijital teknolojilerin ilerlemesiyle farklı boyutlara evrildiğini ifade etmiştir (Thompson’dan aktaran Dilmen vd., 2006: 114).

Binark (2014: 15) yeni medyanın terim olarak geleneksel medyadan (kitap, televizyon ve radyo) farkının, sayısal medyayı, özellikle etkileşimsel medyayı, internet ağlarını ve sosyal iletişim medyasını nitelemek için kullanılmakta olduğunu belirtirken, Cardoso (2006: 124), yeni medyanın, tek ve aynı platformda, kişiler arası yapılan iletişim ile kitle iletişimin özelliklerini buluşturan, kurumsal dönüşme ve zaman yönetimini yeniden tanımlayan, metinsel ve görsel söylemi tek potada eriten ve bu amaçla yeni kullanıcı tipi geliştiren medya hizmetleri olduğunu ifade eder.

Manovich (2001: 27-32) yeni medyanın temel özelliklerini daha çok teknik bakımdan ele alarak onu beş kategoriye ayırmıştır:

1) Sayısal Temsil: Tüm yeni medya araçları, dijital koda sahiptir ve sayısal olarak temsil edilebilir. Buna göre yeni medya nesnesi matematiksel olarak ifade edilebilir. Yani, matematik işlemiyle dijitalleşmiş bir medya söz konusudur. Bu sayede daha fazla kitleye ulaşılmakta, medya ‘programlanabilir’ hale gelmektedir (Manovich, 2001: 27-28).

2) Modülerlik: Bu özellik, birbirinden bağımsız programların daha büyük programlarla bir araya getirildiği yapısal bilgisayar programlamanın modüler karakteri ile ilgilidir. Yani, piksel, görüntüler, metinler, sesler, çerçeveler, kod gibi bağımsız öğeler yeni bir medya nesnesi oluşturmak için birleştirilir. Bu nesnelere bağımsız olarak değiştirilebilir ve diğer çalışmalarda tekrar kullanılabilir (Manovich, 2001: 30-31).

3) Otomasyon: Otomasyon, kullanıcıların şablonları veya algoritmaları kullanarak medya nesneleri oluşturmalarını veya değiştirmelerini sağlayan bilgisayar programlarında görülür. Yeni medyada otomasyon kullanıcının elindedir. Yeni medya imkanlarını kullanan kişiler, basit bir yazılımla kendi medya içeriklerini oluşturabilirler (Manovich, 2003: 32-36).

4) Değişkenlik: Geleneksel medya, sabit ve değiştirilemez içeriğe sahiptir. Gazete basılır ve geri dönüşü yoktur. Ancak yeni medya içerikleri düzenlemeye ve değiştirilmeye elverişlidir. İstenilen her her an güncellenebilir. Yeni medyada kullanıcılar bir metin boyunca farklı yollar izleyerek farklı içeriklere ulaşmalarına imkân sağlayan hipermetinsel veya etkileşimli ortamlarda bulunur. Yeni medya nesnelere, kullanıcılara seçimlerinin önceden programlanmış ve başkalarıyla paylaşılmış olmaktan ziyade benzersiz olduğunu garanti eder (Manovich, 2001: 36-37).

5) Kod Dönüşümü: Genel olarak, kodlama, medya ve kültürün bilgisayar mantığı tarafından yeniden şekillendirilme ve dönüştürülme yollarını belirler. Kültürün bilgisayarlaştırılması, kültürel kategoriler veya kavramların, anlam ve / veya dil düzeyinde, bilgisayar ontolojisinden, epistemolojiden ve pragmatikten türetilen bir kodlama işlemidir (Manovich, 2001: 45-48).

Yeni medyanın bir diğer özelliği de multimedya biçemselliğidir. Binark'a (2014: 18) göre multimedya biçemselliği ile metnin çok anlamlılık gizilgücü arasında bir ilişki vardır. Buna göre eğer metin görece "açık" olarak kurulmuşsa, metinden farklı mesajlar çıkarsama yapmak mümkündür. Burada kastedilen açıklık, John Fiske'nin deyimiyle, "herhangi bir metne için olarak tanımlanan çokanlamlılık" olgusudur. İnternet aynı zamanda çok anlamlı metinlerin aynı potada buluşabildiği bir ortamdır. Hedef kitlenin hem okur hem de yazara dönüşmesi multimedya biçemselliği ile yakından ilgilidir.

Kişisel olarak kullandığımız çevrimiçi dünya da kesintisiz ve sınırsız bilgi akışıyla, başkalarının anılarını izlediğimiz, kendi gözlemlerimizi paylaştığımız bir platformdur. Bu karşılıklı etkileşim süreciyle anılarımız, hem bizim biçimlendirdiğimiz, hem de bizi biçimlendiren "sosyal bilinç akışının" bir parçasıdır (Shaw, 2017: 230). Yani yeni medyada bir tarafta kendi anılarımızı oluştururken, bir taraftan da başkalarının oluşturduğu anılara şahitlik ederiz ya da maruz kalırız ve onların anıları da zihnimizde yer edinir, belleğimizi şekillendirir. Bugün yeni medya üzerinden gündemi takibi yapmakta, içerik üretmekte, paylaşmakta, iletişim kurmakta, eğlenmekte ve bilgi almaktayız. Türkiye çapında kullanıcıların yeni medya alışkanlıklarının düzenli olarak ölçümünün yapılarak raporlar halinde hazırlandığı Sosyal Ağ Haritası'na göre kişiler en çok zaman geçirmek ve sosyalleşmek için internete girmektedir. Bu amaçları sosyal medya uygulamalarını kullanmak, film izlemek, müzik dinlemek, haber takip etmek, iş, oyun oynamak, içerik üretmek ve ders çalışmak gibi amaçlar takip etmektedir (Sosyal Ağ Kullanımı, 2022). Görüldüğü gibi artık tek yönlü ya da tek bir amaca yönelik iletişimden söz etmek mümkün değildir.

Yeni medyanın gelişmesinin sadece teknolojik faktörlerle sınırlı olmadığını ifade eden Törenli (2005: 159), gelişmenin daha çok bu olanakları sunanların, okurların-izleyicilerin iletişim ve iletişim temelinde karşılanan diğer kişisel-toplumsal gereksinimlerine ne ölçüde karşılık verebileceklerine, sundukları seçeneklerin ne kadar uygun ya da esnek olabileceğine bağlı olduğunu söyler. Yazara göre, yeni medyayla birlikte hızın ve kapsama alanının büyüklüğünün öne geçtiği, iletişimde uzak mesafelerin sorun olmaktan çıktığı, mesajların kişiler ve gruplar ölçeğinde seçilebildiği, insan aklıyla

karşılaştırılmayacak ölçüde büyük bir bellek kapasitesinin söz konusu olduğu bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır. Yeni medyayı geleneksel medya araçlarından bağımsız olarak değerlendirmek mümkün değildir. Ancak yine de yeni medyanın getirdiği yenilikleri de göz önünde bulundurmak gerekir. Bugün bildiğimiz yeni medya elbette son buluş değildir, ileride ortaya çıkacak yeni teknolojilerle gelişmeye devam edecektir. Bunu yaparken de yine de kitle iletişim araçlarıyla etkileşim halinde olacak ve yeni teknolojilerle yönünü belirleyecektir (Dewdney vd., 2006)

Kaynağını kutsal dinler, mitler ve eski medeniyetlerden alarak günümüze kadar ulaşan kültürel bellek, milletlerin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır. Tarihin ilk toplumlarından bugüne kadar gelenek, din, kültür, mitler kültürel bellek aracılığıyla aktarılagelmiştir. Hatırlamak, kültürel aktarımın ilk önemli ögesidir. Yaşanılanlar, unutulmaması ve gelecek nesillere aktarılması için mağara duvarlarına kazılmış, oradan yazıyla kâğıda geçilmiştir. Böylece kültürel bellek canlı tutulmuştur, sonraki çağa aktarılmıştır (Assmann, 2015). Günümüzde ise teknoloji sayesinde kültürel bellek aktarma araçları gelişmiş, ses kayıt cihazları, televizyon, radyo, sinema, gazete gibi kitle iletişim araçlarının yanı sıra yeni medya araçları da kültürel bellek aktarım aracı haline gelmiştir. Bireyler kültürel bellek, hatırlama, geçmişi yâd etme, geçmişi öğrenme ve bunu yaşatma ihtiyaçlarını yeni medya aracılığıyla gidermektedir.

Çift yönlü iletişimin söz konusu olduğu yeni medya, etkileşim özelliği sayesinde kültürel faaliyetlerin tanıtımı için etkin bir araçtır (Ökten, 2022: 120). Herkesin yayıncı olabildiği günümüz sosyal medya dünyasında hem kurumsal hesaplar, sayfalar aracılığıyla, hem de kişisel kullanımlar üzerinden kültürel hafıza canlı tutulmaktadır. Lister vd. (2009) medyanın sadece yaşadığımız dünyayı görme ve deneyimleme biçimimizi etkilemekle kalmayacağını, aynı zamanda bu dünyanın ürünleri olduğunu söylemektedir. Yeni medya da kaynağını içinde yaşadığımız dünyadan alarak dünyayı görme biçimimizi değiştirmektedir. Kültürel bellek unsurlarıyla yeni medyada karşılaşma sıklığımız kültürel bilgimizin artmasını sağlamaktadır.

Yeni medyanın bir diğer özelliği herkesin erişimine açık olmasıdır. Yeni medya araçları olan internet siteleri, sosyal medya, bloglar, mobil uygulamalar sayesinde dünyanın pek çok yerinden insan kültürel bilgiye erişir hale gelmiştir. Bellek mekânlarına yönelik hazırlanan internet siteleri; gezi mobil uygulamaları; seyahat blogları; müze, anıtlar, tarihi mekânlar gibi yerlerin paylaşıldığı sosyal medya hesapları kültürel belleğe katkı sağlamaktadır. Yeni medya araçlarının sunduğu içerik zenginliği ile hem çeşitlilik, hem de mekânlar hakkındaki bilgiye erişim imkânı artmıştır. Örneğin, 2019 yılında başlayan ve neredeyse tüm dünyada etkili olan COVID-19 pandemi sürecinde bazı mekânlar çevrimiçi olarak ziyarete açılmıştır. Ülkeler arası seyahatlerin çok aza indirildiği, hatta dönem dönem tamamen engellendiği bu dönemde, “sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik gibi yeni teknolojik uygulamalar” sayesinde dünya çapında birçok müze, sanal tur uygulamaları ile ücretsiz olarak ziyaret edilebilmiştir (Yerden vd., 2022: 229). Birçok uygulama veya internet sitesinde bulunan üç boyutlu uygulamalar ile de bugün kültürel bellek mekânları ziyaret edilebilmekte, site ziyaretçilerine adeta “orada bulunuyormuş” hissi vermektedir.

Görüldüğü gibi yeni medya kültürel belleğin aktarımı için etkin bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu kullanım kişisel web siteleri, bloglar, sosyal medya hesapları gibi yeni medya araçlarıyla olduğu gibi kurumsal ya da tema bazlı yapılabilmektedir. Kurumsal olarak

bellek mekânı tanıtımı yapan internet sitesi ve sosyal medya hesaplarına, TRT Arşiv, Türkiye Kültür Portalı, Kültür Varlıkları ve Müzeler, Go Türkiye, Müze Kart örnek olarak gösterilebilir. Bu örneklerin arasından en geniş fotoğraf, video ve belge arşivlerinden birine sahip olan Kültür Portalı, internet sitesinde ve sosyal medya hesaplarında mekânlar hakkında detaylı bilgi verdiği için örnek olarak seçilmiştir. Makalede, portal hakkında bilgi verildikten sonra yeni medyayı ne şekilde kullanıldığı ele alınacaktır.

Kültür Portalı'nın Kültürel Bellek Aktarımında Kullanımı

Türkiye Kültür Portalı, Kültür ve Turizm Bakanlığınca kurulmuş bir yapıdır. “Kamu kurumlarının internet sitelerinde bulunan Türkçe içeriğin TRT veri tabanından da yararlanılarak derlenmesi, görsel materyallerle desteklenmesi ile kültür, tarih, sanat, turizm gibi konularda bilgi sağlayan portal, kullanıcılara etkileşim imkân vermektedir.” İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin yanı sıra konuya ilişkin çalışan kurum ve kuruluşlardan alınan verilerle hazırlanan portal, 2015’te faaliyete geçmiştir. Türk kültürüne dair zengin içeriği bulunan portal, “metin, fotoğraf, video ve ses dosyası formatlarında” birçok bilgiyi kullanıcılara sunmaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2022). Makalede bu portalın örnek olarak seçilmesinin nedeni muadillerine, bellek mekânları hakkında detaylı bilgiye yer veriyor olmasıdır. Ayrıca portalda mekânlar turistik amaçlarla sadece fotoğrafı veya videosuyla paylaşılmamakta, Türkiye için önemi, Türk tarihindeki yeri, kültürel değeri, varsa hikâyesi de anlatılmaktadır. Bir diğer nokta da sosyal medya hesaplarının yanı sıra internet sitesiyle birlikte önemli bir kültürel arşiv barındırmasıdır. Kültür Portalı kendi arşivinin yanı sıra 81 ilden gelen belge, fotoğraf ve videolar ile TRT ve ilgili kurumların verilerini de bünyesinde barındırmaktadır. Bu anlamda portalın büyük bir kültürel belleği tek başına sakladığı ve aktardığını söylemek mümkündür.

Makalede Kültür Portalı nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz tekniği ile incelenmiştir. Yıldırım ve Şimşek’e (2008: 89) göre kavramsal yapının belli olduğu betimsel analizde temel amaç, araştırmalarda gözlem veya görüşme yoluyla edinilen verilerin düzenlenerek ve yorumlanarak sunulmasıdır. İncelenen veriler ve görseller kültürel bellek mekânlarını yansıtmaya kriterine göre incelenmiştir. Yani bellek mekânı olmayan içerikler dikkate alınmamıştır. Kültür Portalı’nın, internet sitesinin yanı sıra Facebook, Twitter, YouTube, Instagram ve Pinterest hesapları da gözlem yoluyla betimsel olarak ele alınmıştır.

Portalın internet sitesini incelediğimizde oldukça yoğun bir içerikle karşılaşmaktayız. Kültürel belleğin devamlılığını sağlayan en önemli unsurlardan biri de yeni medyanın arşive erişim kolaylığı özelliğidir. Böylece kültürel bilgiye anında ulaşmak, onu paylaşmak veya çoğaltmak mümkün hale gelmektedir. Milyonlarca veri, yıl, konu, kişi gibi kategoriler halinde arşivlenmekte ve isteyen bu arşive internetin eriştiği her yerden ulaşabilmektedir. Portal’da yer alan “Medya Kütüphanesi” bölümünde oldukça kapsamlı bir görsel-işitsel arşiv yer almaktadır. İçeriklerin anahtar kelimelerle sınıflandırıldığı bölümde çeşitli yazı, fotoğraf, video, ses kayıtları bulunmaktadır. Etiketler halinde sınıflandırılan fotoğraf, video, ses belgesi ve dokümanların bir arada olduğu sanal bir kütüphane niteliğinde olan bu bölümde kullanıcılar, uygun kategoriler altında anahtar kelimelerle çok sayıda belgeye kolaylıkla erişebilme imkânı bulmaktadır.

Dokümanlar kategorisinde 649 adet doküman bulunmaktadır. Bu dokümanlardan 143 tanesi medreseler, kültür varlıkları, hanlar, hamamlar, müzeler, camiler, anıtlar, mezarlar gibi çeşitli kültürel bellek mekânlarına ilişkin olarak hazırlanmıştır. Dokümanlara ilişkin detaylı arama yapılabilirken belgelerin tamamını indirmek de mümkündür.

Fotoğraflar kütüphanesi bölümünde ise 6362 görsel bulunmaktadır. Ana sayfada ise ayrıca 16 adet görsel kategorisi yer almaktadır. Bu kategorilerden mekânlara ilişkin olanları: “Gezilecek Yerler”, “Müzeler”, “Kültürel Miraslarımız”dır. “Kültürel Miraslarımız” bölümünde ayrıca, “Anıtlar”, “Dünya Mirasında Türkiye”, “Yaratıcı Şehirler Ağı”, “Somut Olmayan Kültürel Miras” gibi başlıklar yer almaktadır. Bu içeriklerde Türkiye’nin 81 ilinden kültür, tarih ve turizm açısından önemli mekânların fotoğraf ve yazılarla tanıtımı yapılmaktadır.

Görsellerden mekânlarla ilgili olanlara ilişkin sayısal veri şu şekildedir: İncelenen görsellerden 3360 tanesi ‘Gezilecek Yerler’, 356 tanesi ‘Müzeler’, 10406 tanesi ‘Anıtlar’, 72 adet ‘UNESCO Dünya Miras Listesi’nde yer alan mekânlardır. Sayısal olarak bellek mekânlarının bu şekilde fazla olması, kültürel değerler içinde önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Kültür Portalı da bu kadar zengin görsel içerikle bellek mekânlarının tanıtılmasında önemli bir aracılık yapmaktadır. Video kütüphanesi bölümünde 269 içerik bulunmaktadır. Bu içeriklerden 99’u bellek mekânlarına ilişkindir. Ses kütüphanesi bölümünde ise 800 içerik yer almaktadır, ancak burada mekânlara ilişkin veriye rastlanmamıştır.

Sitede yer alan “Haritada Keşfet” kısmında Kültür Portalı’ndaki verilere, illere göre ulaşmak mümkündür. Burada gidilecek ilde yer alan etkinlikler, gezilecek yerler, konaklama mekânları ve turizm aktivitelerine yer verilmektedir. Bu açıdan yeni medyanın multimedya özelliğinin sitede kullanıldığı söylenebilir. Farklı medya özellikleri bir arada internet sitesinde yer almaktadır. Ayrıca bir görselin üzerine tıklanıldığında onunla ilişkili diğer tüm veriler de çıkmaktadır. Böylece ona ilişkin başka fotoğraf, video ya da belgelere de ulaşmak mümkündür. Çeşitlilik sayesinde kültürel bilgi akılda daha kolay kalmakta, bu da kültürel belleğe katkı sağlamaktadır.

“Ülkemizin doğal, kültürel ve tarihi değerlerini ortaya çıkarmayı, korumayı, geliştirmeyi, gelecek nesillere aktarmayı, toplumsal bilincin oluşmasında bilgiye erişimi kolaylaştırmayı ve Türk kültürünü dünyaya tanıtmayı” amaçlayan Kültür Portalı sosyal medya hesaplarıyla da kültürel hafızayı canlı tutmaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2022). Bu kapsamda Kültür Portalı’nın 16 Nisan – 29 Eylül 2022 tarihleri arasındaki sosyal medya paylaşımları incelenmiştir. Yapılan incelemede en aktif kullanılan hesabın Instagram olduğu görülmüştür. Onu, Twitter, Facebook, YouTube ve Pinterest takip etmektedir. Bu kapsamda portalın sosyal medya hesaplarında ilgili tarihlerde paylaşılan 64 gönderi incelenmiştir.

Kültür Portalı’nın Facebook hesabında, uzun metinler ve çoklu fotoğraf paylaşma imkânı olduğu için, bu özelliklerden yararlanılmaktadır. Twitter’da ise 240 karakter sınırı olduğu için birbirine bağlı gönderiler ya da daha kısa metinlerle ve bir gönderide en fazla dört fotoğraf olacak şekilde içerik paylaşılmaktadır. Pinterest hesabında ise kültürel mekânlara ilişkin fotoğraflar yer almaktadır. Mekân hakkında kısa bilginin verildiği hesapta, fotoğrafları indirme imkânı da bulunmaktadır. Fotoğraf indirme özelliği kültürel içeriklerin diğer kullanıcılar tarafından da paylaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

Sosyal medya hesapları içerisinde portal tarafından en aktif kullanılan Instagram’dır. Diğer sosyal medya uygulamalarında kategori imkânı olmadığı için sayfada arama yapmak ya da istenilen içeriğe erişmek sınırlıdır. Ancak Instagram hesabında hikâye bölümünde gezilecek yerler, 5 neden, editörün seçimi, anket/yorum gibi bölümler vardır. Bu bölümlerde

o zamana kadar paylaşılan anlık hikâye içeriklerine ulaşmak mümkündür. Sosyal medya hesaplarında genel olarak kültürel mekânların zengin görsel içerikle ve doyurucu bilgiyle sunulduğu söylenebilir. Portalın YouTube sayfasında ise kültürel mekânlara ilişkin videolar paylaşılmaktadır. Videolar seslendirmeye anlatıldığı gibi kimi zaman altyazı da eklenmiştir. Bazı kısa videoların üzerine kısa kısa içerik bilgileri de konulmuştur. Konuların oynatma listeleriyle kategorilere ayrıldığı YouTube sayfasında çeşitli medreseler, hanlar, müzeler, tarihi yapılar tanıtılmakta, mekânlar hakkında detaylı bilgiler verilmektedir. YouTube kanalında yer alan videolar internet sitesinde yer alan medya kütüphanesindeki videolardan farklıdır. Bazı mekân tanıtım videoları Türkçenin yanı sıra İngilizce olarak da hazırlanmıştır.

Toplumların birbirinden ayrışmasını sağlayan, kişilerin bağlı buldukları topluma ait olma hissini uyandıran bellek mekânları, hatıraların mekânda somutlaşarak hatırlamanın devamlılığını sağlamaktadır. Assmann'ın deyimiyle hafıza mekânları, 'kültürel belleğin topografik metin'leri, 'mnemotop'ları⁵, 'bellek mekânları'dır (Assmann, 2015: 46-47). Kültür Portalı tanıttığı mekânların hem bilinen hem de çok bilinmeyen, farklı yönlerini kullanıcılarla paylaşarak o mekânlar hakkında bilgi edinilmesini, biliniyorsa hatırlanmasını ve kullanıcıların yeniden paylaşımlarıyla hatırlatılmasını sağlamaktadır. Böylece mekânlar, kültürel hafızayı nasıl saklıyorsa, mekânların tanıtılması da saklanan hafızanın diğer belleklerde de yer edinmesini sağlayacaktır.

Yeni medya çağının en önemli özelliklerinden biri kullanıcıların geribildirimine olanak tanınmasıdır. Aktif konumda olan izleyici, programlar hakkında yorum yapabilir, görüşlerini iletebilir, izlediği yayını sosyal medya gündemine taşıyabilir. Eskiden tek yönlü ve sınırlı etkileşim söz konusuysen, günümüzde kullanıcılar içeriklere yorum yapmakta, beğeni veya şikâyetlerini anında iletebilmekte, gerektiğinde gündem oluşturup tartışabilmektedirler. Sürekli çift yönlü bir iletişim söz konusudur. Kullanıcılarla etkileşim içinde olan Kültür Portalı da onlardan geri bildirim almakta, anket ve yorumlarla içeriklere dâhil olmalarını sağlamaktadır. Zaman zaman kültürel mekânlara ilişkin sorular sormakta, o mekânların bilinmeyen yönlerini hatırlatmaktadır.

Yeni medyanın geleneksel medyadan en büyük farklarından biri paylaşımıdır. Bu mecrada yapılan tüm aktiviteler "paylaşım" üzerine kurulu olmakla beraber, insanlar kendilerini takip edenler için paylaşım yapmaktadır. Sosyal medya üzerinde, "bilgi tüketilen, edinilen bir şey olmaktan çok, paylaşılan bir şey" haline gelmiştir (Deanna, 2010: 7). Kullanıcılar kendi hazırladıkları içeriklerde portalı etiketlerlerse zaman zaman onların paylaşımlarına da yer verilmektedir. İçeriği sadece tüketen değil, aktif olarak içinde de yer alan kullanıcılar böylece kültürel belleklerinde konuyu daha kolay muhafaza edebilmektedir. Böylece kültürel mekânlar nesilden nesile aktarılmış olmakta, arşive erişim sayesinde kültürel bilgiye kolay ulaşılmakta, Assmann'ın ifade ettiği gibi bellek insan ya da toplum yaşamıyla sınırlı olmaktan çıkıp daha kalıcı bir boyuta ulaşmaktadır. Ayrıca farklı dillerde hazırlanan içeriklerle dünyanın her yerinden insanın kültürel bellek mekânları hakkında bilgi sahibi olması, gördüklerinde de o bilgileri hatırlaması, paylaşım yaparak başkalarına da hatırlatması, bu sayede kültürel belleğe katkı sağlaması mümkündür.

Blossom'a göre yeni medya herkesin erişimine açık, ölçümlenebilir ve kullanımı kolay bir teknolojidir. Algoritmalar sayesinde kullanıcıların kişisel ilgileri, beğenileri, eğilimleri ve davranışlarını sayısal olarak analiz etme imkânı vardır (aktaran Kırık, 2013:

⁵ Hafıza mekânları

76-77). Kültür Portalı da zaman zaman internet sitesine ve sosyal medya hesaplarına giren kullanıcılara ilişkin istatistiksel veriler ve sosyal medya analizleri paylaşmakta, böylece etki alanını daha rahat ölçümleyebilmektedir.

Sonuç

Yeni medya, dünyanın bir ucundan diğer ucuna iletişimi olanaklı hale getirerek zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırmış, kitle iletişim kavramını da dönüştürerek çok yönlü iletişimin kapılarını açmıştır. Analog hatlar yerini dijital ağlara bırakmış, yazı, ses ve video gibi çoklu ortam kaynaklarına ulaşmak eskisinden çok daha basit bir hale gelmiştir. İletişim tarihi kadar eski olan kültürel bellek de yeni teknolojilerinden payını almıştır. Günümüzde hem kitle iletişim araçları hem de yeni medya unsurları kültürel belleğin taşıyıcıları arasında yer almaktadır. Kullanıcıların hem üretici hem de tüketici olduğu yeni medyada insanlar kültürel içerikleri hazırlamakta, paylaşmakta ve tüketmektedir. Bunu yaparken geri bildirimde bulunmakta, benzer içeriklerle ilgilenen kişilerle etkileşime girmekte, içeriklerin daha görünür olmasını ve böylece daha fazla kişinin o içerikleri görmesini sağlamaktadır.

Makalede incelenen internet sitesi ve sosyal medya hesapları, betimsel analiz yöntemine göre ele alınmıştır. Portalın internet sitesi ve sosyal medya hesaplarında yapılan incelemede 20 binin üzerinde fotoğraf incelenmiştir. Kültürel bellek unsurlarından biri olan “mekânlar”ın, kültür aktarımında önemli bir yer kapladığı, oluşturulan içeriklerle portalın bellek mekânlarının hatırlanmasına, hatırlatılmasına aracı olduğu, böylece kültürel belleğe katkı sağladığı ortaya çıkmıştır. Hazırlanan yüksek çözünürlükteki fotoğraf ve videoların yanı sıra mekânlar hakkında verilen bilgilerle, tarihi ve kültürel mekânların bilinirliği sağlanmakta, anketler, kullanıcı yorumlarını alma, hikâye paylaşımı gibi unsurlarla hesapların dinamizmi korunmakta ve yeni medya özellikleri kullanılarak kültürel belleğin devamlılığına destek olduğu tespit edilmiştir. Kullanıcılar mekânlar hakkında ailelerinden, kitle iletişim araçlarından veya kitaplardan öğrenmedikleri bilgileri yeni medya araçlarından öğrenmekte, kendi belleklerinde tutamadıkları bilgileri yeni medya uygulamalarında ya da sosyal medya hesaplarında saklayarak depolamaktadırlar.

Portalın da kültürel belleğe katkısının artması için yeni medyanın özelliklerinden daha fazla yararlanılması yerinde olacaktır. Örneğin internet sitesinin yanı sıra yapılacak mobil uygulama, kategorilerle aranılan bilgiye daha hızlı erişme imkânı verebilir. Ayrıca kültürel mekânlardan canlı yayın yapılması ve hareketli kısa video içeriklerinin artmasıyla daha fazla kişiye erişmek mümkündür. Bunun yanı sıra farklı dillerde bazı videolar olsa da internet siteleri ve sosyal medya hesap içeriklerinin İngilizce ve diğer dillerde de hazırlanması uluslararası kamuoyu açısından kültürel değerlerimizin tanınırlığını arttıracaktır. Böylece kültürel belleğin aktarılmasında yeni medyanın rolü daha verimli kullanılmış olacaktır.

İleride yapılacak araştırmalarında kültürel bellek mekânları mobil uygulamalar, mekânlara ilişkin blog sayfaları veya metaverse-yapay zekâ gibi ileri teknolojiler bağlamında incelenebilir. Ayrıca kültürel belleğin diğer unsurları da yeni medya ve sosyal medya açısından incelenmeye açık alanlardır.

Kaynakça

- Aslan, M. Gökhan (2013). "Yeni Medyanın "Yeni"liği Üzerine". B. Özçetin vd. içinde, *Yeni Medya Çalışmaları: Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa I. Ulusal Kongre Kitabı* (s. 102-111). İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.
- Assmann, Jan (1995). "Collective Memory and Cultural Identity" *New German Critique, Spring-Summer* (65), s.125-133.
- Assmann, Jan (2015). *Kültürel Bellek*. (A. Tekin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.(Orijinal eser yayın tarihi: 1997).
- Atalay, Gül Esra (2018). "Dijital Çağda Marshall McLuhan'ı Yeniden Düşünmek: Bir uzantı ve ampütasyon olarak yeni medya teknolojileri". *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4(6), 27-48.
- Binark, Mutlu (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, Mutlu (2014). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Britannica. (2020). Mnemosyne. <https://www.britannica.com/topic/Mnemosyne>.Cardoso, G. (2006). *The media in the network society*. Lisbon: Browsing, News, Filters and Citizenship, Centre for Research and Studies in Sociology. (Erişim Tarihi: 07.10.2022).
- Castells, Manuel (2008). *Enformasyon Çağı Ekonomi Toplum ve Kültür*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları. (Orijinal eser yayın tarihi: 1996).
- Connerton, Paul (1999). *Toplumlar Nasıl Anımsar?* (A. (. Şenel, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Orijinal eser yayın tarihi: 1989).
- Deanna, Zandt (2010). *Share This! How You Will Change The World With Social Networking*. California: Berett-Koehler Publishers.
- Develioğlu, Ferit (1959). *Türkçe Sözlük* (3. b.). Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Devran, Yusuf ve Gülcan Seçkin (2008). "Kamusal İnsan, Medya ve Siyaset". *Türkiye'de Siyasetin Dinamikleri Sempozyumu* (s. 147-168). Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Dewdney, Andrew ve Peter Ride (2006). *The New Media Handbook*. New York: Routledge.
- Dilmen, Necmi Emel ve Sertaç Öğüt, S. (2006). "'Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim'e Bilişim Yaklaşımı". *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Kitabı* (s. 17-23). içinde İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Erl, Astrid (2011). *Memory In Culture*. London: Palgrave Macmillan.
- Giddens, Anthony (2012). *Sosyoloji* (5. b.). (C. Güzel, Çev.) İstanbul: Kırmızı Yayınları. (Orijinal eser yayın tarihi: 2006).

Gülensoy, Tuncer (2011). *Türkiye Türkçesindeki Türkçe Sözcüklerin Köken Bilgisi Sözlüğü (A-N)* (2. b.). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Halbwachs, Maurice (2016). *Hafızanın Toplumsal Çerçevesi*. Ankara: Heretik Yayınları.

Halbwachs, Maurice (2019). *Kolektif Bellek*. (Z. Karagöz, Çev.) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Halbwachs, Maurice (2022). "Kolektif Bilinç". A. Abensour.(Ed.) içinde, *Bellek* (G. k. Rocheman, Çev., s. 197-202). Ankara: Fol Kitap.

Kandemir, Seda (2022). "Kültürel Bellek Aktarıcısı Olarak Instagram: Trt Arşiv Örneği". *TRT Akademi Dergisi*, 7(14), 82-103.

Kırık, Ali Murat (2013). "Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı". A. Büyükaslan, & A. Kırık.(Ed.) içinde, *Sosyal Medya Araştırmaları -1* (s. 69-101). İstanbul: Çizgi Kitabevi.

Lister, Martin vd. (2009). *New Media: A Critical Introduction* (2. b.). Routledge: Oxon.

Manovich, Lev (2001). *The Language Of New Media*. Cambridge: The MIT Press.

Manovich, Lev (2003). "The New Media From Borfes To HTML". N. Wardrip-Fruin, & N. Monfort.(Ed.) içinde, *The New Media Reader* (s. 13-25). Cambridge: The MIT Press.

Medina Pérez, Milena ve Alejandro Escalona Velázquez (2012, Enero). "La Memoria Cultural Como Símbolo Social De Preservación Identitaria". *Contribuciones a las Ciencias Sociales*(15). www.eumed.net/rev/cccss/17/. (Erişim Tarihi: 13.10.2022)

Metivier, Anthony (2020, 11 03). Simonides of Ceos: 7 Powerful Memory Palace Tips. <https://www.magneticmemorymethod.com/simonides-of-ceos/>. (Erişim Tarihi: 02.09.2022)

Nora, Pierre (2006). *Hafıza Mekânları*. (M. E. Özcan, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları. (Orijinal eser yayın tarihi: 1984).

Olick, Jeffrey K. (2008). "From Collective Memory to the Sociology of Mnemonic Practices and Products". A. Erll, & A. Nünning içinde, *Cultural Memory Studies An International and Interdisciplinary Handbook* (s. 151-161). Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co.

Ökten, Serkan (2022). "Kültürel Diplomasi ve Medya". Z. Avşar, M. Küçükylmaz, S. Ökten, M. Şahin, & M. P. Veske. (Ed.) içinde, *Kültürel Diplomasi ve İletişim* (s. 97-145). İstanbul: İletişim Başkanlığı.

Quan-Haase, Anabel ve Brian A. Brown (2013). "Uses and Gratifications". M. Danesi.(Ed.) içinde, *Encyclopedia of Media and Communication* (s. 688-692). Toronto: University of Toronto Press.

Santamaría Santiagosa, A. (2004). "¿Es Posible El Diálogo Entre La Mente y La Cultura? Hacia Una Sicología Cultural De La Mente". *Suma Sicológica*, 2(11), 247-266.

Shaw, Julia (2017). *Bellek Yanılgısı: Hatırlama, Unutma ve Sahte Anılar Üzerine Bir İnceleme*. (F. Sezer, Çev.) İstanbul: Say Yayınları. (Orijinal eser yayın tarihi: 2016).

Sosyal Ağ Haritası. (2022, Mayıs). Sosyal Ağ Kullanımı. <https://sosyalagharitasi.gov.tr/statistic/show/sosyal-ag-kullaniyor-musunuz-1806>. (Erişim Tarihi: 01.11.2022)

Şendeniz, Özlem (2015). "Bakmak, Biriktirmek, Paylaşmak: Fotoğraf, Bellek ve Sosyal Medya İlişkisi". *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5, 21-31.

TDK. (2020). Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr>. (Erişim Tarihi: 10.10.2022)

TDK. (2021). Güncel Türkçe Sözlük: <https://sozluk.gov.tr>. (Erişim Tarihi:15.10.2022)

Törenli, Nurcan (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Traverso, Enzo (2009). *Geçmiş Kullanma Kılavuzu: Tarih, Bellek, Politika*. (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Versus Kitap. (Orijinal eser yayın tarihi: 2005).

Türkiye Kültür Portalı. (2022). Portal hakkında. <https://www.kulturportali.gov.tr/icerik/portal-hakkinda>. (Erişim Tarihi: 20.10.2022)

Yerden, Nevin Karabıyık ve Mert Uydacı (2022). "Comparative Analysis Of Virtual Tour Applications In Museums In The Context Of Destination Marketing During The Covid 19 Pandemic Process". *Journal of Research in Business*, June 1(7), 229-248.

Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri* (6 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zdravkova, Evelina vd. (2021). "Social Networks And Media As Tools For Effective Training For The Formation Of Cultural Memory". *13th International Conference on Education and New Learning Technologies* (s. 3224-3228). Sofia: University of Library Studies and Information Technologies (ULSIT).