

YENİ MEDYA MECRALARI'NIN MARSHALL MCLUHAN'NIN TETRAD YAKLAŞIMI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Seyhan TOPÇU¹

ÖZET

İletişim Bilimlerinin kuramsal izahatı içinde yerini almış olan teknolojik determinizm, temel paradigmaları ile toplumsal incelemelere ve açıklamalara ön ayak olmuştur. Her yeni teknolojik gelişme ile iletişim, kitlesel hale gelerek etkisini arttırmış, özellikle internet ile hayatımıza giren yeni medya mecraları ile bu gelişmeler çok daha takip edilir ve bilinir hale gelmiştir. İnternet teknolojisi temel alınarak dizayn edilen ve başlıca etkileşimlilik niteliğine sahip bu mecraların toplumsal alanda ciddi seviyede kabul gördüğü gözlenmektedir. Öyle ki yeterli teknolojik okuryazarlığı bulunmayan ya da bu mecraları kullanmayı tercih etmeyen kişileri sistem, kendi içinde atıllaştırmakta ve görünmez kılmaktadır. Bu durum internet teknolojisi temelli bu mecralar üzerinde kullanım pratikleri ve etkileri üzerine bir fayda-zarar analizi yapılmasına kapı aralamıştır. Tam da bu noktada teknoloji determinizminin dünyadaki en önemli temsilcilerinden biri olan Marshall McLuhan'ın geliştirdiği "Tetrad" yaklaşımı akla gelmektedir. Bu çalışmada McLuhan'ın geliştirmiş olduğu "Tetrad" yaklaşımı bünyesindeki sorulardan hareketle Yeni Medya mecralarına "neyi genişlettiği, neyi yerinden ettiği, neyi telafi ettiği ve neyi geri getirdiği" sorularının sorulması suretiyle bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Etkileşimlilik niteliği yanı sıra görsel ve işitsel fonksiyonlarının, veri/bilgi miktarının, kullanım özelliklerinin ve sahiplik yapılarının genişlediği gözlenen bu mecraların, kullanım standartlarının büyük oranda internet teknolojisine bağlandığı tespit edilmiş ve toplumsal değişim ve yaşam pratiklerine etkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Yeni Medya, İnternet Teknolojisi, Dijitalleşme, Teknolojik Determinizm, Tetrad

EVALUATION OF NEW MEDIA CHANNELS THROUGH MARSHALL MCLUHAN'S TETRAD APPROACH

ABSTRACT

Technological determinism, which has taken its place in the theoretical explanations of Communication Sciences, has initiated social studies and explanations with its basic paradigms. With each new technological development, communication has become mass and increased its impact, and these developments have become much more followed and known, especially with the new media channels that have entered our lives with the internet. It is observed that these channels, which are designed based on internet technology and feature primarily interactivity, are widely accepted in the social arena. So much so that the system renders people who do not have sufficient technological literacy or who do not prefer to use these channels inactive and invisible. This situation has opened the door to a cost-benefit analysis on the usage practices and effects of this internet technology-based media. At this point, the "Tetrad" approach developed by Marshall McLuhan, one of the most important representatives of technology determinism in the world, comes to mind. In this study, based on the questions within the "Tetrad" approach developed by McLuhan, an analysis was carried out by asking the questions, "what it expands, what it displaces, what it compensates for and

¹Doktora Öğrencisi, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul, 191153101@st.maltepe.edu.tr, ORCID:0000-0003-4624-3721

what it brings back" to New Media channels. It has been determined that the usage standards of these channels, whose visual and audio functions, data/information quantity, usage features and ownership structures have expanded, as well as their interactivity, are largely connected to internet technology, and their impact on social change and life practices has been tried to be explained.

Keywords: New Media, Internet Technology, Digitalization, Technological Determinism, Tetrad

GİRİŞ

Günümüzde insana dair tüm yaşam alanlarında teknolojinin varlığından söz edilmekte ve teknoloji, yaşam ve iletişim standartlarımızı belirleyen önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. İletişim araştırmaları ve devamında geliştirilen kuramlar üzerinde de iletişim teknolojilerinin aldığı seviyenin önemli bir yeri bulunmaktadır. Son yılların önemli teknolojik gelişmelerinden olan internet, iletişim teknolojilerinin çeşitlenmesine neden olurken teknolojinin determinizmi (belirleyiciliği) konusuna da ivme kazandırmıştır. İnternet aracılığı ile hayatımıza giren iletişim araçları geleneksel medya standartlarını değiştirmiş terimsel anlamda da "yeni" ön eki ile açıklanır olmuştur. Yeni medya mecraları sahip olduğu etkileşimlilik nitelikleri ile geleneksel medya işleyişinde, belli bir kaynaktan alıcıya tek yönlü gönderim şeklinde devam eden iletişim tarzını değiştirmiştir. İnsanların kendi bilgi algı ve yorumları ile aktif olarak katılabildikleri bu mecralar ciddi seviyede kabul görmüş ve kullanılır olmuştur. Farklı mesleki donanım ve demografik özelliklere sahip kişiler bu mecraların kullanım düzeyini doğrudan etkilemiş ve yeni bir iletişim ritüeli oluşmasına da zemin hazırlamıştır. İnsanlar sahip oldukları birikim ve yeteneklerine ek olarak, yeni medya araçları ile yaşama özelliği geliştirmiş hatta bu modern hayatın gereği olarak algılanmaya başlamıştır. McLuhan bu durumu "teknoloji çok hızlı ilerlemektedir ve ortaya çıkan her yeni kitle iletişim aracı, toplumları farklı yönleriyle etkileri altına alarak yeni kültürel değerler içinde bulunmasını ve insanların yeniden şekillenmesini sağlamaktadır" (McLuhan,1964, s.32) şeklinde açıklamıştır. Bu şekillenme hem fikri alanda hem pratikte değişikliklere neden olurken insanın doğal rutinlerini de alaşağı ederek adeta bağımlılık seviyesine ulaşmıştır. McLuhan günümüzde yeni medya mecraları ile bütünleşen hayat tarzını adeta öngörerek, "Benliğimizi tümüyle medya teslim aldı. Kitle iletişim araçları kişisel hayatımızı, siyasal, ekonomik, estetik, psikolojik, ahlaki ve etik hayatımızı öylesine yaygın bir biçimde etkilemektedir ki ilişmedikleri, dokunmadıkları, değiştirmedikleri hiçbir yanımız kalmadı. Yaradığımız medya şimdi" (McLuhan,2019, s.26) şeklinde özetlemiştir. Toplumsal hayatın dinamiklerini, tercihlerini ve yaşam pratiklerini önemli seviyede etkilediği gözlenen bu mecralar, medyadaki geleneksel yöntemleri değiştirdiği gibi kültürel manada da geleneksel anlayışın değişmesine ve kendine has bir kültürün yayılmasına ortam hazırlamıştır. Teknolojik gelişmelerin iletişim araçlarına ne yönde katkı verdiği ve toplumsal etkileri, farklı alanlardaki araştırmacılar tarafından çeşitli yönleri ile ele alınırken tam bir mutabakat alanı bulunamamış, ancak özellikle determinizm yönü dikkat çekici seviyede açıklamalara konu olmuştur.

1-TEKNOLOJİNİN DETERMİNİZM BOYUTU

Teknoloji, bilimsel bilginin bir formu olarak üretme, üretileni kullanma, geliştirme ve yayma becerisi olarak açıklanmaktadır (Lall,1987, s.2). Teknolojinin determinizmi söz konusu olduğunda ise determinizm doğa bilimlerinde, evrende gerçekleşen tüm olayların bir nedensellik bağlantısıyla bağlı olduğunu savunan görüştür. Teknolojik determinizm yaklaşımında teknoloji, tarihteki "temel hareket ettirici" olarak görülür. İlk kez Amerikalı toplumbilimci ve iktisatçı Thorstein Veblen tarafından kullanılmıştır (Yüksel,2013, s.108). Veblen, toplumun kültürel değerlerinin ve sosyal yapısının gelişmesinin, sahip olduğu teknoloji

tarafından yönlendirildiğini ifade etmiştir. Ona göre bir bütün olarak teknolojik gelişmeler, değişimi ve tarihi etkileyen kilit bir unsur hâline gelmiştir (Kızıloğlu,2019, s.111). Teknolojinin belirleyiciliği (determinizmi) alanında dünyanın en önde gelen temsilcilerinden biri Marshall McLuhan'dır. Kanadalı bir iletişim kuramcısı ve eğitimci olan Marshall McLuhan çalışmalarında Toronto Üniversitesi'nde meslektaşı olan Harold Innis'i referans almıştır. Bir iktisatçı ve aynı zamanda tarihçi olan Harold Innis, teknolojinin insan hayatında ekonomik ve kültürel anlamda en önemli belirleyici olduğuna inanır (Innis,1950, s.9). Yenilenecek ve gelişerek etkileri ve işlevleri artan teknoloji eski teknolojilerin etkisini ortadan kaldırır. Yeni teknolojilerle uyumlanan toplumlar, yeni düşünce ve yaşam biçimleri geliştirir ve sonuç olarak toplumsal örgütlenme biçimlerini değiştirir. Yeni iletişim araçlarının artan aracılığı, yeni algılar ve örgütlenmeler doğurarak toplumsal değişikliklere neden olur. Bu değişimin kendini gösterdiği mecralardan biri de medyadır.

İnnis, iletişim teknolojilerini ya da medyaları açıklarken zaman yanlı ve mekân yanlı ayrımı yapar (Innis,1950, s.3). Zaman yanlı olarak açıkladığı medyalar, zamana yayılan uzun süreli etkiye sahip nesilden nesile aktarılabilen yazılı ve sözlü medyalardır. Mekân yanlı olarak açıkladığı medyalar ise modern elektronik koşullarda ciddi büyüklükte kitlelere ulaşan ancak çabuk tüketilen ve unutulmuş, etkileri çabuk sönen medyalardır. Innis'e göre çamur, parşömen, taş gibi zamana direnen, çabuk kaybolmayan, barındırdığı şekli ve yazılı içeriği uzun süre muhafaza edebilen araçlar zaman yanlı, kâğıt, papirüs gibi hafif, kolay imha edilebilen, tahrip olabildiği içerik de tahribata uğrayan ya da kendisiyle yok olan araçlar mekân yanlıdır. Zaman yanlı medya uzun süre muhafaza edilebilen kitlesel bir algıyı ve duyguyu barındırır. Mekân yanlı medyalar ise dönemsel etkilere sahip olup daha çok ticari beklentileri ve çıkarları önceleyen medyalardır.

Çalışmalarında sıkça Innis'e atıf yapan Marshall McLuhan ise, iletişim ortamının teorisi ve bunların insan bilinci üzerindeki etkileri üzerine çalışmıştır. 1962 yılında yayınladığı "Gutenberg Galaxy – Gutenberg Galaksisi" eserinde, matbaa ve baskı teknolojisi ile ortaya çıkan kültürel dönüşümleri incelemiştir (Altun, 2006, s.15-16). Matbaanın icadının Batı Avrupa kültürünü şekillendirdiğini öne sürmüştür. McLuhan'a göre basılı materyallerin seri üretimi, elle yazılmış mesajların izin verdiğinden daha hızlı ve daha geniş bilgi yayılmasına izin vererek, toplumda milliyetçiliği teşvik etmiştir (Kızıloğlu,2019, s.118). McLuhan ayrıca iletişim araçlarının etkisinin insan duyuları üzerinde yaptığı etkiyi "*Bir kültürün içinden ya da dışından bir teknoloji başlatılır ve bu teknoloji duyularımızdan birine veya diğerine yeni bir vurgu veya üstünlük verirse, bütün duyularımız arasındaki oran değişir*" (McLuhan, 2014,s.41-42) şeklinde açıklar. Yani teknoloji duyularımızdan birini genişlettiği zaman, yeni teknolojinin içselleştirilmesi ile aynı hızda, yeni bir kültür aktarımı ortaya çıkar. Çünkü göz ya da kulağın teknolojik genişlemesinin hemen ortaya çıkardığı yeni duyuşsal oranlar, insanlara, hep birlikte bütün duyular arasında çok şiddetli yeni bir "bütünleşme" ya da yeni bir etkileşim kalıbını akla getiren şaşırtıcı, yepyeni bir dünya sunar (McLuhan,2014,s.41).1964 yılında yayınladığı "Understanding Media – Medyayı Anlamak" isimli kitabında ise McLuhan, telgraf, radyo, televizyon, filmler, telefonlar, bilgisayarlar gibi elektronik iletişim biçimlerinin 20. yüzyılda medeniyeti yeniden şekillendirdiğini savunur (Kızıloğlu,2019,s.118). Marshall McLuhan, toplumların şekillenmesine etki eden teknolojik gelişmelerin boyutlarını açıklarken, kendine özgü bir çağ anlayışına işaret eder ve insanlık tarihini önemli teknolojik gelişmelerle paralel olarak dört döneme ayırır. *Kabile Çağı*: İnsanların iletişim için konuşmayı tercih ettiği sözlü kültürün hâkim olduğu bir dönemdir. Duyu olarak duyma ön plandadır. *Edebiyat Çağı*: Alfabenin keşfedilmesi ile başlamış ve toplumlarda ciddi değişim yaşanmıştır. Görsel nitelik ön plana çıkmıştır. *Basım Çağı*: Matbaanın keşfi ile başlamıştır. Bireysellik ve görme duyusu ön plandadır. *Elektronik Çağ*: Telgrafın icat edilmesiyle başlamıştır. İletişim olanaklarının artması ile bilinç düzeyinin genişlediği bir dönemdir. Günümüze kadar gelmektedir. McLuhan, tüm bu tespitleri yaparken

farklı teknolojik gelişmelerin aracılığında yaşanan etkileri açıklamış ve bu etkilerin yaşanmasında temel unsurun “araç” olduğunu belirtmiştir.

2- MARSHALL MCLUHAN'A GÖRE ARAÇ NEDİR?

2.1- Araç İletidir; McLuhan, her kültür çağında bilginin kaydedilip aktarıldığı “medium”un (ortam, araç) o kültürün karakterinin belirlenmesinde kesin bir rol oynadığını öne sürmüş ve bu görüşünü “araç iletidir (medium is the message)” deyişle özetlemiştir (Kızıloğlu, 2019:119). McLuhan'a göre sözcüğün yazıldığı şeyler sözcüklerden daha önemlidir. Araçlar içeriği ne olursa olsun, doğalarında var olan özellikleri nedeniyle etkilere sahiptir, içerik önemsizdir. Örneğin elektrik ışığının beyin cerrahisinde ya da gece oynanan bir beyzbol maçını aydınlatmak için kullanılmasının hiçbir önemi yoktur. Bu işler elektrik ışığı olmaksızın gerçekleşemeyeceği için bir bakıma onun içeriğidir (Yüksel, 2013, s.110).

2.2- Araç İnsanın Uzantısıdır; Her bir teknolojik gelişme insan bedeninde bir uzva karşılık gelir ve o uzvun yetilerini genişletir. McLuhan bu genişlemeyi uzantı olarak kavramsallaştırmıştır. Kürek el ya da ayaklarımızın, mikroskop gözün bir uzantısıdır. McLuhan, Telefonun sesimizin uzantısı olduğunu, televizyonun gözlerimiz ve kulaklarımızın uzantısı olduğunu, ayrıca bilgisayarın beynimizi, elektronik medyanın ise merkezi sinir sistemimizi genişlettiğini söylemektedir (Kızıloğlu,2019, s.119). Teknoloji ile kazanılan her bir uzantı bir öncekinin etkisini ve işlevini ortadan kaldırır. McLuhan bu durumu “ampütasyon” (bir organı kesme) kavramı ile açıklamıştır. İnsanoğlunun her uzantısı; özellikle teknolojik uzantıları, diğer uzantılarda bir ampütasyon (kesip atma)ya da değiştirme etkisine sahiptir (Yüksel,2013, s.110).

2.3- Araç Sıcak Ya Da Soğuktur; McLuhan, araçları sıcak ve soğuk olmak üzere ikiye ayırmıştır. Aracın sıcak ya da soğuk oluşu insan duyularında yaptığı etki, hangi duylara hitap ettiği, verdiği bilginin azlığı ya da çokluğu ile ilgili yapılan ayrımlardır. McLuhan'nın sıcak ve soğuk araç (medya) ayrımının daha iyi anlaşılacağına katkı sağlaması amacıyla bir Tablo-1 düzenlenmiştir.

Tablo:1 Sıcak ve Soğuk Araç/Medya Özellikleri

Sıcak	Soğuk
Tek duyuyu uzatır, genişletir	Birden çok duyu harekete geçerek tamamlama yapar.
Yüksek tanımlı (veri dolu)	Düşük tanımlı (eksik veri)
Katılımcıların katılımı çok azdır. • Veri çok olduğundan tamamlama gereği azdır. • Alıcı iletiyi alırken etkin bir rol oynaması gerekmez	Katılımcıların katılımı yüksektir. • Aktarılan eksik verinin tamamlanması gerekir. • Alıcı iletiyi alırken etkin bir rol oynar
Görsel alanla ilişkilidir.	İşitsel alanla ilişkilidir.
Niceliksel analiz ister	Niteliksel analiz ister

Kaynak: (McLuhan,1964, s.24-35) Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

McLuhan sıcak ve soğuk ayrımında ısıyı sürekli değişken olarak değerlendirmekte ve medya /araç, ayrıntı ve bilgi artışı ile ısınıp eksikliğine göre de soğumaktadır (Harman, 2012, s.87). Sıcak ve soğuk medya ayrımı Tablo-2 de verilmiştir.

Tablo:2 Medya/Araç Sıcak-Soğuk

Sıcak Medya/Araç	Soğuk Medya/Araç
Tek bir duyuyu yüksek çözünürlükte genişletir ve derinleştirir	Tek bir duyu ile alınan veri farklı duyuların katkısı ile çözümlenmeler yapılarak tamamlanır.
Radyo	Telefon
Sinema	Televizyon
Fotoğraf	Konuşma
Yazı	Karikatür

Kaynak: (McLuhan 1964: s. 24-35) Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

McLuhan yaptığı çalışmalarda özellikle soğuk araç olarak nitelendirdiği televizyona önemli bir atıfta bulunur. McLuhan, televizyonun kendisinin tanımlamış olduğu elektronik çağın en önemli unsuru olduğunu ve birden çok duyuya hitap ettiğini belirtirken, sahip olduğu iletişim özellikleri ile dünyanın bir "Küresel köy" olmasını sağladığını söylemiştir. McLuhan'ın tasvir ettiğine göre küçük bir köydeki insanlar arası bilgi yayılımı ve hızı televizyon aracılığı ile küresel bir boyut almıştır. Bu "Küresel köy" de zaman ve mekândan bağımsız her şeyin aynı andalığı esastır.

3-KÜRESEL KÖY'ÜN ÖZNESİ İNTERNET

Özellikle kitle iletişim araçlarına kazandırdıkları ile günümüzde küresel düzeyde en işlevsel mekanizma internettir. İnternet, belli bir ağ siteminin belli bir koordinasyon içerisinde bilgi taşıdığı, yaydığı ve çoğalttığı ortamdır. Son yılların en önemli teknolojik gelişmelerinden olan ve pek çok farklı alanda gelişmelere aracılık eden internet, iletişim teknolojilerinde de fark edilir seviyede kullanılmaya başlamış ve bu mecraların devam eden işleyişini önemli ölçüde değiştirmiştir. İnternet, bugün, elektrik şebekelerinin ve elektrik motorlarının sanayi toplumu için gerçekleştirdiği aktiviteleri bilişim toplumu için yapmaktadır (Dilmen, 2007, s.115). İnternetin toplumsal hayata dahil olma süreci, Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığı'nın araştırma ve geliştirme kolu olan "Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu'na (DARPA- Defense Advanced Research Project Agency) dayanır. 2 Eylül 1969'da Günümüz internetinin temeli kabul edilen ARPANET ismiyle bir bilgisayar ağları şebekesi kurulmuştur (Baştaş Bakış, 2019, s.7). Türkiye'de ise 1987 yılında Ege üniversitesi öncülüğünde Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı (TÜVAKA) adı altında kurulan internet ağı, akademik tabana dayalı bir ağ olarak Türkiye'de ilk kez yerini almıştır (Dede, 2004, s. 26). 1991 yılında Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) işbirliği ile internet ağı, TR-NET hayata geçirilmiş ve 12 Nisan 1993 yılında bu proje sayesinde Türkiye'de ilk internet bağlantısı ODTÜ-Washington arasında gerçekleşmiştir (Baştaş Bakış,2019, s.9).

İnternetin dünyada dönüm noktası ise 1989 yılında Tim Berners-Lee tarafından Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi CERN’de, World Wide Web’in (www) oluşturulmasıdır. Türkçe “Dünya Çapında Ağ” anlamına gelen World Wide Web bilgisayarlardaki bilginin birbirine bağlanmasına ve kullanıcıların bir arada çalışmasına olanak sağlamıştır. 1991 yılında bir web sitesi oluşturulmuş ve halka açılmıştır (Marangraphics,1999, s.13). İnterneti uluslararası bir boyuta taşıyan World Wide Web, günden güne yeni fonksiyonlar kazanarak gelişmeye devam etmiştir. İlk önceleri web 1.0 ile tek yönlü iletişim devam etmiş ve özellikle web sitelerinin hâkim olduğu bir işleyiş sürmüştür, internetin hızla gelişmesiyle web 2.0 ortaya çıkmıştır. Tim O’Reilly’nin geliştirdiği web 2.0 teknolojisi ile kullanıcı katılımıyla etkileşimin sağlandığı bir sürece girilmiş, ilerleyen teknolojik fonksiyonlara son olarak Web 3.0 teknolojisi eklenmiştir. Web 3.0 teknolojisinde insan beyni ile makineler, insan beynine has düzeneklere ve işleyişe sahip olmaya başlamıştır. Süregelen çalışmalar internet teknolojisi temelli pek çok yeni uygulama ve gelişme ile interneti iletişim teknolojilerinin vazgeçilmez bir öznesi haline getirmiştir.

4-YENİ ÖZNE İLE ŞEKİLLENEN YENİ MEDYA

İnternet imkanlarının büyümesi ile iletişim araçlarına yenileri eklenirken, mevcut iletişim araçlarının fonksiyonları da gelişmiştir. Bu nedenle günümüzde internet teknolojisi yeni iletişim kanallarının biçimlenmesinde önemli bir araç haline gelmiştir. Özellikle web 2.0 teknolojisi internetin araç boyutunu artırarak günümüzde yeni medya olarak bilinen uygulamaların gelişmesine de zemin hazırlamıştır. Yeni medya kavramı, 1970’li yıllarda ortaya çıkmış, ancak özellikle 1990’lı yıllarda ivmesini artırmıştır (Kırık, 2010, s.84). Yeni medya dendiğinde, geleneksel medyadan farklı olarak, aktörler arasında yüksek hızda, karşılıklı ve çok düzeyli etkileşimin eş zamanlı ve çok yoğun bir şekilde gerçekleştiği, dijital kodlama sistemine dayalı bir iletişim aracı olduğu anlaşılmaktadır (Binark, 2007, s.5). Ayrıca yeni medya kavramı, kitlesel izleyicileri "bireysel kullanıcılar" olarak kabul eden ve kullanıcıların farklı zaman ve mekanlarda farklı içerik veya uygulamalara erişebildiği sistemler olarak da tanımlanmaktadır (Geray,2003, s.20).Bütün bu olanakları sağlayabilmesi ise internet ile aracılanması ile mümkün olmuştur.

Everett M. Rogers. Yeni Medya’nın en önemli üç niteliğinin **etkileşim**, **kitlesizleştirme** ve **eşzamansızlık** olduğunu belirtmiştir (Rogers,1986, s.5-7). Rogers’e göre, Yeni Medya araçlarının tümü etkileşimli bir boyuta sahiptir. Tek yönlü bir veri ve bilgi akışı söz konusu değildir. Kaynak alıcı, alıcı da kaynak durumuna geçebilmektedir. Etkileşim unsuru yeni medyanın olmazsa olmazıdır. İkinci olarak Yeni Medya her ne kadar kitlelere yönelik dizayn edilmiş olsa da bireysel ve özel nitelikler barındırmakta ve bu şekilde kitlesizleştirmektedir. Bir kaynaktan birden çok alıcıya veri, bilgi ya da haber akışı sağlanabileceği gibi bir alıcıya özel, bilgi ve veri akışı da gerçekleşebilmektedir. Böylelikle her kullanıcıya farklı içerik sunulabilmektedir. Son olarak Yeni Medya Eşzamansızlık ile zaman kavramına farklı bir boyut ve açıklama getirmiştir. Mesaj gönderimi, alımı, yorumlanması istenilen saatte gerçekleşebilmekte ve kullanıcılar zaman ve mekân konusunda özgür hareket edebilmektedir. Yani yeni medyalar, bireye mesajı alma zamanını belirleme yeteneğini kazandırır. Böylece, hem mesajın alıcıya ulaşma olasılığı artmakta, hem de birey iradi olarak mesaja hükmedebilmektedir (Rogers,1986, s.5-7). Tüm bu niteliklere sahip yeni medya mecralarının neler olduğu sorulacak olursa; Blog’lar, mikroblog’lar, medya paylaşım siteleri, wiki’ler, podcast’lar, sosyal ağ siteleri yeni medya uygulamaları olarak kabul edilmektedir.

Blog; Ağ üzerinde günlük fonksiyonu görür. Kişilerin kendilerinin tasarladığı yazılı içerikler sunduğu web siteleridir. Moda,ekonomi, felsefe ve sanat gibi pek çok alanda blog oluşturulabilir. Shiftdelete.net ve Patilyo.com Türkiye’de en bilinen bloglardır.

MikroBlog; Katılımın sınırlı sayıda karakterle yapıldığı uygulamalardır. Anlık fikir paylaşabilme imkânı sunmaktadır. Jack Dorsey tarafından 2006 yılında kurulan ve en bilinen mikroblog sitesi Twitter (şimdiki adı ile "X")'dir. Ekim 2023 tarihinde Elon Musk tarafından satın alınan Twitter dünya genelinde, geçmişte yaşanan siyasi olaylar sürecindeki etkisi ile farklı bir misyon yüklenerek süregelen bir popülerliğe sahiptir.

Medya-Video paylaşım siteleri; Genellikle video içerik hakimdir. En çok kullanılan video paylaşım sitesi Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından 2005 yılında kurulan YouTube'dur.

Çevrimiçi forumlar; aktif olarak soru sormak ve cevap vermek şeklinde herkesin fikir alışverişi yapabileceği sitelerdir. En önemli çevrimiçi forum siteleri Haziran 2005'te kurulan Reddit ve Haziran 2009'da kurulan Quora'dır.

Wikiler; Herkesin bilgi paylaşımı yaparak katkı verebileceği ortamlardır. Örneğin Wikipedia

Podcastlar; 2005 yılın da hayata geçmiş basılı kitapların orijinal hallerine bağlı kalarak, profesyonel bir şekilde ses kaydı alınması ile oluşan kitaplardır (Ertem, 2014, s:8). Podcastlere, Apple Podcasts, Spotify, Sound Cloud ve Google gibi platformlardan ulaşmak mümkün olabilmektedir.

Sosyal ağ siteleri; İnsan duygu, düşünce ve bilgilerinin paylaşım olanağının bulunması, yeni medyanın doğrudan sosyal bir medya olarak algılanmasına ve kabul edilmesine yol açmıştır. Yeni iletişim ve medya teknolojileri uygulamalarında son zamanlarda sosyal medya olarak bilinen platformların başında, Harvard Üniversitesi öğrencisi olan Mark Zuckerberg 2004 yılında geliştirdiği Facebook, Kasım 2009 da piyasaya sürülen anlık mesajlaşma olanağına sahip WhatsApp ve 2010 yılında kurulan Instagram gelmektedir.

Yapılan açıklamalar, yeni medyanın ne olduğu ve kapsamı yönünde ışık vermekle birlikte, yeni medyanın toplumsal manada olumlu olumsuz nelere karşılık geldiği konusuna da bir izahat gerekmektedir. Bu izahat, teknolojik gelişmelerin etkisini tespit etme yönünde McLuhan'ın geliştirdiği Tetrad yaklaşımı, ilgili mecralarda uygulanmak suretiyle yapılabilecektir.

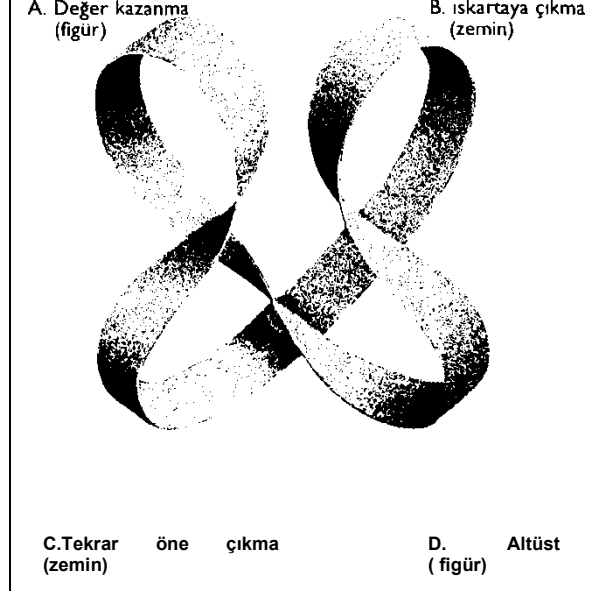
5-YENİ MEDYA MECRALARINDA "TETRAD"

McLuhan'ın geliştirdiği "tetrad" kavramı; dünyada araç olarak kabul edilebilecek bütün teknolojik gelişmelerin, insan gayreti, yetileri ve ürettikleri üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunun anlaşılması amaçlanmaktadır. Marshall McLuhan, "Laws of Media" kitabında yer alan "tetrad" kavramını, kişiden kişiye farklı sonuçların ve yorumların olabileceği değerlendirmelerde, teknolojinin yerini doğru tespit etmek, bir bakıma hakkını vermek ve determinizm boyutunun bir sağlaması niteliğinde geliştirmiştir. Tetrad yaklaşımında pek çok alanda yaşanan gelişmeye uyarlanabilir dört temel sorudan hareketle teknolojinin etkileri ve yetkinliği ile ilgili açıklamalar yapmak esastır. Bu sorular,

- ✓ **Neyi güçlendiriyor veya yoğunlaştırıyor?**
- ✓ **Neyi geçersiz kılıyor veya neyi yerinden ediyor?**
- ✓ **Daha önce geçerliliğini yitirmiş olanı neyi geri getiriyor?**
- ✓ **Aşırıya kaçıldığında ne üretir veya ne olur?**

şeklinde sıralanmaktadır. (McLuhan, 1988, s.7) McLuhan sorular ve kapsamına yönelik oluşturduğu dörtlü yapı Resim -1 de verilmiştir.

Dörtlü Yapı



Resim -1 Dörtlü Yapı-Kaynak: McLuhan,2001, s.36

Tetrad bünyesinde sorulan soruların cevapları ve kapsamı genişletme, eskime, geri alma ve ters çevirme etkilerine göre açıklanır.

Genişletme (enhance/şekil): Değer kazanma. İnsanın bir uzantısı olarak her teknoloji, kullanıcının bazı organlarını veya yetilerini genişletir veya güçlendirir. Güçlendirmek, uzatmak, hızlandırmak, yoğunlaşmak, arttırmak, güncellemek esastır. Her yeni ortam, insanın bazı yetilerini veya işlevlerini geliştirir veya mevcut bir ortamın üzerine inşa edilir. Kalitesini, değerini ve erişimini iyileştirir (McLuhan, and McLuhan, 1988, s. 8).

Eskime (obsolescence/zemin): Modası geçme, ıskartaya çıkma. Kapanma etkisi yaratır. Duyarlılıkta bir denge olduğu için, bir deneyim alanı yükseldiğinde veya yoğunlaştığında, diğeri azalır veya uyuşur. Eskimiş olmak yok anlamına gelmez, yalnızca artık görevde değildir (McLuhan-McLuhan,1988, s.8). Yeni ortam neyi devralıp genişletirken neyi tedavülden kaldırıyor ile ilgilenilir.

Geri Alma (retrieve/şekil): Tekrar öne çıkarmak, telafi etmek. Herhangi bir ortamın içeriği daha eski bir ortamdır (McLuhan-McLuhan,1988, s.8).Her yeni teknoloji tedavülden kalkmış eskimiş teknolojilerin bir ya da birkaç işlevini alır ve sürdürür. Yaşanan gelişmenin etkisi ile eski bir işlev daha kullanışlı hale gelebilir.

Ters Çevirme (reverse/zemin): Yerinden etme, altüst olma. Aşırı ısınmış ortamın tersine döndürülmesidir. Potansiyelinin sınırına kadar itilen her form, özelliklerini tersine çevirir. Örneğin otoyolun amacı trafiği hızlandırmak, seyahati kolaylaştırmaktır. Ancak yolda aynı anda çok fazla araba olduğunda trafik sıkışıklığı yaşanır. Bu ters çevirme veya aşırı ısınan ortamın tersine çevrilmesidir (McLuhan-McLuhan,1988, s.8). Çok kullanıldığında yarattığı karmaşa ve tahribat öyle hale gelir ki o teknolojinin en eski ilkel halini bile aratır. O halin verdiği konfor tercih edilir hale gelir.

Tetrad kuramında, her şey eş zamanlı olur. Bir etki biterken diğeri başlamaz. Görsel, işitsel tüm medyalar ya da medyaların görsel, işitsel tüm özellikleri aynı önemle değerlendirmeye

alınır. Tetrad, insana özgü düşünme sürecinin bir tezahürüdür. Bir inceleme aracı olarak, bir kuram üstüne değil, bir dizi soru üstüne otururlar. Ampirik gözleme dayanır ve dolayısıyla sınırlanabilir. Yeni teknolojilere ya da artifaktlara (insan eliyle oluşturulmuş, yapay yapı veya görünüm) uygulandıklarında, bilimsel bir araç olarak görülebilirler (McLuhan, 2001, s.30).

McLuhan, Tetrad yaklaşımını teknolojik araçların gelişimi işlevi ve kullanımı üzerinde açıklamıştır. Bu yaklaşım internet teknolojileri aracılığı ile işleyen ve aynı anda hem görsel hem işitsel hem sıcak hem soğuk medya niteliklerini bünyesinde barındıran günümüz yeni medya mecraları üzerinde değerlendirilmiştir. Son yıllarda hayatımıza giren, barındırdıkları teknoloji, sistem düzeyi ve yenilikleriyle medya anlayışına ve kullanımına farklı bir boyut kazandırmış olan yeni medya mecralarının “**İnternet teknolojisi**” aracılığı ile ismi ve kullanım amacı ne olursa olsun herkesin “**kullanıcı**” olabildiği, fikri ve pratik nitelikler barındıran belli bir “**içerik**” ürettiği, paylaşmak suretiyle bu içeriğe kamuyu dahil ettiği ve insan nesnesi bulunduğu için belli bir “**etik**” gerektiren, insandan insana yayılarak büyüyen bir etki alanı bulundurduğu için ciddi seviyede “**kültürel etkileşim**” in gerçekleştiği bir işleyiş bulunmaktadır. Yeni medya mecraları üzerinde tetrad uygulanırken doğru bir izahat oluşturmak adına herkesin mutabık kalacağı bu kaçınılmaz işleyiş bileşenleri üzerinde ayrı ayrı değerlendirme yapılmıştır.

6- YENİ MEDYA MECRALARININ TETRAD DEĞERLENDİRİLMESİ

6.1. İnternet Teknolojisi ve Tetrad

Yeni Medya mecralarının işleyiş unsurlarından biri olan “İnternet teknolojisi” üzerinde Tetrad değerlendirmesi Şekil -1 de verilmiştir.

Şekil-1 Yeni Medya Mecralarında İşleyiş Bileşenlerinden “İnternet Teknolojisi” Üzerinde Tetrad

İNTERNET TEKNOLOJİSİ VE TETRAD			
GENİŞLETİLEN	YERİNDEN EDİLEN	TELAFİ EDİLEN	GERİ GELEN
“neyi geliştiriyor, neyi uzatıyor”	“hakim olan neyi ortadan kaldırıyor, neye önemini kaybettiriyor.”	“Var olan neyi sürdürüyor ve kendi içine alıyor, geri kazandırıyor”	“Neyi tersine çeviriyor ya da geri döndürüyor.”
Kitle iletişim araçlarında dijitalleşme genişlemiştir.	Monolog medyaların hakimiyeti yerinden edilmiştir. Belli bir kaynaktan alıcıya tek yönlü	Geleneksel medyalar, dijital standartlar eklenerek yeni medyalarda	Medyaların çoğu tekbir internet aracına bağlanmış ve elektrik ışığının saf enformasyon kabul edildiği

Yöndeşme genişlemiştir.	iletişim yerinden edilmiştir.	sürdürülmeye devam etmektedir.	döneme benzer, internet de olmazsa olmaz bir enformasyon aracına dönmüş ve bu bağımlılık geri gelmiştir.
Etkileşim genişlemiştir.	Medyaların belli bir aile, yapı- devlet ve zümre de toplanma hali ortadan kalkmıştır.	Tiraj-Reyting kavramları yeni medya mecralarında tıklanma ve etkileşim sayısına odaklanılarak sürdürülmektedir.	Geleneksel medyalara özgü bir aile ya da belli bir zümreye ait olma durumu, medyaların belli teknolojik firmalarda toplanması şeklinde devam ettiğinden geleneksel medyalara özgü basın baronluğu geri gelmektedir.
Kullanıcı fonksiyonu genişlemiştir.	Basılı ve sözlü iletişim, etkisini önemini yitirmiştir.		İnternet odaklı dizayn edilen medyalar erişim sıkıntısı yaşayan insanlara ulaşmadığı noktada belli bir teknoloji kullanım avantajı yaratarak zümreleşmeyi geri getirmektedir.
Veri ve bilginin miktarı, ulaşım imkanı ve sınırları genişlemiştir.	Medya başlığında sektörel fark ortadan kalkmıştır.		
Medyaların görsel ve İşitsel nitelikleri genişlemiştir.	Güvenlik yerinden edilmiştir.		
Medyaların sahiplik yapısı çeşitlenerek genişlemiştir.			
İnternet teknolojisine özgü (Blog, mikroblog, wiki, sosyal ağ vb.) nitelikleri bulunan medyalar genişlemiştir.			
Haber alma, eğlence, alışveriş, eğitim gibi temel ihtiyaçlara hitap eden kişiye özel medyalar genişlemiştir.			

6.2. Kullanıcı ve Tetrad

Yeni Medya mecraların işleyiş unsurlarından bir diğeri olan “kullanıcı” üzerinde Tetrad değerlendirmesi Şekil -2 de verilmiştir.

Şekil-2 Yeni Medya Mecralarında İşleyiş Bileşenlerinden “Kullanıcı” Üzerinde Tetrad

KULLANICI VE TETRAD			
GENİŞLETİLEN	YERİNDEN EDİLEN	TELAFİ EDİLEN	GERİ GELEN
“neyi geliştiriyor, neyi uzatıyor”	“hakim olan neyi ortadan kaldırıyor, neye önemini kaybettiriyor.”	“Var olan neyi sürdürüyor ve kendi içine alıyor, geri kazandırıyor”	“Neyi tersine çeviriyor ya da geri döndürüyor.”
<p>Kullanıcı niteliği kazanan insanların etkileyen fonksiyonları genişlemiştir.</p> <p>İçerik oluşturma yönünde insanların yaratıcılık, merak, özgüven ve kişisel yetenekleri genişlemiştir.</p> <p>Yorum, beğeni ve soru- cevap nitelikleri ile aktif fikri katılım refleksi genişlemiştir.</p> <p>İnsanların teknolojik okuryazarlığı genişlemiştir.</p>	<p>Sanatsal sportif pratikler ve hobi anlayışı önemini yitirmiştir.</p> <p>Geleneksel ve resmi yayın dili yerinden edilmiştir.</p> <p>Profesyonellik önemini yitirmiştir.</p> <p>Kişiler arası sözlü iletişim yerinden edilmiştir.</p> <p>Online erişim olanakları ile insanların o anda ve mekanda olma gerekliliği ortadan kalkmıştır.</p> <p>Sınıfsal ayırım ortadan kalmıştır.</p>	<p>Geleneksel medyalara özgü muhabir sistemi alınarak kişiselleşerek sürdürülmektedir.</p> <p>Yurttaş gazeteciliği gibi alternatif geleneksel medya şekilleri aktif olarak alınıp sürdürülmektedir.</p> <p>Kullanıcıların geleneksel medyalardaki gibi bir hedef kitle oluşturma çabası sürdürülmektedir ancak rastlantısal geri bildirimler belirleyici olmaktadır.</p>	<p>Fazla dokunulur, karışılır, yorumlanır olma rahatsızlık verici boyuta ulaşması ile geleneksel bir tutuculuk yeniden geri gelmiştir.</p> <p>Depolama arşivleme çeşitleme işlevleri ile bilgi içerik yoğunluğu belli bir doyum gerçekleştirerek, yapmak değil yapılına izlemek refleksi ile pasif alıcı geri gelmiştir.</p> <p>Aşırı kullanım ile asosyalite artmış ilkel dönem yaşam</p>

Yeni medya mecralarına özel yeni ortak bir dil gelişmiştir. Bireyselleşme genişlemiştir. Özgür iletişim genişlemiştir. Kullanıcı özellikleri yönünden "herkes" faktörü gelişmiştir. Yalnızlık ve izole hayat genişlemiştir.	Medyaların zengin insanların yapabileceği bir iş olduğu ön kabulü ortadan kalkmıştır. Bilgi ve veriye ulaşım amaçlı çaba rafa kaldırılmıştır.	Gündem belirlemeye yönelik çalışmalar kişiselleştirilerek sürdürülmektedir. Okuyucu ve izleyici aynı zamanda kullanıcı olarak sürdürülmektedir.	bireyselliği geri gelmiştir.
---	--	--	------------------------------

6.3. İçerik ve Tetrad

Yeni Medya mecralarının işleyiş unsurlarından biri olan "İçerik" üzerinde Tetrad değerlendirmesi Şekil-3'te verilmiştir.

Şekil-3- Yeni Medya Mecralarında İşleyiş Bileşenlerinden "İçerik" Üzerinde Tetrad

İÇERİK VE TETRAD			
GENİŞLETİLEN	YERİNDEN EDİLEN	TELAFİ EDİLEN	GERİ GELEN
"neyi geliştiriyor, neyi uzatıyor"	"hakim olan neyi ortadan kaldırıyor, neye önemini kaybettiriyor."	"Var olan neyi sürdürüyor ve kendi içine alıyor, geri kazandırıyor"	"Neyi tersine çeviriyor ya da geri döndürüyor."
Bilgi çeşitliliği genişlemiştir. Kaynak çeşitliliği genişlemiştir.	Doğru bilgi kaynağı yerinden edilmiştir. Liyakat ortadan kalkmıştır.	Belli bir algı üretmeye yönelik hegemonik yayın içeriği yeni medya	Çok fazla işitsel ve görsel içerik fikir ve bilgi yönünden kargaşaya neden

Standart sorunu genişlemiştir. Şiddet- nefret faaliyetleri genişlemiştir. Etkileşim öncelikli tiyatral ve kurgu yayın genişlemiştir. Eleştirel yayın genişlemiştir. Görsel ağırlıklı dijital içerik genişlemiştir.	Yayın politikası ve yayın dili yönünden editöryel inisiyatif ortadan kalkmıştır. Etkileşim kaygısı ile etik yerinden edilmiştir. Haber ve yorum ayrımı ortadan kalkmıştır. Ombudsmanlık (halk sözcüsü) ortadan kalkmıştır. Konu ve bilgi önemi yerinden edilmiştir. Her şey içerik olabilmektedir.	medralarında da sürdürülmektedir. Yayın dili dönüşüme uğrayarak yeni medya mecralarına özel bir formda sürdürülmektedir. Hedef kitle çabası yeni medyalarda anneler-geç kızlar-yemek ve pratik bilgilerle ev hanımları, fan kitleler taraftar kitleler şeklinde sürdürülmektedir. Özellikle geleneksel haber medyalarında ilgi çekme potları –flaş başlıklar yeni medyalarda alınarak sürdürülmeye devam etmektedir.	olurken eski formlar geri dönmektedir. Yeni medya mecralarındaki üretim ve yayılım hızı yaratıcılığın sekteye uğramasına neden olmakta, estetik ve nitelik yönden eski formlar geri dönmektedir.
--	---	---	---

6.4-Etik ve Tetrad

Yeni medya mecralarının işleyiş unsurlarından biri olan “Etik” üzerinde Tetrad değerlendirmesi Şekil-4’te verilmiştir.

Şekil 4- Yeni Medya Mecralarında İşleyiş Bileşenlerinden “Etik” Üzerinde Tetrad

ETİK VE TETRAD			
GENİŞLETİLEN	YERİNDEN EDİLEN	TELAFİ EDİLEN	GERİ GELEN
“neyi geliştiriyor, neyi uzatıyor”	“hakim olan neyi ortadan kaldırıyor, neye önemini kaybettiriyor.”	“Var olan neyi sürdürüyor ve kendi içine alıyor, geri kazandırıyor”	“Neyi tersine çeviriyor ya da geri döndürüyor.”
Kültürel -dini etik anlayışı yönünden kabul edilebilirlik genişlemiştir. Şöhret olma çabası genişlemiştir. Ekonomik beklentiler ve öncelikler genişlemiştir. Cüret genişlemiştir. Siyasi manüpülatif yayın genişlemiştir. Taciz genişlemiştir. Siber zorbalık genişlemiştir.	Toplumsal sorumluluk anlayışı ve gerekli iletişim kuralları yerinden edilmiştir. Etik öz kontrol ve editöryal inisiyatif yerinden edilmiştir. Mahremiyet yerinden edilmiştir. İnsanlara gösterilmesi gereken saygı ve nezaket yerinden edilmiştir. Basın deontolojisi (bir meslekte uyulması gereken ahlaki değer ve etik kurallar) yerinden edilmiştir	Tiraj ve reyting kaygısı etkileşimin sağlanması şeklinde sürdürülmektedir. Gündem belirlemeye yönelik çaba, yalan ve kurgu ile etkileşime zorlanarak sürdürülmektedir.	Medya araçlarının kurgulanmasına fırsat verilmesi sonucu hegemonik medya faaliyeti geri dönmektedir. Algı ve bilgi kirliliği ilkel dönem (duyma) iletişim tercihini geri getirmiştir.

6.5- Kültürel Etkileşim ve Tetrad

Yeni Medya mecralarının işleyiş unsurlarından biri olan “Kültürel Etkileşim” üzerinde Tetrad değerlendirmesi Şekil-5’te verilmiştir.

Şekil-5 Yeni Medya Mecralarında İşleyiş Bileşenlerinden “Kültürel Etkileşim” Üzerinde Tetrad İncelemesi.

KÜLTÜREL ETKİLEŞİM VE TETRAD			
GENİŞLETİLEN	YERİNDEN EDİLEN	TELAFİ EDİLEN	GERİ GELEN
“neyi geliştiriyor, neyi uzatıyor”	“hakim olan neyi ortadan kaldırıyor, neye önemini kaybettiriyor.”	“Var olan neyi sürdürüyor ve kendi içine alıyor, geri kazandırıyor”	“Neyi tersine çeviriyor ya da geri döndürüyor.”
Manüpülatif geleneksel etki ağı genişlemiştir. Geleneksel normlardan uzaklaşma, özgürleşme genişlemiştir. Küresel teknoloji kültürü genişlemiştir. Yeni medya yayın ve içerik geleneği genişlemiştir	Hakim algı –norm anlayışı ortadan kalmıştır. Belli bir kültüre özgü olma hali ortadan kalkmıştır. coğrafi, dini veya ırksal özellikler önemini yitirmiştir.	Abone-okur ve izler kitle özellikleri etkileşimli mecralarda eleştirel bir boyut eklenerek sürdürülmektedir. E uygulamalarla kültür varlıklarının kitap dergi vs. ulaşımı kolaylaştırılmış ve sürdürülmüştür Herkesin birbirini gördüğü tanıdığı paylaştığı ortak alanlar dijital ortamlarda belli	Çoğalan gruplarla mecralar toplumsal ayrışmanın zemini haline gelmiştir. Yeni medya mecralardaki kaydedilebilirlik özelliği ile kültürel öğelerin, baskı yöntemi ile çoğaltıldığı ve insani dönüşümü etkilediği döneme özgü beklenti geri gelmiştir Etkileşim odaklı içerikler standardın düşmesi nedeniyle bilgi ve deneyimin

Kültürler arası benzeşme ve aynılaşma genişlemiştir. Kültür formları (sanat-yemek-tören) üzerinde ticarileşme genişlemiştir.		kriterler etrafında toplanarak sürdürülmektedir.(fan ve taraftar grupları, fenomen blok ve sosyal ağ içerikleri)	önemli olduğu inancı geri gelmiştir.
--	--	--	--------------------------------------

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

İnternet Teknolojisi ve Tetrad değerlendirmesinde; İnternet teknolojisi, kitle iletişim araçlarının başta etkileşimlilik niteliği olmak üzere görsel, işitsel vb. fonksiyonlarını, veri/bilgi miktarını, kullanım özelliklerini ve sahiplik yapılarını genişletirken geleneksel alıcıyı aktif hale getirmiş tek yönlü iletişimi yerinden etmiştir. Aynı zamanda “medya sektörü” farkı ortadan kalkmıştır. Yeni medya mecraları her sektörün kendi gerek ve kurallarına uyarlanabilen mecralar olarak sürdürülmektedir. Geleneksel medya özelliklerini dijital niteliklerle donatarak güncellerken, kullanım standartları büyük oranda internet teknolojilerine bağlanmıştır.

Kullanıcı ve tetrad değerlendirmesinde; Yeni medya ile hayatımıza giren kullanıcı kavramı bu mecraların yayılmasında ve kabul görmesinde son derece etkili olmuştur. Kullanıcı özelliği insanların medyalara olan ilgisini, paylaşma ve üretme refleksine hizmet edecek tüm kişisel özelliklerini genişletirken toplumsal hayatta insandan beklenen fiziki ilgi ve yetkinlikleri yerinden etmiştir. Kullanıcı yönünden “Herkes” kavramının yerleştiği bu mecralarda herkes tarafından ulaşılabilir, herkes yorumlayabilir, herkes üretebilir ve herkes paylaşabilir olmuştur. Bu durum standart arayışını geri getirmiştir.

İçerik ve tetrad değerlendirmesinde; Kullanıcıya özel herkes kavramı paylaşım ve etkileşimin esas olduğu içerikte “her şey” olarak karşımıza çıkmakta yani her şey içerik olabilmektedir. Bu durum gerçeklik, doğruluk, estetik kalite gibi kavramları yerinden etmiştir. Medyaların kitleleri etkileme ve hedef kitle oluşturma çabası bireyselleşerek sürmekte ve gelinen noktada bağımlılık ve vazgeçilmezlik kendini göstermektedir.

Etik ve tetrad değerlendirmesinde; “Herkes” tarafından erişime açılan “her şey” ile özellikle ekonomik çıkarlara hizmet eden kurgusal bir boyut genişlemiş, toplumsal sorumluluk ve özdenetim yerinden edilmiştir. Tıklanma ve etkileşim sayısına teslim olunan mecralarda insani değerlerin çok çabuk terk edildiği bir seviye sorununu gündeme getirmektedir.

Kültürel etkileşim ve tetrad değerlendirmesinde ise; Medyaların popüler kültürün yayılması noktasındaki etkisi, kültürler arası etkileşim ve benzeşme ciddi seviyede genişlerken bir yere ait olma yerinden edilmektedir. Topluluk anlayışı yerinden edilmiş nerdeyse her katılımcı veya kullanıcı tarafından kişiye özel formlar oluşmaktadır. Geleneksel medyaların kendine özgü okur ve izler kitle nitelikleri fiziki etkileşimden uzaklaşarak ilkel dönem yalnızlığı geri getirmektedir.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda internet teknolojisi ile hayatımıza giren yeni medya kavramı ve bu kavrama karşılık gelen etkileşimli mecralar bir fayda zarar doğrusuna oturtulmaya çalışıldığında içinden çıkılması zor karşıtlıklar yaşanmaktadır. Örneğin; bilgiye erişim noktasında büyük misyonların yüklendiği bu mecralar ciddi avantajlar sunarak bilgi ve iletişim çağında tüm insanların istifade ettiği bir alan sunmakla birlikte, bilgilenmekten ve kültürel gelişimden alıkoyan özellikler de barındırmakta ve yüzeysel bilgi ve alışkanlıkların yayıldığı alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurgusal ve düzeysiz içerik bu mecralarda bilgiyi güç veya ayrıcalık olmaktan çıkarmaktadır. Yine fikir paylaşımında kişileri özgürleştirirken mecralarda süregelen güzellik, başarı, beklenti, inanç, mahremiyet gibi konuların kamuya açık bir hal alması ile insanları eleştiren, manipüle eden, kısıtlayan bir yanı bulunmaktadır. Ayrıca farklı kullanıcılar ile erişime açılan pek çok bilginin aydınlanmayı destekleyeceği beklenirken, doğru ve nitelikli olanı ayırt etmeyi zorlaştırmakta ve insan zihnini zora sokmaktadır.

Yeni medya mecralarının dayandığı İnternet teknolojisi çalışmada kuramsal manada referans alınan Marshall McLuhan'ın yaklaşımları üzerinden bir **araç** olarak nitelendirildiğinde; Tüm teknolojik gelişmelerin özünde yatan kavram değişimdir. Toplumda tarattıkları etki toplumsal hayatta yarattıkları değişimle fark edilir olmaktadır. İnternet teknolojisi ile dizayn edilen yeni medya mecraları ise etkileyen ve etkilenen kitleyi eşitlemiştir. Etkileşimliliğin ön planda olduğu bu mecralara araç mesajdır mantığı ile bakıldığında, önemli olan bu mecraların kendisidir. Yarattığı ortam, paylaşım ve etkileşim nitelikleri temel unsurdur. Bu unsurların sağladığı pratiklere dayanarak içerik üretilmektedir. Yani üretilen, paylaşılabilirliği ve etkileşime sokulabilirliği için içerik niteliği kazanmaktadır. İçerik mecranın niteliklerinden bağımsız olarak iyide olabilir kötude. Ancak bu mecraların sahip olduğu ulaşım ağının büyüklüğü içeriğin görünür olmasını sağlarken, içerikte bu mecraların kullanım oranının artmasına neden olur. İnternet teknolojisinin gelişmesi ile yeni medya mecralarına hâkim olan etkileşim kitleleri, kitleler içeriği, artan içerik ise yine etkileşimi arttırarak bir sarmal oluşturur.

Bir **uzantı** olarak nitelendirildiğinde; Marshall McLuhan'da belirttiği gibi teknolojik araçlar insan bedeni ve zihninin uzantısıdır. Bir nevi insan bedenine yaptıramadığımız şeyleri teknolojiye yaptırırız. İnsan zihinsel ve fiziksel yeterliliklerini genişletmesini sağlayan teknoloji yine insan bedeninin farklı zihinsel ve fiziksel yetkinliklerinin de tembelleşmesine neden olabilir. Örneğin McLuhan televizyon ve bilgisayar teknolojilerinin yaygınlaşmasının kitapları, okuma ve yazma faaliyetini azaltacağını düşünmektedir. Günümüzde de yeni medya mecraları fiziksel ve zihinsel anlamda pek çok alanda hayatımızı kolaylaştırırken bize bu teknolojiler ile yaşama babında sorumluluklar yüklemektedir. Özellikle insan beyninin ürettiği her şeyin insan beyninin yerine geçiyor olması dikkate alınmalı ve teknolojik gelişmelerin yaşatacağı ampütasyonlar üzerine odaklanmak gereği çok geçmeden fark edilmelidir. Çünkü ampütasyon artık sadece teknolojiler üzerinde değil, direk insana uygulanmakta ve evdeki teknoloji evdeki insana tercih edilir olmaktadır.

Sıcak soğuk araç/medya ayrımı bağlamında nitelendirildiğinde ise; günümüzde yeni medya medyaları ciddi bir yöndeşme yaşamakta ve birden çok medya akıllı diye tabir edilen teknolojik araçlarda toplanmaktadır. McLuhan'ın, içerdiği veri düzeyi ve insan duyularına etkisine bakarak sıcak ve soğuk olarak ayırdığı medyaların günümüzde fonksiyonları gelişmesi ve birleşmesi ile bu konudaki keskin ayrım ortadan kalkmıştır. Örneğin McLuhan'ın veri taşıma kapasitesine odaklanarak soğuk araç olarak nitelendirdiği televizyon, şu an aynı anda pek çok aletin içinden takip edilebilmekte ve hem veri taşıma kapasitesi, hem zaman yönünden çok daha sıcak nitelikler barındırmaktadır. Bu anlamda "yeni" pek çok medyada sıcak soğuk niteliklerin birbirine yaklaştığı gözlenebilmektedir.

İnternet teknolojisinin determinizm boyutu düşünüldüğünde, yeni medya mecralarının toplumsal etkilerinin bu denli fazla olması toplumların bu mecralara ulaşma oranları ile de doğrudan bağlantılıdır. Bu açıdan bakıldığında İnternet teknolojisinin etkileri çok daha yüksek düzeyde olacağı toplumlarda, elektronik Çağ yaşama olanağının bulunması nedeniyle bir determinizmden bahsedilebilir. Ancak yaşanan teknolojik gelişmelerin McLuhan standardında bir çağ anlayışı üzerinden değerlendirildiğinde dünyanın her köşesinin Elektronik Çağın yaşandığını söyleyemeyiz. İnternet Teknolojisinin varlığının ekonomi ile bağlantılı olması, bazı coğrafyalarda teknolojinin belirleyiciliğinin ekonominin belirleyiciliği ile yer değiştirdiğini göstermektedir. Bir bakıma ekonomide teknolojik gelişmenin aracı olmuştur.

İnternet teknolojilerinin gelişimi ve insanların aktif olarak katılım imkanlarının doğması ile insanlar üzerinden ülkeler, ülkeler üzerinden de kültürlerde birbirine yaklaşmıştır. Kültürel etkileşim konusunda toplumlar yıllardır özellikle ticaret ve göç faaliyetleri ile birbirlerini etkilemiştir. Bu etkileşimde iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle fiziksel hareketlilik yerini internet mecralarında ağlar üzerinden süregelen etkileşime ve hareketliliğe bırakmıştır. İnternet teknolojisinin dili kapasitesi ve kendine has ritüelleri ile devam eden bu etkileşim kültürel etkileşime dijital bir koridor açmıştır. Yeni medya mecraları yeni kültürel formlar yaratmakta ve toplumlararası farkı ortadan kaldırarak küreselleşmeye ivme kazandırmıştır.

KAYNAKÇA

- Altun, F. (2006). M. McLuhan ve J. Baudrillard'ın Medya Kuramlarının Karşılaştırmalı Çözümlemesi. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi
- Baştaş Bakış, N. 2019" Teknolojik Determinizm Çerçevesinde Türkiye'de Web Dizilerinin toplumsal Dönüşüme etkileri: Fi Dizisi Örneği" Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu içinde Yeni Medya Çalışmaları. Mutlu Binark (der.), Ankara: Dipnot Yayınları.
- Dede, M.B (2004). İnternet. 1.Baskı, İstanbul: İnsan Yayınları
- Dilmen, N. E. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. Marmara İletişim Dergisi. (12) 115-241.
- Ertem, İ.S. (2014). Okuma Yazma Eğitimi ve Teknoloji. İstanbul: Nobel Yayıncılık
- Rogers, Everette (1986). CommunicationTechnology: The New Media in Society. New York: Free Publishing
- Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Medya Poltikaları, Ankara: Ütopya Yayınları
- Harman, G. (2012). SomeParadoxes of McLuhan'sTetrad. Umbr (A) 1, 77-95.
- Innis, A., H. (1950). Empireand Communications, London: Oxford ClarendonPress,
- Kırık, A.M. (2010). Etkileşimli Televizyon. (Ed. Levent Eldeniz) , 1.Baskı, Ankara: Anahtar Kitaplar Yayın Evi
- Kızıoğlu Ş.K 2019: İletişim Kuramları, Teknolojik Determiniz ve Küreselleşme Atatürk Üniversitesi AÖF yayını
- Lall, S. (1987). Learning to Industrialize. London: The Macmillan Press
- Marangraphics, (1999). Teach Yourself the Internet and World Wide Web. Foster City: IDG Books Worldwide
- McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. New York: McGrawHill

- McLuhan, M. (1966). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: SignetBook
- McLuhan, M. - Eric M. (1988). *Laws of Media: The New Science*. University of Toronto Press.
- McLuhan Marshall ve Powers Bruce. R (2001). *Global Köy 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*. Çev., Bahar Öcal Düzgören. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- McLuhan, M. (2019). "Yaradığımız Medya", (Çev. Ünsal Oskay), Nora Yayıncılık
- McLuhan, M. (2014) *Gutenberg Galaksisi-Tipografik İn sanın Oluşumu* (Çev. Gül Çağalı Güven) Yapı Kredi Yayınları 3. Baskı
- Yüksel E. *İletişim Kuramları, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı Eskişehir, Ocak 2013*