

Naci İspir

Mahremiyetin ihlalinden değil, aksine gönüllü bir ifşadan söz edilebilir.

RÖPORTAJ



**TRTakademi:** *Medya eliyle belirli ürünlerin seçimi bir yaşam tarzı haline getiriliyor. Birbirine benzeyen ürünleri tüketen ve bunun seçkin bir yaşam tarzı olduğunu düşünen insanlara dönüştüğümüzü düşünüyor musunuz?*

**Naci İspir:** Geleneksel sistemde yer alan ürünler modern sistem teknolojileriyle birlikte değişikliğe uğramıştır. Modern sistemde ürünlerin simgesel değerleri ortadan kalkarak bunun yerine gösterge değer diyebileceğimiz yeni bir değer biçimi ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim araçlarının- özelinde ürün seçimine kanalize eden reklamlar ve modanın- gösterimde tuttuğu ürünler; kişiselleştirme, soyutlama, psikolojik etki, güdüleme, farklılaşmaya itme, önemsiz olanı yaygın hale getirme, teknolojik düzen üretimi ve tüketim sistemine indirgeme, işlevsizleştirme, yan anlam kazandırma, sorun yaratma ve çözüm bulma, göstergeler ve ikincil işlevler özellikle reklamlar/moda sayesinde özerkleşmekte ve yapısal bir görünüme kavuşmaktadır. Medyanın sunduğu ürünler anımsatıcı imgeler ve söylevleriyle güçlü yan anlamlar kazanmakta ve sistemin istediği anlamların tüketiciye ulaşmasında aracı olmaktadır.

Ürün mantığı, anlam halinde bulunmaktan ziyade anlamlar oluşturma mantığına göre oluşturulur. Marka kavramı ve bağımlılığı bu anlamda, üretim ve tüketim arasındaki bir terim olmasının yanı sıra; markanın anlamı ne kadar erken sürede tüketildiği ve bir sonraki aşamada ne kadar fazla sayıda üretildiği ile anlam kazanmaktadır.

Elektronik iletişim ve enformasyon sistemlerindeki gelişmeler gündelik hayattaki işlevlerin manevi katmanlarını değersizleştirmiş, maddi katmanları ön plana çıkarmış, elektronik ağlar da markaları evrenselde ulaştırma da büyük bir güç sahibi olmuştur. Nesnelerin, göstergelerin ve markaların ardından koşmak, gerçek sorunların ve bu sorunların mantıksal ve sosyolojik çözümlenmelerinin önüne geçmiştir. Hayatımızın tamamına sirayet etmiş durumda bulunan teknoloji neticesinde ortaya çıkan nesnelerin tüketimi insanları rahatlatmakta ve zihinsel anlamda tatminler yaratmaktadır.

**TRTakademi:** *İnsanlar medya ve onun açık veya örtük reklamları yoluyla bir ürünü satın aldığı anda o ürün ile özdeşleştiğini düşündüğü bazı değerlere de sahip olduklarını veya o ürünün içerdği kimliği de satın aldıklarını düşünüyorlar. Medyanın sahip olduğu bu etkiyi nasıl değerlendirirsiniz?*

**Naci İspir:** Marx, ekonomi-politik eleştirisinde emek ürünü olan malın metaya dönüşmesini değer yasası ile açıklamaktadır. Buna göre meta, kullanım ve değişim olmak üzere iki tür değere sahiptir. Kullanım değeri, metanın meta olarak var

olmasından kaynaklanır. Değişim değeri ise metanın pazara girmesi ve el değiştirmeye başlamasıyla kazandığı değeri ifade eder. Yani malı metaya dönüştüren şey, sisteme entegre edilmiş olmasıdır. Kısaca kullanım değeri mal sahibine, değişim değeri ise ekonomik ve sosyal ilişki düzeyine işaret etmektedir.

Marx'a göre bir metanın değişim değerini belirleyen şey emektir. Emek ürünü olan metalar, üretim aşamasında harcanan emeğin büyüklüğüne göre birbiriyle kıyaslanabilir ve değiştirilebilir. Ancak değeri olan her şeyi meta olarak gören kapitalist sistemde metanın değişim değeri, emek ya da sermaye odaklı değil, yarattığı imaj odaklıdır. Pazar işleyişinde malın değerini mevcut talebin yoğunluğu belirlerken; kapitalist sistemde metanın değişim değerini medya aracılığıyla yaratılan ve dağıtılan imaj, özdeştirilen kimlik, üst sınıfa ait olma hissi belirlemektedir. Bir anlamda ürünler sosyal bir pasaport işlevi görmektedir. Medyanın meta üzerinden çizdiği imaj tüketici talebini artırmakta, modanın doğasına uygun olarak metanın farklılaşması da kısır bir döngü yaratmaktadır. Bu noktada medya kimlik satın alma, statü edinme, sınıf atlama gibi vaatlerin taşıyıcısı, yaygınlaştırıcısı, destekleyicisi olmaktadır. Kitle iletişim araçları, izleyicileri farkına varmadan yaşam biçimleriyle, davranış kalıplarıyla tüketim alanlarıyla donatmaktadır. "Ne tükettiğini söyle kim olduğunu söyleyeyim" sözü durumu özetler niteliktedir. Medyanın metaya yüklediği anlam, satın alınan ürünün salt bir mal değil, aynı zamanda imaj olduğunu empoze etmektedir.

**TRTakademi:** *Medyanın insanları kimliksizleştirdiği tartışılıyor. Bu dönem insanının en yaygın özelliği çözülmemiş bir kimlik sorunu ile yaşamasıdır deniliyor. Medya bu anlamdaki olumsuz etkisinden kurtarılabilir mi?*

**Naci İspir:** Kimliğimiz; kendimizi ve dış dünyayı algılama biçimimizi, fiziksel, mental, tinsel niteliklerimizi, deneyimlerimizi, değerlerimizi, ihtiyaçlarımızı, ilişki biçimlerimizi, kültürel kodlarımızı, kısaca bizi benzersiz bir birey yapan bu bütünlüğü ifade etmektedir. Dijital çağda teknolojinin en güçlü olduğu alan, çoğu zaman farkına bile varılmadan kimliği biçimlendirme yetisidir.

Medya, kimlik portreleri üreterek, kendinden türeyen öz-kimlik yerine bir yanıl-sama ortaya koymaktadır. Ya yarattığı prototipler üzerinden kimliği sistemle bütünleştirerek ya da bizatihi kimlik olgusunu metalaştırarak öz-farkındalığın azalmasına neden olmaktadır. Medya ve teknolojik uzantıları, bireyin kendini ifade etme biçimlerini standartlaştırarak hem nihai noktası tekdüzelik olan bir değişime neden olmakta, hem de deneyimlerimizi vitrine taşımaktadır. Kimliğin pratik yanını çevrimiçi olmaya hapseden bu durum, aidiyet duygusunu sanallaştırarak toplumsal kabul görmenin ölçütünü de görünlülükle eşdeğer kılmaktadır. Sanal

cemaatlerin sosyalleşme sürecinde neredeyse birincil konuma yükselmesi, kurgusal kimliklerin onaylanma veya tecrit edilme koşulları, öz-kimlik ile ideal kimlik arasındaki makası açmaktadır. Suskunluk sarmalıyla da ifade edebileceğimiz bu durum, öz-farkındalığın, fiziksel gerçeklikle ilişkili kimliğin, siber uzamda kurulu benliğe feda edilmesi olarak değerlendirilebilir.

Bu durumu medya teknolojiyle ortaya çıkan bir süreç olarak görmek yanlış olacaktır. Aslında modernleşme sürecinde yaşanan bireyselleşme paradoksunun kapitalist sistemle perçinlenmesidir. Bununla birlikte medya kurgusal kimliklerin yaratımını hem sağlamakta hem de meşrulaştırmaktadır. Dolayısıyla dijital ahlakın kurulmasında ve geliştirilmesinde en önemli aktör yine medya olmalıdır. Bir diğer mühim mesele de medya okur-yazarlığının geliştirilmesidir. Öz-farkındalığı artan ve öz-saygısını kazanan birey, kendini gerçekleştirme yolunda adım atacaktır.

**TRTakademi:** *“Kendi hayatımızı dijital bir kombinezon gibi üzerimize geçiriyoruz” diyor Baudrillard. En mahrem şeylerimize kadar her şeyin paylaşıldığı günleri yaşıyoruz. Dijital çağın toplumunda nasıl bir mahremiyet anlayışı olacak.*

**Naci İspir:** Mahremiyet, kavramsal olarak toplumun değer yargılarıyla tanımlanmaktadır. Toplumsal değerler farklılaştıkça mahremiyet anlayışı da değişmektedir. Ancak teknoloji ile birlikte değişen iletişim biçimi, sosyal yönelimlere çok hızlı etki etmiş, sosyal medya ağları hemen herkesin hayatının merkezine konulanmıştır. Var olma prensibi sosyal görünürlük olan bu paylaşım ağları, özel ve mahrem sorsunsalının yeniden ele alınmasını gerektirmektedir.

Baudrillard’ın “uygunsuz biraradalık” olarak ifade ettiği olayın ve olayın gerçek zamanlı yayınının fazlasıyla yakın oluşu, kendi deyişyle her yerde kitleleşme yaratmaktadır. Bu kitleleşme ve zaman-mekâna bağlı kalmaksızın gerçekleşen küresel etkileşim, mahrem ve özel olanın kamusal alanı işgaline dönüşmektedir.

Tüketici, vatandaş, seçmen, v.b. olarak bireyin bütün yapıp-etmelerinin pazar açısından bir değer ifade ettiği bu çağda, verilerin ister gönüllü ister gönülsüz olsun depolandığını, işlendiğini ve veriye dönüştürüldüğünü akılda tutarak, mahremiyet sorsunsalında öncelikle paylaşmanın, ifşa etmenin hangi ihtiyacı karşıladığına bakmak isabetli olacaktır. Özeli kamuya açmanın bir boyutu, olmak istenen veya olduğuna inanılan kimlik ile sanal görünürlük kazanmanın gerçek bir mutluluk yaratması, sanal ortamda etkin olmanın toplum tarafından kabul görme ile eşdeğer tutulması; diğer bir boyutu da içeriğin bedensel bir kimliğe değil bir ağ’a, bir hesaba, yani dijital bir kimliğe ait olmasıdır. Teknoloji bir yandan mükemmelleştikçe ve hâkimiyet alanı genişledikçe sanal olan her şey daha fazla gerçeklik

kazanmakta, öte yandan bireye toplumsal normlardan ve yaptırımlardan sıyrılarak –hem gözetleme hem de gözetlenme noktasında- sınırsız özgürlüğün kapısını aralamaktadır. Her iki durumda da mahremiyetin ihlalinin değil, aksine gönüllü bir ifşadan söz edilebilir.

İnsanlık dijitalleşmeye öylesine kısa zamanda adapte oldu ki yeni iletişim teknolojileri, yeni cihazlar, yeni ekranlar, yeni ağlar ve yeni enformasyonlar insanlarda yabancılaşma oluşturmuyor. Yabancılaşmanın olmadığı bir dünyada ise mahremiyet gerçek değerini kaybetmeye mahkûmdur. Dolayısıyla her şeyin görünür olması makul değildir ve aleniliğin sınırları teknolojinin insafına bırakılmayacak kadar mühim bir meseledir.

**TRTakademi:** *Bugün herkes kendi ekranına sahip birer yayıncı haline geldi ya da gelmek üzere. Hepimiz bu endüstride birer oyuncuyuz artık ve artık seyirci kalmadı. Yine Baudrillard bu durumu “estetik yanılışmanın sonu” olarak adlandırıyor. Dijital çağda sanat ve estetik üzerine görüşleriniz nelerdir.*

**Naci İspir:** Temelde güzelin ne olduğuna eğilen estetik, estetik özne ve estetik nesne ile ilişkilidir. Estetik özne herhangi bir estetik nesne karşısında haz duyan varlıktır. Estetik nesne ise haz duyan varlığın estetik tavrına konu olan her şeydir. Şayet estetik nesne insani bir etkinliğin sonucu ise, sanatkâr tarafından ortaya konulmuş bir sanat eseridir. Dijital çağda estetik olgusunu hem sanat yapıtının değişen doğası üzerinden, hem de sanata yönelim açısından ele almak gerekir.

İletişim teknolojileri ile üretilen hiper-gerçekliğin ortaya çıkardığı trans-estetik, estetik özne ile estetik nesne arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmıştır. Dolayısıyla Baudrillard’a göre herkesin oyuncu olduğu, üre-tüketici dijital insan çağında estetik tavırdan söz etmek imkânsızlaşır. Nitekim sanatta ortaya çıkan akımların birbirlerine karşıt ya da eleştirel değil, yan yana durabilmeleri, bütün akımların tikelliklerini kaybetmelerine yol açarak, sanatı bayağılaştırmaktadır.

Güzelin metalaşması sanat eserini sistemde dolaşıma sokarak ticari bir nesneye dönüştürmektedir. Sanat yapıtının doğasının dijitalleşmesi, üretiminde dijital teknolojilerin kullanılması ve yeniden üretim ile tekillikini kaybetmesi, sanatı yaratımsallıktan temsillığe taşımıştır. Dolayısıyla estetik nesne, yeniden ve yeniden üretilerek, Baudrillard’ın deyimıyla ölümcül değil, fraktal bir dağılıma ile yok olmaktadır. Hipergörünürlüğün, sanallığın ve teknolojinin egemenliğinde yanılışma gücünü kaybeden sanat gerçek anlamda bir forma sahip olamamaktadır. Bu anlamıyla sanatın, teknoloji, dijital işlemler, reklam ve medya ile herhangi bir farkı kalmadığı söylenebilir. Sanat eseri, gösterge değeriyle yeni bir işlevsel anlam kazanarak diğer birçok şey gibi fayda alanına geçiş yapmıştır.

**TRTakademi:** *İnsanlar artık iletişim için aynı mekanı paylaşmıyorlar. Kitleler dijital medyada bir araya geliyor ve yeni bir yaşam kültürü oluşturuyorlar. Bu bir yerde uzamın, iletişim aracının (medium) bizatihi kendisine dönüşmesi demek aslında. Bu mekansızlık hali ve buradan sökün eden toplum ile ilgili neler söylersiniz.*

**Naci İspir:** İnsanlar kendi fiziksel mekânlarında oldukça fazla enformasyon ve ekranla kuşatılmış durumdadır. Bu kuşatma, bedenın yer değıştirmeyerek zihinsel imgelem yoluyla uzam farklılığına imkân tanımaktadır. Artık konuşma, anlaşma ve iletişim kurma oyunlarıla karşı karşıya bulunmaktayız. İletişim mizansenlerinin en kibar mekanizmaları kullanılarak oyunlar oynanmaya devam ediliyor. İletişime kıymet katan mekânlar yerlerini ağılara bırakmışlardır ki bu, bilgi alış-verişinin iki terminal arasındaki sinyallere sıkışması demektir.

Yenidünya düzeninde güvensizlik ve güvensizliğe bağılı ötekileştirme mantığında insan ruhunun ve bedeninin fiziksel mekânlardan hoşlanmadığını söyleyebiliriz. İnsanlar makine dilleriyle kodlanmış olan sanal mekânlarda dijital dönüşüme uğramış kimlikleriyle, arayüz mantığıyla oluşturulmuş etkileşim alanlarında fiziksel mekânlardan bağımsız halde bütünsel gerçekliğin egemen olduğı bir dünyada yaşıyor. İnsan faaliyetleri sanal alanda yoğunlaştığından ötürü mimari mekân ilişkisi de anlamını kaybetmiştir.

**TRTakademi:** *Burada bir de süje (özne) sorunu ortaya çıkıyor? Uzam iletişim aracının bizatihi kendisi olurken bizler de bu iletişim aracının bir uzantısı yani onun dış plazması haline geldik. Elimizde “akıllı cihazlarımız” birer panoptik haline geldik. Medyanın dönüşen bu yeni hali bizi kültür üreten varlıklar olmaktan çıkarak edilgen makine parçaları haline getirdi görüşüne katılıyor musunuz?*

**Naci İspir:** Soruda bahsettiğiniz şey Yörüngesel Çağ’a işaret ediyor. Yörüngesel çağ mantığını McLuhan’ın “teknoloji insanın bir uzantısıdır” söylemine uyarlayabilmemiz mümkündür. Buna göre bireyin kendi işlevlerinin ve icat ettiğı teknolojilerin uzantısında eşmerkezli yörüngeden uzaklaşarak dış merkezli yörüngeye doğru bir gidişat yaşanmaktadır.

Sanal teknolojilerin mükemmelleşmesi sonucunda insanlık, makine üretmek üzere icat edilen makinelerle öylesine haşır neşir olmuş durumdadır ki artık makine ve insan arasındaki ayrımı yapabilmek güçtür. Hatta dataizmin iddiasına göre, daha karmaşık algoritmaları hesaplama gücüne sahip olan veri işleme teknolojileri, algoritmalarından ibaret olan insandan daha üstündür. Bu, sanalın insanları düşündüğü ve yönlendirdiğı anlamına gelir. Yapay zekâ konusunda hangi boyutlara ulaşılacağı şimdilik muamma olsa da gerçektir ki insanlar makinelerin sahip

oldukları uzamın uzantısı haline dönüşerek makinenin sanal gerçekliği haline gelmiştir. Bundan böyle bütün iletişim biçimlerinin yerini alacak makinesel iletişimin nasıl bir iletişim ortamı oluşturacağı merak konusudur.

Bütünsel gerçeklik çağında distopyalarda görmüş olduğumuz gözetleme pratiklerini yeniden ele almamız gerekiyor. Çünkü panoptikon, büyük birader, düşünpol gibi metaforların çok daha gelişmiş biçimlerinin olduğu dönemleri yaşamaktayız. Kaldı ki gözetim, mevcut panoptik düzenin bütün fraktal biçimlerinde kendini gösteriyor. Sistem, mobese, graffitizm(resimlerle şekil işlenerek kameraların gizlenmesi) ve morphing (gözetim toplumunda birini başka birine benzetme çabası) benzeri yöntemlerle gözetlemeyi en ince ayrıntılarına kadar yapabiliyor.

Ancak tüm bunlara rağmen, üreten bireyler olduğumuz gerçeği göz ardı edilmemelidir. Kültür temelde insanla ilişkili bir olgudur ve yaşama evreninin biraradalığı paylaşıldıkça insan değer üretmeye devam edecektir.

**TRTakademi:** *Mc Luhan'ın "Günümüzde iletişim aracı mesajı yutmuştur." diye bir sözü var. Buradan yola çıkarak bu yeni haliyle medya (dijital medya) kültürümüzü yutmaktadır diyebilir miyiz?*

**Naci İspir:** McLuhan'ın "araç mesajdır" mottosu, ilişki biçimlerinin araç yani ortam tarafından kontrol edildiğini ifade eder. McLuhan açısından aracın doğrudan mesaj halini almasında ideolojik bir arka plan bulunmamasına rağmen, araçların bütün mesajları yutup nötralize ettiği ve anlamı uyuttuğu bir durumu ifade etmektedir. Örneğin Enzensberger bu söylemi burjuva önerisi olarak görmektedir. Ortam, doğrudan söylemin yerini almıştır. Baudrillard ise bu söylemi mesaj ve televizyonun/aracın yok olmasıyla iletişimsizliğin ortaya çıkması yönüyle değerlendirmiştir. Anlam konusunda istenilen şekilde kodlanan mesajlar çeşitli seçme ve ayıklamalara müteakip, içerikleri araç tarafından son halini aldıktan sonra kitlelere sunulmakta, kitleler ise hiçbir seçim ve ayırım yapmadıkları gibi aracın büyüleyici gücünü tercih ederek mesajın anlam boyutunu umursamamaktadır. Bu bağlamda büyülenmenin anlamamayla doğru orantısı bulunmaktadır. Yani evet; "kıyıya vurmadıkları sürece balıklar suyun farkında değillerdir."

Yazıdan internete bütün iletişim teknolojilerinin kültür üzerinde önemli bir etkisi vardır. McLuhan'ın insanın uzantısı olarak gördüğü teknolojik ortamın en önemli yanı sanırım bellek alanını daraltmasıdır. Platon'un zihni zayıflattığı gerekçesiyle yazıya yönelttiği eleştiriyi, günümüzde internet için yapabiliriz. İnternet kültürünün çevrimdışı kültüre olan etkisinin, yazının icadından daha büyük ve daha hızlı bir etkiye sahip olduğunu savunanlar yok değil. İnternette dolaşıma giren her şey

sonsuz kadar saklanabilme potansiyeline sahip olsa da, enformasyon akışındaki hız ve yoğunluk bunları anlık iz bırakan verilere dönüştürmektedir. Dahası karakter sınırlaması, emojilerin beyanların yerini alması gibi internet ruhunun yansımaları, hem duygusal hem de uzun süreli bellek üzerinde ciddi olumsuz etkileri vardır. Netice de kültürel çalışmalar, medya çalışmalarıyla paralel gitmek durumundadır, çünkü yaşanan kültürel değişimde baş aktör medyadır.

**TRTakademi:** *Dijital makinaların ürettiği şey “kültür” müdür yoksa bir algoritma, bir mekanizma ya da makine midir?*

**Naci İspir:** Baudrillard’ın bakış açısında makineler sadece makine üretebilen araçlardır. Dolayısıyla bilgisayarlarda üretilen metinler, görüntüler, programlar, imgeler, sesler ve benzeri her şey makinesel üretimin bir nihayeti olarak makinesel üretimin özelliklerini taşımaktadır. Bu makinelerde üretilen her şey nihai sonuçlanma mantığından uzakta sanalın yapay boşluğunda istenildiğinde birbirinden ayrılmakta, efektlerle süslenmekte, dışarıdan eklenilen şeylerle istenilen şekle dönüştürülmekte, montajlanmakta, bunların sanal gerçeklikleriyle oynanmakta, hataları varsa düzeltilmekte, metinlere istenilen özellikler kazandırılmaktadır. Nihayetinde bilgisayar kullanıcısı bu yönüyle sınırsız alternatifler sunabilen cihazlara hayran kalmaktadır. Teknolojinin bazı kültürel değerleri kıymetsizleştirdiği doğrudur, ancak kültür yerine algoritma terimi kullanmak isabetli değildir.

Veri üretiminin ve dolaşımın kutsandığı bu dönemde mevcut dünya düzeninde ekonomik alt yapı ve düşünsel üst yapının tamamını içermeyen ve adına dijital kültür diyebileceğimiz yeni bir yaşam tarzıyla karşı karşıyayız. Ağ ortamında doğup, büyüyen neslin –Pensky’nin ifadesiyle dijital yerlilerin- yeni medya ve yeni iletişim teknolojileriyle haşır neşir olması kültürel anlamda değer oluşturacak yeni bir dünya düzeni, denilebilirse dijital kültürü meydana getirmiştir. Varlık olarak insanla ilişkili kültür olgusu, dijital olsun veya olmasın insani bir kavramdır. Değer üreten insanı, algoritmaya indirgemek haksızlık olacaktır.

**TRTakademi:** *Farklılıklarımız en az benzerliklerimiz kadar bizim kültürel yapı taşımızdır. Medya ve pop kültür bizim farklılıklarımızı yok ederek bizi tektipleştiriyor deniliyor. Buna katılıyor musunuz?*

**Naci İspir:** Bu hususta iki farklı durum söz konusudur. Bir yandan moda ile, sosyal medya ile, magazin kültürü ile benzeşirken, öte yandan değer farklılıklarıyla beslenen ötekileştirmenin güçlü olduğu bir dönemi yaşıyoruz. Kültür, dinamiklerine bağlı olarak zaman içinde hızlı veya yavaş değişebilen bir olgudur.



Dünya küresel bir köy haline geldikçe modernlik ve bu idealin herkese ulaşması işlevini üstlenen kitle iletişim araçları geleneksel kültürlerinin sabitliğini bozmakta ve değişime uğratmaktadır. Sistemi yöneten anlayış kendi dünya ideali çerçevesinde oluşturduğu kültürü iletişim araçları marifetiyle dünyanın tamamına ulaştırmaya çalışmaktadır. Böylesi bir hedefin tamamıyla gerçekleştiğini söyleyemesek de bugün dijital kültür dediğimiz şeyin nevi şahsına münhasır kültür özelliklerini tahrip ederek standart değerler yarattığını görebiliyoruz. Ancak bunun ziyadesiyle tüketim etrafında şekillendiği bir gerçektir. Nitekim bu benzeşmenin ötekine karşı tahammül seviyesini yükseltmesi gerekirken, kültürlerin aynılık üzerinden belki de hiç olmadığı kadar kutuplaştığını görmekteyiz. Sınırlar silikleştikçe, pratikler benzeştikçe, ötekinin ötekiliği daha da belirgin hale gelmektedir.

**TRTakademi:** *Savaşlar, ölümler, felaketler kısacası trajediler toplumlar için en az başarılar, zaferler kadar önemli imgelemlerdir. Medya bütün bunları sıradanlaştırarak bu imgelemlerin kaybolmasına sıradanlaşmasına neden oluyor eleştirisi yapılıyor. Savaşı, esareti, felaketi, göçü ve bunların acısını sıradanlaştıran bir medya ile ortak bir vicdan geliştiren ve kültür üreten insanlığın sonu görüşüne katılıyor musunuz?*

**Naci İspir:** Küreselleşen teknolojik dünyada hem habercinin hem de izleyicinin savaşı, ölümü deneyimleme biçimi değişmiştir. Ölüm, medyada basitleştirme veya abartma arasında iki uca da dokunan bir temsil ile normalleştirilmektedir. Meslek ilkeleriyle veya cezai yaptırımlarla ölümün medyada sunulmuş biçimi denetlense de, ölümün temsili değişmemekte, sadece kayma yaşanmaktadır. Yeni medya, ölümü değil, bir gün herkesin karşılaşılabileceği muhtemel ölüm türlerini tasvir eder. Yeni hikâye anlatıcıları, trajedileri hikayeleştirerek anlam zemininden koparmaktadır. Dolayısıyla savaşta, saldırıda, felaketlerde v.b. hayatını kaybeden yüzlerce insan sadece bir sayı, bir orandan öteye geçemez. Karşı durduğumuz sistemi öldürebilmek için yapmamız gereken en önemli şey olayları olduğu anda anlamsal düzleme oturtmamızdır. Bu konuda akıl ve vicdan birlikteliğinin, acıyı kanıksamaktan daha güçlü olduğu konusunda umutluym.

**TRTakademi:** *Medyanın ürettiği içerik bizi dünyadan haberdar ediyor ancak bu dünya bizim yaşadığımızı sandığımız dünya değil haberdar olduğumuz dünyadır deniliyor. Gerçek dünyadan bi haber insanların kültürel üretimlerinin zenginleşmesinden bahsedebilir mi?*

**Naci İspir:** Kültür, anlamların üretildiği, müzakere edildiği, değiştiği dinamik bir süreçtir. Ancak bu dinamizmi kültürden dijital kültüre giden bir süreç olarak gör-

memek gerekir. Zira dijital kültür kavramı, kültür olgusunun yerine ikame edilemez. Dijitalleşmenin yeni bir toplumsal temas yaratmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumun miras değerlerini dijitalleştirerek, simülasyonlar üreterek farklı bir deneyim de geliştirdiği doğrudur. Fakat kültür üretiminde fiziksel temas ile dijital temas arasında tam bir karşıtlık oluşturarak bunları iki uca yerleştirmek yerine muhtemel etkileşim biçimlerini ele almak daha isabetli olacaktır. Bourdieu'nun deyimiyle "kültürel üretim alanı" yazarlar ve sanatçılarla sınırlı değildir, yayıncılar, eleştirmenler, akademi v.b. de bu alana dâhildir. Dolayısıyla kültürel üretim tüm sosyal alanlarla ilişkilidir. Bu alanlar güç ilişkileri ile yapılandırılmıştır. Medya da ürettiği simülasyonlarla muazzam bir güç alanına sahiptir. Ancak kültürün üretim alanını bununla sınırlamamak gerekir. Daha önce de belirttiğim gibi insan karmaşık bir algoritma değil, değer üreten bir varlıktır.

**TRTakademi:** *Bir de Medyaya bizim dışımızda bir gerçeklik bahşediyoruz. Medya kendi kendine varolmuş felsefi manada bir "kendinde şey" olarak görüyoruz. Herhangi bir olumsuzlukta medyayı şeytanlaştırıyoruz. Medya ve kültür konusunda da bu böyle. Tek suçlu medya mı? Bizim hiçbir suçumuz yok mu?*

**Naci İspir:** Medyaya gerçeklik bahşetme gibi bir söylemi kabul edilebilir görmüyorum. Çünkü bizim gerçeklik dediğimiz şey önce sistem tarafından hipergerçekliğe daha sonra da bütünsel gerçekliğe dönüştürülmüştür. Bir zamanlar yanılısama-yı barındıran gerçekliğin mevcut olduğu dünya fikri kabul edilebilir. Fakat kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmış olduğu dönem hipergerçek bir döneme, sanal ve ağ teknolojilerinin olduğu dönem bütünsel gerçeklik dönemine denk düşüyor. Medyaya gerçeklik etiketinin yapılandırılmasında veya şeytansı nitelik kazandırılmasında medyanın arka planındaki dizgeyi görmeme sorunu yatıyor. Mevcut sistem gerçeklik, kültür, iletişim, politika v.b. şeyleri kendi himayesine almış durumda. Dolayısıyla insanlar sistemin oluşturmuş olduğu gerçeklikler dünyasında yaşıyor.

Sistem mevcut aklın bütün paradigmasını kendi yönetimine almış durumda. Sistemi (sisteme hizmet eden medyayı) eleştirmek veya suçlamak sistem tarafından kolaylıkla bertaraf edilebiliyor. Medyayı eleştirmek veya suçlamak sistemin kolaylıkla bertaraf edilebilmektedir. Dolayısıyla medyayı kişiselleştiren bir bakış açısından uzaklaşıp medyanın arka planındaki ideolojik tarafı görmeliyiz.