

DİJİTAL YAYINCILIK

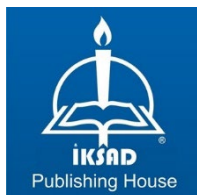
Prof. Dr. Sedat Cereci



İKSAD
Publishing House

DİJİTAL YAYINCILIK

Prof. Dr. Sedat Cereci



Copyright © 2026 by iksad publishing house
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or
transmitted in any form or by
any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical
methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of
brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses
permitted by copyright law. Institution of Economic Development and Social
Researches Publications®

(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)

TÜRKİYE TR: +90 342 606 06 75

USA: +1 631 685 0 853

E mail: iksadyayinevi@gmail.com

www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.

Iksad Publications – 2026©

ISBN: 978-625-378-576-5

Cover Design: İbrahim KAYA

February / 2026

Ankara / Türkiye

Size: 14,8x21cm

Önsöz

Tarihin son 250 yılı, insan aklının sınırlarına kadar zorlandığı ve aklın en yetkin hünerlerini gösterdiği dönem olmuştur. İnsan yaşamını kolaylaştıran teknikler ve buluşlar yaşamın temel unsurları olurken, insan aklı da daha ötesine erişmeyi hedeflemiştir. Kaldıraçların, kara sabanın, tekerleğin bulunuşuyla kolaylaşan ve renklenен yaşam, analog tekniklerin ve ardından sayısal teknolojinin ortaya çıkışıyla parıltılı bir sürece evrilmiştir.

Dünyayı kuşatan sayısal ağlar resmi işlemlerden özel yaşamlara, eğitimden sanata kadar iletiler taşıyarak iletişimi ve bilgiye erişimi kolaylaştırmış, yanı sıra geleneksel olandan çok farklı eğlence ve ego tatmini materyalleri sağlamıştır. Zorunlu ve keyfi ihtiyaçları değişik yollarla karşılaması nedeniyle sayısal teknoloji ve dijital medya tüm dünyada büyük ilgi görmüştür.

Marksist kuram teknolojiye mesafeli yaklaşıp da, hipermodern çağın her an yeni bir şey görmeden yaşayamayan insanların sabırsızca beklentileri, teknolojik gelişmelerin önünde duramamıştır. Her gün yeni bir teknik ve yeni bir kavramla tanışan insanlar, eskisinden ve başkalarından daha ileride olduklarını düşünerek ve bu izlenimi de sosyal medyalarında paylaşarak tatmin olmuş, dijital yayınlara daha fazla itibar etmişlerdir.

Çevrimiçi araçlar, her türlü paylaşım ve beğeni olanağı sağlayan yeni medya ve nitelikli radyo, televizyon ve internet yayınları, insanlara bütün çağdaş sorunları unutturmuş, sanal bir sarhoşluk yaratmıştır. Bu nedenle hemen hiç kimse dijital yayınlardan uzak kalamamıştır. Dijital yayıncılık, Sağlıktan eğitime, ekonomiden günlük yaşama kadar artık neredeyse tüm yaşamın eksenini oluşturmaktadır.

Prof. Dr. Sedat Cereci

Antakya, 2026

İçindekiler

Önsöz.....	i
İçindekiler.....	iii
Dijital Yayıncılık Teknolojileri Terminolojisi.....	5
Analogdan Dijitale.....	14
Modernden Hipermoderne.....	20
Dijital Devrim.....	35
Dijitalizasyon Dönemi.....	41
Dijital Dünya	47
Dijitalin Dünya Egemenliği.....	52
Medya Teknolojisi ve İnsan İlişkisi.....	60
Dijital İletişim.....	65
Dijital Şeyler.....	70
Dijital Teknoloji	75
Dijital Yayıncılık	80
Dijital Yayıncılık Servisleri.....	85
Dijital Yayıncılığın Hipermodern Biçemi: Podcast.....	90
Dijital Yayıncılıkta Öykü ve Karakter Oluşturma.....	94
Dijital Ağlar ve Ağ Toplulukları	99
Modern Ağların Sosyal Medyası.....	104
Bilgi Toplumunda Sosyal Medya	110
Dijital Yayıncılığın Vitrini: Sosyal Medya Monarşisi.....	116
Sosyal Medya Modası	123
Sosyal Medya ve Yalan Dünya	128
Sosyal Medya Suçları	137
Dijital Sorunlar	142
Sosyal Ağların Dark Web'e Dönüşümü: Karanlık Tehlike	147
Yapay Zekâ Destekli Dijital Yayıncılık	158
Dijital Yayıncılıkta Yapay Zekâ Etkileri.....	164

Kültür Endüstrisi Aracı Olarak Dijital Yayıncılık.....	169
Dijitalleşmenin Diyalektiği.....	174
Dijital Yayın Güvenliği	178
Dijital Devlet	181
Dijital Yayıncılık ve Sosyal Dezavantaj.....	185
Dijital Yayıncılık ve Sağlık	197
Dijital Yayıncılık ve Eğitim	201
Dijital Yayıncılık ve Sanat	206

Dijital Yayıncılık Teknolojileri Terminolojisi

ADR Dublaj (Otomatik Diyalog Değiştirme): Genellikle bir stüdyoda, daha kontrollü ve daha sessiz bir ortamda sesi yeniden kaydetme sürecidir.

AI (Yapay Zekâ): Küçük (zayıf) bir (veya birkaç) görevi insanlardan daha iyi yapan bir programdır.

Algoritma: Bir (veya birkaç) görevin gerçekleştirilmesi için tanımlanmış matematiksel veya mantıksal talimatlar kümesidir.

Analytics (Analitik): Web siteleri ve diğer dijital platformların performansının izlenmesi ve analiz edilmesi için kullanılan araçlardır.

API (Uygulama Programlama Arayüzü): Farklı yazılım sistemlerinin birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan bir dizi kural ve protokoldür.

Artırılmış gerçeklik (AR): Artırılmış gerçeklik, dijital öğrenme veya öğretim içeriğini fiziksel dünyaya yerleştiren bir süreçtir.

Artırılmış Operatör: Teknik yardım sistemlerinden destek alan ve robotlarla "hatasız" işbirliği yapabilen değerlendirici, kararlı bir çalışandır.

Attribution (ilişkilendirme): İnsan beyninin bilgi parçalarını bir neden-sonuç dizisine bağlama özelliğidir.

Avatar: Sohbet odalarında, oyunlarda veya web sitesinde yardım işlevi olarak bir bireyi temsil etmek için kullanılan resim veya karikatürdür.

Banner (superbanner, leaderboard): İnternette yayınlanan ve genellikle bir sayfanın üstünde sabit bir şekilde yer alan uzun ve yatay çevrimiçi reklamdır.

Big Tech Imperialism (Büyük Teknoloji Emperyalizmi): Ulusüstü teknoloji şirketlerinin ekonomik gücünün, devletlerin egemenliğini etkileme potansiyeli ile politikaya yayılmasıdır.

Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT): Modern bilgisayar dağıtımını mümkün kılan tüm altyapı ve çözümlerdir.

Bit (İkili Sayı): Sayı sisteminde bulunan her '0' veya '1' rakamları BIT (Binary Digit) adı ile tanımlanır.

Blog: internet üzerinde yazıların ve diğer iletilerin paylaşıldığı web sitesidir.

Blok zinciri: Bilgisayar ağları üzerinden işlemleri kaydetmek ve doğrulamak için kullanılan merkezi olmayan bir dijital muhasebe teknolojisidir.

Bulut Bilişim: Sunucular, depolama, veri tabanları, ağ, yazılım ve analitik gibi bilişimin internet üzerinden gerçekleşmesidir.

Bulut tabanlı barındırma: Bir organizasyonun bilgi işlem ve depolama kaynaklarını uzaktan bir hizmet sağlayıcısına dış kaynak olarak verme sürecidir.

Büyük Dil Modelleri (LLM): İnsan dilini anlayıp üretebilecek şekilde tasarlanmış yüksek performanslı yapay zekâ modelleridir.

Büyük Veri: Gelişmiş içgörü, karar verme ve süreç otomasyonu sağlayan düşük birleştirme, gelişmiş bilgi işleme biçimleri, yüksek hacimli, yüksek hızlı ve/veya yüksek çeşitlilikteki bilgi varlıklarıdır.

ChatGPT, GPT-3 (Generative Pre-trained Transformer 3): OpenAI tarafından geliştirilen son teknoloji bir dil oluşturma modelidir.

CPA (Cost Per Action): Eylem gerçekleştirme bazlı satın alma biçimidir.

CPC (Cost Per Click): Tıklama bazlı satın alma biçimidir.

CPL (Cost Per Lead:) Form doldurtma bazlı satın alma biçimidir.

CPM (Cost Per Mile): 1.000 gösterim (impression) = 1 CPM (En çok kullanılan satın alma birimi).

CPV (Cost Per View): İzlenme bazlı satın alma biçimidir.

CTR (Tıklama Başına Tıklama Oranı): Bir reklam veya bağlantının tıklanma sıklığını ölçen bir metriktir.

Cyber (siber): Dijital teknolojiler tarafından sürdürülen fiziksel ve sanal boyutlardan oluşan bir ağ ile ilgilidir.

Çok kanallı (Omnichannel): Mağazada, internette, mobilde veya sosyal medyada olsun tüm kanallarda kusursuz bir deneyim sağlayan satış, pazarlama ve müşteri hizmetlerine yönelik çok kanallı bir yaklaşımdır.

Çoklu Bulut: Çoklu bulut, farklı bulut sağlayıcılarının, iki veya daha fazla bulutun kullanılmasıdır.

Data sovereignty (veri egemenliği): Veriler üzerindeki en yüksek yasal otoritedir.

Digital diplomacy (dijital diplomasi) Dijital etkileşim yoluyla (kamu) diplomasisi yürütmedir.

Digital forensics (dijital adli tıp): Cezalandırılabilir bir suçu araştırırken bilgi teknolojileri tarafından üretilen verileri analiz etmek için bilimsel bilgi ve prosedürlerin uygulanmasıdır.

Digital media (dijital medya): Biçim, içerik, dağıtım ve tüketim kalıplarında dijital teknolojiler tarafından dönüştürülen medyadır.

Digital security (dijital güvenlik): Bilgi teknolojilerinin kullanıcıları tarafından ve onlar hakkında üretilen dijital verilerin, bireylere ve/veya topluma zarar verme çabalarına karşı korunmasıdır.

Digitisation (dijitalleştirme): Dijital teknolojileri benimseyerek mümkün kılınan toplumsal dönüşümdür.

Dijital ayak izi: İnterneti kullanırken girilen siteler ve oluşturulan her verinin kaydedilmesi durumudur.

Dijital Bağışıklık Sistemi: Operasyonel riskleri ve güvenlik tehditlerini gerçek zamanlı olarak otonom bir şekilde tespit etmek, azaltmak ve bunlara yanıt vermek için yazılımı entegre eden bir mühendislik stratejisidir.

Dijital erişim: Dijital yollarla öğrenmeye katılma yeteneğidir.

Dijital koruma ya da arşivleme: Dijital olarak oluşturulmuş ya da sonradan dijital ortama aktarılmış nesnenin uzun süreli depolanması ve erişimi sürecidir.

Dijital okuryazarlık: Bir bireyin dijital bilgileri ve ilgili teknolojileri kullanarak bilgi bulma, değerlendirme, oluşturma ve iletme becerisidir.

Dijital Sinyal İşleme (DSP): Dijital iletişimlerin doğruluğunu ve güvenilirliğini artırmak için kullanılan çeşitli tekniklerdir.

Dijital yayıncılık: Analog olarak üretilen ses, metin (yazı), görüntülerin 0 ve 1'lerden oluşan bitlere dönüştürülerek yeniden kodlanması sonucu farklı modülasyon yöntemleriyle alıcıya aktarılmasıdır.

Doğal Dil İşleme (NLP): Bilgisayar ve insan dilleri arasında çeviri yapma yöntemidir.

Doğru Zamanlama: Ayrıntılı bir şekilde belirlenmiş zamansal doğruluktur.

Dönüşüm (Conversion): Herhangi bir online reklam aracıyla siteye gelen ziyaretçinin istenen aktiviteyi gerçekleştirmesidir.

Dönüşüm Oranı (Conversion Rate): Önceden belirlenen aktiviteyi gerçekleştiren ziyaretçilerin tüm ziyaretçilere oranıdır.

E-kitap: Fiziksel bir kitaba alternatif olarak dijital olarak edinilen sanal kitaptır.

Eşzamansız Öğrenme: Tüm bir grup için aynı yerde veya aynı anda gerçekleşmeyen öğrenmedir.

Feed (Besleme): Kullanıcıların belirli bir içerik kaynağını takip etmelerini sağlayan sistemdir.

Frequency Cap (FC): Kullanıcı başına reklam gösteriminin sınırlandırılmasıdır.

Gölge BTB: Bir organizasyonda, organizasyonun bilgi teknolojisi (BT) departmanı tarafından yönetilmeyen, onaylanmayan veya desteklenmeyen BT sistemlerinin, yazılımlarının ve hizmetlerinin kullanılmasıdır.

Gözetimsel Kontrol ve Veri Toplama (SCADA): Ekipman ve koşulları kontrol etmek için sistemdeki uzak konumlardan gerçek zamanlı veri toplanmasını sağlayan, endüstriyel parçacıkları kontrol etmeye yönelik yazılım uygulamaları grubudur.

Information sovereignty (Bilgi egemenliği): Bir yargı alanındaki bilgileri kontrol etmek için en yüksek otoritedir.

İçerik küratörlüğü: Belirli bir amaç doğrultusunda dijital bilgileri seçme, birleştirme, kategorilere ayırma ve yorumlama işlemidir.

İllüstrasyon: Başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurlardan çok görsel unsurların ağırlıkta olduğu; görsel anlatım öğelerinin etkin kullanıldığı grafik tasarım unsurlarının bütünüdür.

İşbirlikçi dijital öğrenme: Öğrenci gruplarının dijital araçlar aracılığıyla bir görevi tamamlamak için birlikte çalışmasını içeren eğitimsel bir öğrenme yaklaşımıdır.

Karanlık ağ: Şifreli iletişim protokollerine dayanan kriptolanmış bir ağıdır.

Kodek: Genellikle sıkıştırılmış bir biçimde saklanmasına veya iletilmesine olanak sağlamak için dijital görsel-işitsel materyali kodlayan veya kodunu çözen bir yazılım parçasıdır.

Küreselleşme: Bilgisayar ve internet teknolojisinin üzerine kurulan, ekonomik, siyasal, teknolojik ve kültürel boyutlu süreçtir.

Metni, grafikleri, videoyu, animasyonu ve sesi bütünleşik bir şekilde sunmak için dijital teknolojilerin kullanımı.

Mikro öğrenme: Belirli bir beceriyi göstermek veya bir bilgi boşluğuna ya da terime odaklanmak için yapılan küçük öğrenme etkinlikleridir.

Mobil ağlar: Her biri birbirinden uzak olan taşınabilir bilgisayar sistemlerini veya çevresel aygıtları birbirine bağlayan sistemdir.

Mobil öğrenme: Öğretim ve öğrenme etkinliğinde mobil cihazların (örneğin, telefonlar veya tabletler) kullanımınıdır.

Model: Bir nesne, sistem veya fikir içindeki işleyişi, yapıyı veya ilişkileri tanımlayan, basitleştiren, açıklayan veya açıklamasını sağlayan gösterimdir.

Modifiye: Bir şeyin biçimini veya niteliklerini bir ölçüde değiştirmektir.

multimedya

Multimedya: Metni, grafikleri, videoyu, animasyonu ve sesi bütünlük bir şekilde sunmak için dijital teknolojilerin kullanımınıdır.

Niş Pazarlama: Belirli ve belirgin bir hedef kitlesi için içerik üretme stratejisidir.

Nöromorfik bilişim: Bilgisayarların insan beyninin yapısını ve işlevini yansıtacak şekilde tasarlanıp geliştirildiği süreçtir.

Online (Çevrimiçi): Dijital olarak bağlı demektir.

Özet (Brief): Bir ihtiyaç için geliştirilen bir tasarım projesi için yazılı belgedir.

Panoptikon: İngiliz filozof ve toplum kuramcısı Jeremy Bentham'ın 1785 yılında tasarlamış olduğu, bireylerin kendilerini sürekli gözlem altında hissedip aykırı davranışlarda bulunmasını engelleyen hapisane inşa modelidir.

Podcast: Genellikle bir radyo yayını olan ve bir cihaza indirilebilen, dijital olarak erişilebilir bir ses dosyasıdır.

Portal: Önemli bilgi kaynaklarına bağlantılar için bir 'ön kapı' sağlayan web tabanlı bir platform.

Prognostik: Öngörü veya gelecek tahminidir.

Repetition (yineleme): Bilgisayar programlamada bir sürecin veya talimat kümesinin tekrarıdır.

Robo Danışman: Algoritmalar Sistemi, birçok işlemin otomatik olarak gerçekleştirilmesini sağlayan sistemdir.

Robotik süreç otomasyonu (RPA): Yazılım robotik ajanlarının yazılımla etkileşime girmesi ve yazılımı yönetmesi yoluyla bir veya daha fazla iş sürecini otomatikleştirmek için yazılım kullanımıdır.

Rotasyon: Reklamların belirli bir dönüşüm oranı ile yayınlanmasıdır.

Sanal Öğrenme Ortamı (VLE): Öğrenme ve öğretmeyi (özellikle dijital öğrenmeyi) destekleyen ve öğrenme kaynakları için bir alan sağlayan platformdur.

Semantik: İnsanların ve yazılımların kendi aralarında anlaşabilmeleri için kurgulanan bir ilişkilendirmeler bütünüdür.

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu): Web sitelerinin arama motorlarında daha görünür olmasını sağlamak için kullanılan tekniklerin bütünüdür.

Spotify: Müzik ve podcastlerin yayınlandığı platformdur.

Trafik: Bir web sitesine gelen ziyaretçi sayısıdır.

Veri Tabanlı Yönetim Sistemi (VTYS): Bir veritabanındaki verilerin organizasyonunu, depolanmasını ve alınmasını kontrol eden karmaşık bir yazılım programları kümesidir.

Veri Toplamı: Voltaj, akım, sıcaklık, basınç, ses veya hareket gibi elektriksel veya fiziksel parçaların ölçüm işlemidir.

Vodcast: Dijital olarak sunulan, genellikle bir radyo yayınının video versiyonu olan ve bir cihaza indirilebilen bir video dosyası.

Web semineri: Genellikle etkileşimli, örneğin bir atölye veya seminer gibi web tabanlı bir öğrenme veya eğitim etkinliğidir.

Web Tabanlı Gerçek Zamanlı İletişim, WebRTC: web tarayıcılarına ve mobil uygulamalara uygulama programlama arayüzleri

(API'ler) aracılığıyla gerçek zamanlı iletişim (RTC) sağlayan ücretsiz ve açık kaynaklı bir projedir.

Webinar: İnternet üzerinden canlı veya kayıtlı sunumların yapıldığı etkinliktir.

Yapay Zekâ: İnsan zekâsının, insanlar gibi düşünmek ve öğrenmek üzere programlanmış makinelerde simüle edilmesidir.

Zig Arısı: IEEE 802.15.4-2003 standardına dayalı küresel bir kablosuz ağ teknolojisidir, kablosuz kişisel alan ağında (WPAN) düşük veri hızı, düşük güç ve düşük karmaşıklığa sahip kısa menzilli radyo frekansı (RF) iletimlerini kullanan veri iletişim cihazları için protokolü ve uyumlu bağlantıyı tanımlayan bir standarttır).

Zoom: Web tabanlı toplantı ve webinarlar için popüler bir platformdur.

Kaynaklar

Boz, F. Ç. (2025). Dijital Yayıncılık Terimleri. https://drive.google.com/file/d/14hUt6W7Guqq5r36mtBmIcQxdAs7_-AqG/view?pli=1, 06.06.2025.

Burç, M. (2023). Dijital Yayıncılık-Digital Publishing. İletişim Ansiklopedisi, <https://iletisimansiklopedisi.com/2023/10/04/dijital-yayincilik-digital-publishing/>, 25.06.2025.

Fikriyat (2022). Dijital Dünyaya Dair Bilinmesi Gereken 10 Kavram. <https://www.fikriyat.com/galeri/yasam/dijital-dunyaya-dair-bilinmesi-gereken-10-kavram>, 25.06.2025.

<https://tr.voicebros.com/blog/yayincilikta-bilinmesi-gereken-terimler>, 05.06.2025.

Makine İhracatçıları Birliği (2025). <https://www.digital-glossary.com/tr>, 04.06.2025.

Önenköprülü, H. (2024). Dijital Pazarlama Terimleri: Dijital Dünyanın Sözlüğü. <https://gozone.com.tr/Bloglar/dijital-pazarlama-terimleri-dijital-dunyanin-sozlugu>, 06.06.2025.

Poleo, F. A. (2025). Digital Glossary 101: Understanding the Lingo of this Digital World. <https://www.danaconnect.com/digital-glossary-101-understanding-the-lingo-of-this-digital-world/>, 04.06.2025.

SeoAkademi (2025). SEO ve Dijital Medya Terimleri. <https://seokursu.com.tr/seo/dijital-medya-terimleri>, 25.06.2025.

Sezen, H. K. ve Şenaras, A. E. (2022). Dijitizasyon, Dijitalizasyon, Dijital Dönüşüm Kavramlarına İlişkin Bir Değerlendirme. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 51: 49-59.

University of Lincoln (2025). <https://digitaleducation.lincoln.ac.uk/resourceshub/glossary-of-digital-terminology/>, 04.06.2025.

Analogdan Dijitale

Gözlerin görüntüyü algılaması, kulaklarda sesin algılanması, burnun kokuyu reseptörlerle algılaması gibi birçok duyu ve his mekanizmaları analog olarak çalışmaktadır (Peuker ve Asbeck, 2020: 70). Sayısal sistemlerden önceki görece basit teknikleri ifade eden analog, ilkel mekaniklerden bilgisayarın ortaya çıktığı döneme kadar var olmuş yöntemlerdir (Schröter, 2004: 11). İlk insandan bu yana insanın doğada ve kendi üretimiyle ortaya çıkan analog varlıklar yüzyıllarca yaşamdaki yerini korumuştur.

1907'den beri icat edilen valfler gibi bazı analog tekniklerle çalışan sistemler, II. Dünya Savaşı'ndan (1945) sonra, Soğuk Savaş'ın göreceli barışı ekonomik patlamayı ve beraberinde çeşitli yeni ekipman ve cihazların tüketimini getirmiş ve bu da 1947'de ilk transistörün ortaya çıktığı elektronik devrime yol açmıştır (Wiltgen, 2021: 18). Analog veya sürekli elektronikten çok farklı olan dijital elektronik, bilgi değiştirme ilkesini uygulamış, analog sinyaller gibi sürekli olan sinyalleri zaman içinde ayrık bileşimlere (belirli zaman anları) ve bu nedenle hatta ayrık veya sayısallaştırılmış çağrılara dönüştürmüştür.

Analog teknoloji, dijital teknolojinin ortaya çıkmasından önce çeşitli alanlarda yaygın olarak kullanılmış, analog telefonlar, vinil plaklar, analog kameralar ve analog televizyon insanların yaşamında temel araçlar olarak yer almıştır (Berger, 2023: 106). Analog teknolojinin sınırlamalarından biri, iletim veya işleme sırasında sinyal bozulmasına ve gürültü girişimine daha duyarlı olmasıdır, diğeri de analog sinyallerin, önemli bir kalite kaybı olmadan kolayca işlenebilen, sıkıştırılabilen ve kopyalanabilen dijital sinyallere kıyasla işlenmesi ve verimli bir şekilde depolanmasının daha zor olmasıdır.

Analog televizyon, ses ve görüntü verilerini taşımak için sürekli analog dalgalar kullanan klasik televizyon sinyallerini yayınlama tekniğidir (Hadjingo vd., 2024: 297). Yirminci yüzyılın sonlarına kadar, onlarca yıl boyunca, analog teknoloji televizyon iletimi için birincil standart olmuştur. Analog yayıncılık, ses, yazı ve görüntülerin, sabit veya hareketli olarak, elektromanyetik veya radyo dalgaları biçiminde sürekli değişen bir sinyal halinde iletilmesidir (Wang, 2003). Analog,

dijitale göre daha ilkel bir tekniktir ve doğal olarak bazı eksikleri ve aksaklıkları bulunmaktadır.

Hem analog hem de dijital televizyon sistemleri izleyicilere ses ve görüntü içeriği sağlar, ancak verileri nasıl kodladıkları ve ilettikleri konusunda temelde farklılık gösterirler. Analog büyüklükler sonsuz sayıda değer içermesine rağmen sayısal büyüklükler sadece iki değer alabilirler (Fischer, 2010: 14). Analog sistemler, ayrık değerler kullanan dijital sistemlerin aksine, bir dizi değer alabilen sürekli analog sinyalleri işlemektedir.

TVde analog yayında hareket görünümünü oluşturmak için her çizgi birkaç pikselden oluşur ve tüm görüntü saniyede birkaç kez güncellenir. Analog TV yayınlarını havadan yayınlamak için radyo frekansları kullanılır. Analog sistemler dijital sistemlere kıyasla çok daha hızlıdır çünkü bu sistemler sinyalleri orijinal halleriyle kabul eder ve dolayısıyla sinyal dönüşümüne gerek kalmaz (Arsinte ve Lupu, 2018: 14).

Analog sistemler üzerinden veri iletimi, iletim sırasında elektronik gürültüden ciddi şekilde etkilenmektedir. Analog sistemlerin bir diğer büyük dezavantajı, dijital sistemlere kıyasla daha fazla güç tüketmeleridir (Gertjan vd., 1990: 573). Analog sistemler, değişen büyüklüklerdeki sürekli sinyalleri kullanırken, dijital sistemler ikili formatı temsil eden açık/kapalı olarak ayrık sinyalleri kullanır.

Analog sistemler sinüs dalgalarını kullanırken, dijital sistemler kare dalgaları kullanmaktadır. Dijital sistemler önce analog dalgaları sınırlı sayı kümelerine dönüştürür ve daha sonra bunları dijital kare dalgalar olarak kaydeder. Analog sistemler, iletim sırasında oluşan gürültülerden büyük oranda etkilenirler, ancak dijital iletim kolaydır ve hiçbir kayıp olmadan gürültüye karşı dayanıklı hale getirilebilir (Weber ve Auhagen, 2021: 78).

Analog sistemlerin donanımları esnek değildir, sayısal sistem donanımları gereksinimlere göre kolaylıkla modüle edilebilir. Analog sistemler dijital sistemlere göre daha fazla güç tüketirken, dijital sistem analog sisteme göre daha az güç tüketir. Analog sistemler ses/görüntü kayıtları için uygundur, dijital sistemler, hesaplama ve dijital elektronik

için uygundur (Hering vd., 2005: 66). Bu kapsamda dijital sistemler, hipemodern çağın gerçeklerine ve koşullarına daha uygundur.

Analog sistemlere örnek olarak analog elektronik, AM frekansını kullanan sesli radyo verilebilir; dijital sistemlere örnek olarak Bilgisayarlar, CD ve DVD verilebilir. Analog sistem ile dijital sistem arasındaki en önemli fark, dijital sistemin bilgi taşımak için kesikli zamanlı sinyalleri kullanırken, analog sistemin bilgi taşımak için sürekli zamanlı sinyalleri kullanmasıdır (Waldschmidt, 2001: 29).

Analog yayınlarda görüntü ve ses kalitesi genellikle düşüktür. Dijital yayında ise yüksek çözünürlüklü (HD) ve hatta ultra yüksek çözünürlüklü (UHD) formatlar desteklenir. Analog entegre devreler, pasif bileşenlerden (örneğin dirençler, kapasitörler, indüktörler) ve aktif cihazlardan (örneğin diyotlar ve transistörler) oluşan ve analog sinyalleri üreten, yükselten, filtreleyen, çalıştıran, dönüştüren, ileten veya işleyen entegre devrelerdir (Cheng vd., 2023: 716). Analog IC'lerin temel birimleri arasında tek aşamalı amplifikatörler, filtreler, geri besleme devreleri, akım aynası devreleri vb. bulunur.

Dijital medya genellikle esnektir (yani, katılımcılara dağıtıldıktan sonra bile değiştirilebilir), duyarlı ve etkileşimlidir ve katılımcıların katılımıyla iş birliği içinde oluşturulabilir veya değiştirilebilir (Rohwerder, 2017: 24).. Bu durumlarda, dijital içerik yalnızca analogun bir türevi olmakla kalmaz, aynı zamanda yeni bir nitelik kazanmaktadır.

Analog bileşende anahtarlanan ve bu nedenle dijital bir bileşen tarafından etkilenebilen bileşenlere ve değişkenlere sistematik bir yaklaşım getirilir. Çeşitli anahtar tipleri için yük enjeksiyonu ve saat geçişinin neden olduğu hata sunulur. Analog bir bileşeni kontrol etmek için dijital bir bileşenin gereksinimleri tanımlanır. Dijital olarak kontrol edilen analog devrelerdeki dijital ve analog bileşenler arasındaki yakın bağlantı, yeni devre teknolojilerine olanak tanımaktadır (Arnold, 2002). Aslında bedenindeki analog hareketlerden sonra, teknolojiyle donanmış dünyanın dijital dünyasına geçiş insanları şaşırtsa da, kolaylıklar ve eğlenceli içerik herkesi kendine çekmektedir.

Dijital sistemler, hipermodern çağın sorunlu dünyasında özellikle pandemi gibi özel süreçlerde, eğitimi ve alışverişi kolaylaştıran olanaklar

sağlaması nedeniyle de büyük ilgi görmüştür. Dijital sistemlerin avantajları, çağın yüksek ritimli, karmaşık yaşam biçemi içinde pek çok alanda kolaylık ve kazanç sağlamıştır (Wedel vd., 2024: 129). Devlet işlerinden özel yaşamlara kadar her alanda kullanılabilen dijital sistemler tüm dünyada büyük bir popülerite ve yaygınlık göstermiştir.

“Orta Çağ’ın resimli İncilleriyle avunan yoksul insanları, kutsal kitabı bir gün elektronik ekranlarda okuyacaklarını”, Cuma hutbelerinde doğaçlama konuşan imamlar, Cuma hutbelerini android telefonların ekranlarından okuyacaklarını hayal etmemişlerdir (Schrey, 2017: 118). Analog alışkanlıklar kısa bir sürede dijitale evrilmiş ve öğrencilerden din adamlarına, üreticilerden ev kadınlarına kadar herkes bu dönüşümü çabucak benimsemiştir.

Analog süreçte zamana bağımlı olarak haberleşebilen ve yeni iletileri beklemek zorunda olan insanlar, dijital teknolojilerden sonra, yaşamlarını giderek giderek daha fazlasını çevrimiçi geçirmektedirler. Bu arada, sürekli bağlantı ve her yerde bulunan bilgi işlemin birleşimi, maddi dünyayı genişleyen bir "Nesnelerin İnterneti"ne katlarken, çevrimiçi yaşam ile çevrimdışı yaşam arasındaki çizgi, dijital ve analogun varoluşsal eşdeğerliğinde bulanıklaşmaktadır (Elwell, 2014: 246). Ağ bağlantılı hipermodern çağda, öz kimliğin transmedya prodüksiyonunun estetiğine göre şekillendirildiği de savunulmaktadır.

Kaynaklar

Arnold, R. (2002). Digital kontrollierte analoge Schaltungen. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Technische Universität Berlin Inhaltsverzeichnis Institut für Mikroelektronik der Fakultät IV-Elektrotechnik und Informatik - der Technischen Universität Berlin zur Erlangung des akademischen Grades.

Arsinte, R. ve Lupu, E. (2018). An Experimental Evaluation of Analog TV Cable Services Distributed in GPON Architecture. *Acta Technica Napocensis Electronics and Telecommunications*, 57 (4): 11-14.

Berger, A. A. (2023). Analog and Digital. *Journal of Cyberspace Studies*, 7 (2): 105-114.

Cheng, Y. ve Ma, S. ve Jiang, L. ve Zhao, L. ve Li, B. (2024). Analog Integrated Circuit Design. Handbook of Integrated Circuit Industry, Ed. Wang, Y., Chi, MH., Lou, JJC., Chen, CZ, Singapore: Springer, s. 711-725.

Elwell, J. S. (2014). The Transmediated Self: Life Between The Digital and The Analog. *he International Journal of Research into New Media Technologies*, 20 (2): 233-249.

Fischer, W. (2010). Analoges Fernsehen. Theorie und Praxis'te Digitale Fernseh- und Hörfunktechnik MPEG-Basisbandcodierung, DVB-, DAB-, ATSC-, ISDB-T-Übertragungstechnik, Messtechnik, Berlin: Springer Berlin, Heidelberg, s. 9-33.

Gertjan, J. ve Hemink, B. W. ve Meijer, ve Kerkhoff, H. G. (1990). Testabilitv Analvsis of Analoe Svstems. *IEEE Transactions on Computer-Aided Design*, 9 (6): 573-583.

Hadjingo, A. D. W. ve Subhan, A. ve Akasse, C. S. ve Ratnasari, D. (2024). Socialization of Analog to Digital TV Broadcast Migration as a Broadcasting Innovation in Gorontalo City based on Diffusion-Innovation Perspective. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 10 (1): 287-299.

Hering, E. ve Bressler, K. ve Gutekunst, J. (2005). *Elektronik für Ingenieure und Naturwissenschaftler*. Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Peuker, B. ve Asbeck, I. (2020). *Experimente der Sinnesund Wahrnehmungsphysiologie Sensorisches Prüfen im Unterricht*. Flensburg: Europa Universität Flensburg.

Rohwerder, J. (2017). Digitqal/Analog. *Die Magazin Thema Forum*, 3: 22–23.

Schrey, D. (2017). *Analoge Nostalgie in der digitalen Medienkultur*. Berlin: Kulturverlag Kadmos.

Schröter, J. (2004). Analog/Digital – Opposition oder Kontinuum? *Analog/Digital – Opposition oder Kontinuum? Zur Theorie und*

Geschichte einer Unterscheidung, Ed. Jens Schröter, Alexander Böhnke, Bielefeld: Transkript, s. 7-32.

Wang, Y. (2003). Analog TV Systems: Monochrome TV. Brooklyn: Polytechnic University.

Waldschmidt, K. (2001). Analog/Digital Co-Design. Architecture and Design of Distributed Embedded Systems. DIPES 2000. IFIP, Ed. Kleinjohann, B 61, Boston: Springer.

Weber, D. ve Auhagen, W. (2021). Potenzialorientierte Förderung im Mathematikunterricht der Grundschule an der Schnittstelle von Inklusion und Digitalisierung Was können wir aus Präsenz-und Distanzunterricht lernen? Pädagogische Horizonte, 5 (2): 75-101.

Wedel, M. ve Albrecht, M. ve Derda, M. (2024). Analoges Lernen digital aufbereiten – die Unterstützung der digitalen Lehre durch Elemente analogen Lernens. Hochschullernwerkstätten im analogen und digitalen Raum Perspektiven auf Didaktik und Forschung in innovativen Lernsettings. Ed. Nadine Weber, Michelle Moos, Diemut Kucharz, Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, s. 129-141.

Wiltgen, F. (2021). Challenge of Balancing Analog Human (Real Life) with Digital Human (Artificial Life). Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Research, 3 (110): 14-33.

Modernden Hipermoderne

İlk insanlardan bu yana insanların yaşamlarında sürekli buluşlar yaparak, yaşamı yeniliklerle donatarak yol almasıyla, yeni anlamına gelen “modern” kavramı her çağda pratiğini bulmuştur. Her yeni çağ ve içeriği, bir öncekinin modernini olmuştur (Scherf, 2020: 19). “Modern” kavramı aslında, insanın yaşadığı her çağı ifade edebilecek yeterliliğe sahip bir kavramdır (Protin, 2024: 14). Geçen çağların eksikleri ve yanlışları dikkate alınarak gelişen yeni akımlar, modern çağların temelini oluşturmuştur.

Bilimsel evrenselcilik ve kültürel gelişme bilimsel rasyonalitenin temel yasalarını oluşturmuş, insanlar tarafından gerçekleştirilebilecek evrensel geçerlilik yasaları ve bilim dizgesel biçimde tüm dünyaya yayılmıştır (Orser, 2013: 37). Yalnızca bilimsel çalışmalar değil, zamanın koşulları gereği değişen ekonomik durumlar, yeni teknikler de modernitenin yolunu açmış, var olan durumu değiştirmiştir (Sombart, 1902: 494). Her çağda, koşullar gereği yenilenen her şey modernlik olarak algılanmıştır.

Modern, yeni olana verilen sıfattır. Her yeni moderndir ve eskidikçe demode olur (Wu vd., 2021: 8). Her çağ kendi modernini üretmiştir. 17. Yüzyılda başlayan modern medya çalışmaları, 20 yüzyılda teknolojinin gelişimiyle daha da yenilenmiş, 21. Yüzyıldan itibaren yüksek iletişim teknolojisiyle en modern haine ulaşmıştır. Postmodern çağ olarak nitelenen yeni medya çağı, ulaşılmış en modern çağ olarak da bilinmektedir (Radu, 2020: 93). Yeni medya, etkileyici modern araçlar olarak sayısız olanak ve yanı sıra çok sayıda sorunla insanların yaşamına girmiştir. Yüzyüze ilişkilerden uzaklaşıp, yalnızca yeni medya ile yaşama bağlanan ve iletişim kuran insanlar bir süre sonra psikolojik sorunlar yaşamaya başlamıştır (Dhiman, 2023: 3). Yeni medya bağımlısı olan insanlar, zamanla asosyallik ve depresyon sorunları yaşamaktadır.

Modernliğin temel yaklaşımı, eskiyi yeniden ayırmaktır. Daha eski ve daha yeni, tarih içinde deneyimlenen tarihsel bir “a priori”dir”. Orta Çağ’dan kaynaklanan ayrım “antiquus” ve “modernus” kavramları, modern ve modern arasındakinden çok daha eskidir. Geçmiş, şimdi ve gelecek aralarında bir bağlar sürekliliğe bağlı, korumaya, ilerlemeye

veya sürece yönelik olarak ortaya çıkmaktadır (Schug, 2010:311). Modernlik ve postmodernlik söz konusu olduğunda, “tüm özne temsillerinin yapıbozumundan”, “yaşam tarzının yıkılmasından” veya “kendini kaybetmekten” de söz edilmektedir. Geleneksellikten modernliğe, modernlikten postmodernliğe geçiş bir anlamda köklü değişimlere işaret etmektedir (Bertele, 2000: 10).

Postmodernizmin modernite sonrası yeni bir dönem değil, “farklı göstergeler altında bir dönüşüm” olduğu da söylenmektedir. Modern dönüşümle birlikte genel olarak gelenek olarak ifade edilen üst-anlatı, yeni bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından yok edildiği, insanların kendilerini kendi gelenekleri aracılığıyla tanımlamalarını sağlayan kültürel bağ güçlerinin kaybının söz konusu olduğu savunulmaktadır. Adorno’ya göre modernlik, var olanın üzerine eklenenle ilgilidir. Modernlik de postmodernlik de daha önce var olandan, gelenekten bağımsız ortaya çıkmamaktadır (Kögler, 2014: 50). Eski olanın üzerine konulan her şey modern olanı yaratmaktadır.

Modernite ve modernlik kavramları sürekli tartışılırken, olumlu ve olumsuz görüşler de çatışmaktadır. Bir yandan modernliğin sağladığı olanaklardan söz edilirken, Martin Heidegger modernliği, “batının çöküşü” olarak tanımlamaktadır (Hiroshi, 2018: 26). Karl Marx da modernliği, yabancılaşmanın başlangıcı olarak tanımlamaktadır (Hannings, 2012: 163). Köklü bir değişim olarak modernlik, eski saygın durum ve davranışların daha değersiz olanlarıyla değişimi olarak algılanmaktadır.

Tanımı tam olarak yapılamayan postmodernizm, bir başka tanımsız kavram olan ve bir döneme adını veren modernizm üzerine kurulmuş, sanatçıların kendi aralarında tartışma konusu yaptıkları bir sorundur (Welsch, 1990: 26). Slavoj Žižek, Jordan Peterson ve Yuval Noah Harari gibi popüler kültür eleştirmenlerinin düşüncelerinde de olduğu gibi, özellikle günlük hayatın artan dijitalleşmesi, kişinin kendi hayatını bir hikâye olarak hazırlaması ve kişiselleştirilmiş propagandanın verimli kullanılması için olanaklar sunması, postmodernizmin temsillerinden biri olarak kabul edilmektedir (Boehm, 2020: 114). Dijitalleşme ve özellikle yeni medya, postmodern dönemin başlıca göstergelerinden biri sayılmaktadır.

Yaklaşık 12.000 yıl önce başladığına inanılan ve Son Buzul Çağı'nın sonu ve mevcut jeolojik dönemin başlangıcı olan Holosen ile aynı zamana denk gelen Neolitik Devrim, insanlık tarihinde yaşanan, yemek yeme geleneğini ve pek çok davranışı sonsuza dek değiştiren çok önemli bir dönemeç olarak, modern toplumların yolunu açmıştır (Blakemore, 2019). İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden bu yana, Fredric Jameson'a göre "postmodernizm" terimi ile çok iyi tanımlanabilecek bir toplumsal değişimin olduğu inkâr edilememektedir. Postmodern çağın tam olarak nasıl anlaşılması gerektiğini ve onun etkisinin ya da özellikle edebiyattaki uygulamasının nasıl fark edilir olduğunu açıklığa kavuşturmayı amaçlayan tartışmalar yoğunlaşmaktadır (Blochinger, 2013: 185). Aslında sorun yalnızca edebiyattaki algılar değil, tüm yaşamı kapsayan düşünsel ve fiziksel bir sorundur.

Bazı görüşlere göre bir takım kişiler zamandaki noktayı geleneksel sosyolojik analiz yöntemleriyle incelemiş ve tanımlamıştır. Araştırma nesnesi postmodernken, bilimsel yaklaşım klasiktir. Tersine, "post-modern teori", post-modern anlamda -araştırmanın amacı ne olursa olsun- bilimsel görüşü değiştirmek ister. Yani burada yaklaşım yeni, konu gelenekseldir (Kapitel, 2003: 116). Her yeni olanın modern olduğu gibi, postmodern de hipermodern de yeni olanlardır; ancak tüm yeniler de eskiler üzerine kurulmakta, geleneksel olanlardan yararlanmaktadır. Yeni medya da, geleneksel gazetecilik gibi, geleneksel medyanın ilke ve tekniklerinden yararlanarak yayın yapmaktadır.

Hans Ulrich Gumbrecht'in tanıladığı gibi, şimdiki zaman "eşzamanlılıkların genişleyen bir boyutu haline gelmiştir. Bu tanı öncelikle, şimdiyi geçmiş ve gelecek arasında gelip geçici bir an olarak görmeyen, geçmişin tüm bilgisini ve geleceğin ileriye dönük öngörüsünü onun içinde bütünleştiren hakim zaman anlayışıyla ilgili olarak değerlendirilmektedir (Gunst, 2012: 216). Zaman kavramı ve uygulamaları ilk insanlardan bu yana tartışılmakla birlikte, zaman hep bir öncekinin üzerinde gerçekleşmekte ve her yeni zaman ve içeriği geçmişe dayanmaktadır.

20. yüzyılın ikinci yarısı, çeşitli tarihlere ve tanımlanmış modernizmi takip eden postmodernizm çağı olarak adlandırılır (Strasser,

2022: 44). Siyasi, kültürel ve sosyal alanlardaki şiddetli gelişmelerin hızlı ardışıklığı ve karşılıklı ilişkisi ile karakterizedir. Bu gelişmelerin iki yönlü bir temel eğilimi takip ettiği görülmektedir (Karaduman, 2010: 2896). Modern ve türevleriyle ilgili kavramlar sürekli tatırılmakla birlikte, bazı ortak tanımlamalar ve açıklamalar bulunmaktadır.

Bir yandan, yüzyılın ilk yarısının, özellikle 1930'ların daha kolektif toplumsal yönelimleriyle karşılaştırıldığında, dünya görüşünün net bir bireyselleşmesi ve benlik ve dünya görüşlerinin göreliliği ve taraflılığı konusunda artan bir farkındalık gözlemlenebilir. Öte yandan, modern çağda zaten başlamış olan geleneksel toplum ve kültür fikirlerinin yerini alması, hem yaşam referanslarının giderek anonimleştirilmesinin yabancılaştırıcı anlamında hem de çoğu zaman travmatik olarak deneyimlenen kayıp anlamında hızlandırılmış bir hızla gerçekleşmektedir. 20. Yüzyıl, değişik etkenlerle dünyada pek çok düşünsel ve fiziksel gerçekliğin değiştiği bir süreç olmuştur (Cereci, 2022: 171). Bu dönemde mimariden dillere, giyimden insan ilişkilerine kadar çok sayıda unsur ve değer, yerini daha yeni ve farklı olanlara bırakmıştır.

Değerlerin ve kimlik kalıplarının yanı sıra çoğulcu, giderek ekolojik yönelimli düşünme ve sanatsal yaratım biçimlerine dayanan yeni, alternatif yaşam ve topluluk biçimlerinin tasarımının özgürleştirici anlamında değiştiği görülmektedir (Stefanescu, 2019: 258). Bu geçişin çeşitliliğine uygun olarak, yüzyılın ortalarından itibaren ortaya çıkan Amerikan edebiyatı, geleneksel gerçekçi temsil biçimlerinden radikal deneylere ve pragmatik bir dönüşten sömürge sonrası yaşam durumlarına kadar uzanmaktadır. Bir yandan elektronik çağın olumlu ve olumsuz etkilerini yansıtırken, diğer yandan çok kültürlü bir toplumda hiyerarşik olmayan bir birlikte yaşama olanakları yaratmaktadır (Zapf, 2010: 327). Sözü edilen zamanın, fiziksel yapıdan düşünsel anlayışlara kadar köklü bir bütünsel değişim yaşadığı söylenebilmektedir.

Genç kuşak yazarların paradigmaları, postmodernizmin en parlak dönemindekilerden önemli ölçüde farklıdır. Tarihsel romanlar alanında postmodern fikirlerin edebi olarak somutlaşmasına ilişkin tartışmalar sona ermiştir; postmodern edebiyatı kararlı bir şekilde şekillendiren yazarlar bile, konunun (yeniden) inşasında ifade edilen yeni eserlerde

farklı öncelikler belirlemişlerdir. Postmodernizmden artık, birbirini takip eden çağlar olarak düşünülen bir modernitenin sona ermesinden sonraki zaman olarak konuşmamak gerektiği düşüncesi egemen olmuştur (Schilling, 2012: 293). Postmodernizm, öncesinden ve sonrasında bağımsız, kendine özgü bir süreçtir.

Çağ değişmiştir. Sosyal sektördeki farklı eğitim ve nitelik biçimlerine bakıldığında, farklı teklif ve müdahale biçimlerinin yaygınlaşması görünür hale gelmiştir. Postmodern sosyal hizmet, sosyal hizmetin postmodern bir meslek olarak değerlendirilebileceğini varsayan sosyal hizmette teorik bir bakış açısıdır ve sosyal hizmet mesleği, diğer şeylerin yanı sıra, toplumun modernleşmesinden kaynaklanan ve dolayısıyla toplumun modern ilkelere göre gelişmesi nedeniyle ortaya çıkan sorunlara tepki verdiği için postmodernidir (Kleve, 2005: 39). Kendi içinde bile ateşli biçimde tartışılan postmodernizm, kendine kadar geçen süreçte oluşan birikimin kökten değiştiği, isteyerek veya istemeyerek benimsendiği bir süreçtir.

Düşünsel tarihin değişik evrelerinden geçerek oluşan Postmodern yaklaşım, öz yaşamı da değişik evrelerden geçen Zygmunt Bauman'da da farklı biçimde şekillenmiştir. Sosyolog Zygmunt Bauman'a göre "Postmoderniteye atfedilen başlıca özellik, kültürlerin, toplumsal geleneklerin, ideolojilerin, hayat stillerinin veya da dil oyunlarının sürekli ve azımsanamayacak çoğulculuğu veya bu çoğulculuğun tanınması ve bilincinde olunmasıdır.

Postmodern dünyada çoğul olan şeyler, evrimsel bir sıraya dizilemez veya da yaygın problemlerin doğru veya yanlış çözümü olarak sınıflamayacağı gibi, birbirinden üstün veya önemsiz olarak ta görülemezler. Hiçbir bilgi, onun mümkün kılarak anlamlandıran kültür, gelenek, dil oyunları vs. bağlamları dışında değerlendirilemez. Bundan dolayı, bu bağlamın dışında doğrulanabilecek hiçbir "geçerlilik kriteri" önemsenmemelidir. Evrensel değerler olmadan, postmodern problemi üst kültürü nasıl evrenselleştireceği değil, kültürler arasında karşılıklı anlayış ve iletişimi nasıl sağlayacağı noktasında olmaktadır" (Platt, 2020: 281). Modern çağlar ilerleyip ortaya yeni modernler çıktıkça, kültür karmaşası da artmakta, değerler daha çok tartışılmaktadır.

Postmodern yaklaşım, ekonomiden kültüre hiç görülmemiş yaklaşımlar getirmiştir. Ekonomist Dallas Smythe'in belirttiği gibi kitle iletişim araçları (özellikle ticari televizyonlar) tekeli kapitalist sistemin bir buluşudur. Bu araçların amacı bütün nüfus ve öteki örgütlerin önderliği için sorunlar, değerler ve politikalar 'gündemini' oluşturmaktır (Şener, 2020: 36). Başlangıçta sanat, mimari ve felsefe ile sınırlı olan kavram, yavaş yavaş sosyal bilimlere ve neredeyse bütün organizasyon ve yönetim araştırmalarını da içine almıştır.

Konuya kuşkuyla bakılmasının bir nedeni, terimin aldığı enflasyonist ve dolayısıyla neredeyse yönetilemez gelişme olmuştur (Weik, 1999: 24). Zamanın evrilmesi, büyük olasılıkla eskisinin yerine gelen yeni akımın bir süre sonra kontrolden çıkması olmuştur. Bu araçlar aynı zamanda izleyicileri kitle halinde üretirler ve reklâmcılara satarlar.

Televizyon bir anlamda bu görselliği yapmakla yükümlüdür. Çünkü kendinin sadece ticari bir kaygıyla kurulduğunun farkındadır. Onun için kamu yararı sadece bir kılıftır. İzleyici ürettiklerini tüketmeli, cam ekranın önünde mümkün olduğu kadar fazla kalmalıdır. İzleyiciyi, potansiyel tüketicuyu ekrana çekmek için Makyevelist bir anlayışla her yol mubahtır (Maas, 2021: 23). Medya patronları, amaçlarına ulaşmak için her yolu denerken, medya karşısındaki kitle çaresizce kendilerine sunulan çekici ve oyalayıcı iletilerle yetinmektedir.

Çağdaş kültürün, modernitenin estetik, felsefi ve ideolojik ilkelerinden, onları açıkça tanımlanmış bir alternatifle karşı karşıya bırakmadan uzaklaşmasını ifade etmeyi amaçlayan Postmodernizm, yeni entelektüel oluşum yoluyla modernitenin üstesinden gelmekten söz edilemeyeceğini, bunun yerine, hâlâ var olan modern düşüncede nicel değişiklikler meselesi olduğu görüşünde uygulamaya geçilmesini savunmuştur (Watrowski, 1999: 379). Her modern, kendinden önceki veya sonraki modernle çatışmış, diğerinin eksik veya yanlışlarından yola çıkarak kendi karakterini belirlemiştir.

Postmodernizm, tümüyle moderniteye karşı olmadığı gibi, onun revizyonundan yanadır. Negri ve Hardt postmodernizmi, kapitalizmin toplumda yeni bir formasyona dönüşmesi olarak tanımlamaktadır. Bir dönem kapitalizmin temel yönelimi modernizm iken, yeni yüzyılda bunun yerini postmodernizm almıştır. Her ne kadar modernizm ya da

postmodernizm hayatı bir dönem tahakkümü altına alsa da bunun temel belirleyici formunun kapitalizm olduğu unutulmamalıdır (Tuider, 227). Değişen tek şey yaşam koşullarının daha konformist bir yapıya dönüşmesi ve bu dönüşen ihtiyaçlara paralel olarak yeni yaşam alanlarının yaratılmasıdır. Toplumsal yapının işleyişi modernizmin tasavvur ettiği dünyadan görülemez hale geldiğinde, yerini yaşamı daha esnek kılan, toplumsal sorunlara daha yaratıcı çözüm önerileri sunan postmodernizm, kapitalizmin yeni yüzü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çünkü postmodernizm sanattan, edebiyattan, yerel olanın realitesinden bahseder. Toplumsal bir yansıma olarak günümüzde sosyal medyanın da yaşamın her alanına bu denli kolay nüfuz edebilmesi postmodernizmin teorik arka planına dayanmaktadır. Siyaset, din, kültür, moda gibi oldukça geniş ve kapsayıcı bir alana hükmeden sosyal medya, düşünceleri ve düşüncelerden kaynaklanan fiziki yapıyı da dönüştürmektedir (Can, 2021: 428). Sanal yaşam alanlarının gündelik hayatı etkisi altına aldığı sosyal ağlarla birlikte iletişim ve yönlendirme becerisi de bu alanda önemli bir değişime uğramıştır.

Michael Hardt, Amerikalı edebiyat kuramcısı ve entelektüel. Hâlen Duke Üniversitesi'nde edebiyat profesörlüğü yapmaktadır. 1993 yılında Gilles Deleuze (Gilles Deleuze: An Apprenticeship in Philosophy) üzerine kendi yazdığı kitabının dışında, Antonio Negri ile birlikte (Labor of Dionysus ve Empire) gibi ortak çalışmaları bulunmaktadır. Ayrıca Paolo Virno ile 1996'da (Radikal Thought in Italy) ve Kathi Weeks ile 2000 yılında (The Jameson Reader) ortak çalışmalar yapmıştır. 20. yüzyıl edebiyatın da modernizm ve realizm üzerine çalışmaları devam etmektedir. Siyasal teori alanında Negri ile birlikte yeni durum içinde dünyanın yeniden kavranışı ve değiştirilmesi ile ilgili bir konumda durmakta, yalnızca bu yeni durumların değerlendirilmesinde geleneksel sol-muhafazakar konumlardan ayrı yönelimler göstermektedir (Arnold, 2006: 69). Foucault'un, özellikle iktidar çözümlemeleri bağlamında, ikilinin çalışmaları üzerinde belirgin bir etkisi olduğu görülmektedir. İkili biyoiktidar kavramını yeniden kullanıma sokmaktadır. Postmodern durum içinden bir karşı düşünce geliştirme arayışı içinde oldukları söylenebilir.

İtalyan siyaset bilimci Antonio Negri (1933 doğumlu) ve Amerikalı edebiyat teorisyeni Michael Hardt (1960 doğumlu) sayesinde 1990'lardan beri devrimci teori inşası yenilenmiş ve güncellenmiştir. Ortak çalışmaları İmparatorluk, yeni dünya düzeni adına heyecan yaratmış ve hararetli tartışmaları tetiklemiştir (Berger, 2014: 37). Negri ve Hardt, elverişli bir demokrasi için teoriler ortaya koymakla birlikte, çatışmaların, bu teorilerin pratiğini engellediğini vurgulamışlardır (Kannapin, 2005: 344). Ancak Hardt ve Negri'nin yaklaşımlarının, analitik belirlemelerden yoksun olduğu görülmektedir.

Michael Hardt ve Antonio Negri İmparatorluk adlı çalışmalarında emperyalizm kavramının geçerliliğini yitirdiğinden söz ederken, küresellesmiş dünyanın savaş eksenli bir egemenlik yaklaşımıyla yönetildiğini ve küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan ulus üstü yönetim anlayışının yeni bir tür hak ve adalet yaklaşımıyla savaşları meşrulaştırdığını savunmaktadır (Tuider, 2008: 227). Sonuçta her yeni dönem, kendi kurallarını, kendi biçimini ve kendi değerlerini de yaratmaktadır.

Kaynaklar

Ajvazi, I. (2021). Baudrillard's Simulacra and Simulation. London: Idea Books. Architecture Meets Life, 186-199.

Arnold, H. (2006). Multitude. Krieg und Demokratie im Empire. Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH.

Atzert, T. (2003). Every tool is a weapon if you hold it right ... Über immaterielle Arbeit und Biomacht. Kurswechsel, 3: 111-116.

Barz, A. (2011). Zu den Begriffen Moderne und Postmoderne oder die Architektur als Zeitmaschine Ein Versuch der Begriffsnäherung aus kunstwissenschaftlicher Perspektive. Kunsttexte.de, 3: 1-8.

Beisch, N. ve Schäfer, C. (2020). Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020 Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media. Media Perspektiven, 9: 462-481.

Berger, M. (2014). Differenzen marxistischer und postoperaistischer Revolutionstheorie. Yayınlanmamış Bitirme Tezi, Universität WienInstitut für Politikwissenschaft.

Bertele, C. (2000). Die Postmoderne Gesellschaft, Munich, GRIN Verlag,

Blakemore, E. (2019). Was ist die neolithische Revolution? Geschichte und Kultur,

<https://www.nationalgeographic.de/geschichte-und-kultur/2019/04/erklaert-was-ist-dieneolithische-revolution>, 04.03.2022.

Blochinger, K. (2013). Eine „postmoderne“ Romantheorie? Die Romanpoetik Daniel Kehlmanns am Beispiel seines Romans Die Vermessung der Welt. Yayınlanmamış Bitirme Tezi, München Fakultät für Sprach- und Literaturwissenschaften Wintersemester.

Boehm, R. (2020). Jenseits des Postmodernen: Die Geburt der Metatragedie. Marburg: Tectum Verlag.

Bonacker, T. (2014). Moderne und postmoderne Gemeinschaften. Baumanns Beitrag zu einer Theorie symbolischer Integration. Zygmunt Bauman, Ed. Matthias Junge ve Thomas Kron, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, s. 153–186.

Bonenfant, M. (2020). Hypermodern Video Games as Emblems of Empire or How the Gaming Multitude Adapts to Hypermodernity. Games and Culture, 16 (3): 357-370.

Bretzke, W. R. (2015). Logistische Netzwerke. Berlin: Springer Verlag.

Budde, J. (2019). Transformationen der modernen Schule in einer postmodernen Gesellschaft. Bildung und Gesellschaft im 21. Jahrhundert, Frankfurt: Campus Verlag, s. 181-211.

Can, Y. (2021). Postmodern Bir İfşa Alanı Olarak Sosyal Medya. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31 (1): 419-430.

Cereci, S. (2021). İletişim Tekniklerinin Tarihi. Ankara: Akademisyen Kitabevi.

Clough, P. T. ve Goldberg, G. ve Schiff, R. ve Weeks, A. ve Willse, C. (2007). Ephemera Theory & Politics in Organization Industry, 7 (1): 60-77.

Coté, M. ve Pybus, J. (2007). Learning to Immaterial Labour 2.0: MySpace and Social Networks. *Ephemera Theory & Politics in Organization Industry*, 7 (1): 88-106.

Dimitriou, M. (2019). Der postmoderne Körper im Wandel: Sport, Fitness und Wellness zwischen Gesundheitsorientierung, performativem Zwang und Optimierungslogik. *Der Körper in der Postmoderne*, Ed. Minas Dimitriou, Susanne Ring-Dimitriou, Berlin: Springer, s. 6 3-92.

Foltin, R. (2002). Immaterielle Arbeit, Empire, Multitude. Neue Begrifflichkeiten in der linken Diskussion. Zu Hardt/Negris "Empire". *Grundrisse*, 2: 6-20.

Gunst, T. (2012). Die Postmoderne reist ins Mittelalter und überwindet sich selbst: Die Prognose eines ‚neuen Mittelalters‘ bei Eco und Flusser alsGegenwartsdiagnose. *Literatur und Theorieseit der Postmoderne Mit einem Nachwort von Hans Ulrich Gumbrecht*, Ed. Klaus Birnstiel / Erik Schilling, Stuttgart: S. Hirzel, Verlag, s. 213-228.

Haase, I. (2017). *Kommunikation in Open Innovation-Prozessen von kleinen Unternehmen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Hardt, M. ve Negri, A. (2001). *Empire*, Cambridge: Harvard University Press.

Hafez, N. (2014). Wahnsinn und Postmoderne. Wir der Wahnsinn in der Postmoderne integriert? *Der Sozius Zeitschrift für Soziologie*, 2: 55-67.

Hennings, L. (2012). Marx, Engels und die moderne Soziologie: eine kurze Einführung in ihre Gesellschaftstheorie. Berlin: Lars Hennings.

Hiroshi, S. (2018). Heidegger und die Moderne Malerei. *Aesthetics*, 22: 16-28.

Imbusch, P. (2020). Die Bedeutung Zygmunt Baumans für die sozialwissenschaftliche Gewaltforschung. *Fehlfarben der Postmoderne, Weiter-Denken mit Zygmunt Bauman*, Ed. Kristin Platt, Weilerswist: Velbrück GmbH Bücher und Medien, s. 53 – 70.

Imhof, K. (2003). Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation. Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung, Ed. Markus Behmer, Friedrich Krotz, Rudolf Stöber, Carsten Winter, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden, s. 153-182.

Irrgang, B. E. O. (2003). Künstliche Menschen? Posthumanität als Kennzeichen der hypermodernen Welt? *Ethica*, 11 (1): 3-32.

Junge, M. ve Kron, T. (2014). Zygmunt Bauman: Soziologie zwischen Postmoderne, Ethik und Gegenwartsdiagnose. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kahraman, F. (2016). Zygmunt Bauman'da Toplum ve Toplumsal Düzen Kavramsallaştırması. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2): 395-404.

Kannapin, D. (2005). Die internationale Ideologie Anmerkungen zu Hardt/Negri »Multitude«. *UTOPIE kreativ*, 174: 342-348.

Kapitel, D. (2003). Postmoderne Theorie und Theorien der Postmoderne. *Moderne Organisationstheorien 2*, Ed. Elke Weik & Rainhart Lang, Wiesbaden: Gabler GmbH, s. 93-119.

Klugs, J. (2014). Die Quantified Self-Bewegung als Phänomen der Postmoderne nach Zygmunt Bauman. Munich: Grin Verlag.

Kogler, S. (2014). Adorno versus Lyotard Moderne und postmoderne Ästhetik. Freiburg: Verlag Herder GmbH.

Krause, N. (2003). Die Rezeption Foucaults in Hardt und Negris Empire. München: GRIN Verlag.

Karaduman, S. (2010). Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. *Journal of Yasar University*, 17 (5): 2886-2899.

Kleve, H. (2005). Postmoderne Sozialarbeit und Sozialstaatstransformation. *Sozialmagazin*, Heft, 2: 34-42.

Kostakeva, M. (2006). Modern oder Postmodern? Traditionalismus, Avantgarde oder Postavangarde? *Muzikologija*, 6: 179-206.

Kögler, H. H. (2014). A Critique of Dialogue in Philosophical Hermeneutics. *Journal of Dialogue Studies*, 2 (1): 47-67.

Kron, T., ve Reddig, M. (2006). Zygmunt Bauman: Die Ambivalente Verfassung moderner und postmoderner Kultur. *Kultur: Theorien der Gegenwart*, Ed. S. Moebius, & D. Quadflieg, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, s. 363-377.

Maas, M. (2021) : Die Bedeutung der Kapitalmarktkommunikation für börsennotierte Unternehmen, Working Papers, No. 9, Helmut-Schmidt-Universität, Forschungscluster OPAL, Hamburg.

Orser, E. (2013). Wissenschaftlicher Universalismus. *Felsefe Arkivi*, 25: 37-61.

Ötsch, S. (2006). Von überschätzten NutzerInnen und unterschätzten StrategInnen. *GAM 03. Architecture Meets Life*, 186-199.

Pause, J. (2011). Zeitnetze. Globalisierung und postmoderne Ästhetik in Helmut Kraussers Roman UC. *Transizt*, 7 (1): 1-20.

Platt, K. (2020). Fehlfarben der Postmoderne. Weiter-Denken mit Zygmunt Bauman. Weilerswist-Metternich: Velbrück Wissenschaft-Velbrück Verlage.

Quiring, O. (2016). Zukünftige Entwicklung der Medien Aufgaben in demokratischen Gesellschaften. *Forschung & Lehre*, 23 (12): 1058-1059.

Radu, C. (2020). Postmodernism, Post-truth, and Fake News. *Mass Media and the Deconstruction of Public Sphere. Communication.It's about Platforms*, Ed. Cristina Balaban Ioan hosu, Andreea Voina, Cluj-Napoca: Babě-Bolyai University.

Rommelspacher, (2014). Ethik in der Postmoderne-Grenzen einer soziologischen Theorie. Zygmunt Bauman, Ed. Matthias Junge ve Thomas Kron, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, s. 393-407.

Saidy, A. (1986). Die hypermoderne Revolte. Kampf der Schachideen, Berlin: De Gruyter Verlag.

Scherf, K. (2020). Sind alte Weizensorten besser verträglich als moderne? Karlsruhe: Karlsruher Institut für Technologie.

Scherr, A. (2000). Individualisierung – Moderne – Postmoderne. Eine Auseinandersetzung mit dem Individualisierungstheorem in der Perspektive eines kritischen Postmodernismus. Individualisierung und soziologische Theorie, Ed. Thomas Kron, Wiesbaden: S Verlag für Sozialwissenschaften, s. 185-202.

Schilling, E. (2012). Der historische Roman seit der Postmoderne. Umberto Eco und die deutsche Literatur. Heidelberg: Winter Verlag.

Schug, A. (2010). Deutsche Kultur“ und Werbung – Studien zur Geschichte der Wirtschaftswerbung von 1918 bis 1945. Berlin: Humboldt-Universität zu Berlin.

Sesink, W. (2008). „Medienentwicklung und Medienpädagogik: Neue Medien“. Handbuch Medienpädagogik., Ed. Uwe Sander/Friederike von Gross/Kai-Uwe Hugger, Wiesbaden: VS-Verlag, s. 407-414.

Sombart, W. (1902). Der moderne Kapitalismus. Bd. 2, Die Theorie der kapitalistischen Entwicklung: mit Registern über Band I und II. Leipzig: Duncker & Humblot.

Stöber, R. (2012). Neue Medien. Geschichte Von Gutenberg bis Apple und Google Medieninnovation und Evolution. Bremen: Edition Lumière.

Strasser, U. (2022). Intime Antagonisten: postmoderne Theorie,feministische Wissenschaft und die Geschichte der Frauen. Zeitschrift für Geschichte, 7 (1): 37-50.

Stüwe, N. (2004). Neue Medien: Entwicklung - Perspektiven – Integration. Munich: GRIN Verlag.

Suhr, M. (2016). Zygmunt Bauman Moderne und Ambivalenz Das Ende der Eindeutigkeit. Hamburg: Hamburger Edition HIS Verlagsges. mbH.

Sumarni, L. (2018). Social Media Construction in the Post Modernist Era. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 3 (1): 45-51.

Şener, N. K. (2020). İletişimin Ekonomi Politigine Dallas W. Smythe'in Perspektifinden Bakmak. *İnsan&İnsan*, 7 (26): 25-39.

Tartakover, S. G. ve Grigor'evich, Y. (2013). *Die Hypermoderne Schachpartie*. Wien: Wiener Schachzeitung.

Thomaß, B. ve Tzankoff, M. (2003). *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel in Osteuropa. Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung*, Ed. Markus Behmer, Friedrich Krotz,

Rudolf Stöber, Carsten Winter, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden, s. 183-195.

Tschöртner, A. ve Schenk, M. ve Gerhards, M. ve Klingler, W. (2009). *Medienentwicklung der letzten 25 Jahre. Quo vadis Zeitschriften?*. Ed. Dierks, S., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, s. 13-95.

Tuider, E. (2008). *Sozialraumforschung und die Theorie Sozialer Bewegungen. Das Multitude-Konzept von Michael Hardt und Antonio Negri. Schlüsselwerke der*

Sozialraumforschung, Ed. Fabian Kessl, Christian Reutlinger, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, s. 212-234.

Ulrich, A. (2001). *Umschreibung des Empire. Die Kooperation des Critical Art Ensembles und Faith Wildings in der Perspektive von Michael Hardts und Antonio Negrıs Widerstandskonzept in Empire*. *kunsttexte.de*, 1: 1-10.

Watrowski, R. (1999). "Moderne", "Spätmoderne" und "Postmoderne" in der österreichischen Literatur. ["Modernism", "Late Modernism" and "Postmodernism" in Austrian Literature]. 12. Österreichisch-Polnischen Germanistentreffens Graz 1996, https://www.researchgate.net/publication/313838162_Moderne_Spatm_oderne_und_Postmoderne_in_der_osterreichischen_Literatur_Moderni

sm_Late_Modernism_and_Postmodernism_in_Austrian_Literature, 18.03.2022. Weik, E. (1999). Postmoderne Organisationen oder The Trouble with Harry. Organisation und Postmoderne, Ed. G. Schreyögg, Wiesbaden: Dr. Th. Gabler Verlag, s. 1-28.

Welsch, W. (1990). Die Geburt der postmodernen Philosophie aus dem Geist der modernen Kunst. Die Geburt der postmodernen Philosophie aus dem Geist der modernen Kunst. Philosophisches Jahrbuch, 97 (1): 15-37.

Wissinger, e. (2007). Modelling a Way of Life: Immaterial and Affective Labour in the Fashion Modelling. Ephemera Theory & Politics in Organization Industry, 7 (1): 250-269.

Wölm, E. (2017). Das anthropologische Medium Entwurf einer medienpädagogischen und medienphilosophischen Medienanthropologie. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Universität Passau Philosophische Fakultät Fachbereich Allgemeine Pädagogik.

Wu, Y. ve Xi, N. ve Weiner, J. ve Zhang, D. Y. (2021). Differences in Weed Suppression between Two Modern and Two Old Wheat Cultivars at Different Sowing Densities. Agronomy, 11: 2-10.

Wydra, H. (2009). Kontinuitäten und Wandel politischer Religion. Vom Kommunismus zum Politischen Islam. Politik, Religion, Markt: Die Rückkehr der Religion als Anfrage an den politisch-philosophischen Diskurs der Moderne, Ed. Wilhelm Guggenberger, Dietmar Regensburger, Kristina Stöckl, Innsbruck: Innsbruck University Press, s. 245-271.

Zapf, H. (2010). Postmoderne bis zur Gegenwart. Amerikanische Literaturgeschichte, Stuttgart: J. B. Metzler Verlag, s. 305-392.

Zinganel, M. (2008). Alpine Wucherungen. Erlebnislandschaften der Hypermoderne. sinnhaft 21. Wien: Alpine Avantgarden.

Dijital Devrim

1990'ların başında, mikroteknolojilerin şirketlerde kullanılmaya başlanmasıyla birlikte, iş ve kariyer dünyasında tektonik değişimler de öngörülmüştür (Dobischat vd., 2018: 14). Kullanıcı, makine ve iş gücü arasında ağ oluşturma yanısıra (şirketler, tedarikçiler ve müşteriler arasında) ağ ve (şirket içindeki birimler arasında) entegrasyona olanak tanıyan yeni teknolojinin kullanımı, son kullanıcı sektörü için bir fırsat olarak görülmüştür (Weber vd., 2018: 70). Son birkaç yüzyıl, ekonomi alanındaki gelişmeler ve yeni tekniklerle yaşam koşullarının ve yaklaşımların değiştiğine tanık olunmuştur.

Dijital teknolojilerin uygulanmasının özgüllüğünü gerçekte neyin oluşturduğu sorusunun yanıtı, bunların başarılı bir şekilde kurulmasının, ilgili süreçlerde oyun öğelerinin uygulanmasının etkisi olarak görülebileceğini, böylece oynama yeteneğinin dijital yeterlilik olarak yorumlanabileceğini öne sürerken; ancak, uyum sağlama ve çeşitlendirme yeteneğine ek olarak, altüst etme yeteneği, insanların dijital yapılarda güvenle hareket etmeleri için temel bir ön koşul gibi görünmektedir (Schobin ve Staab, 2018: 323). Sonuçta, yalnızca oyunun kurallarını etkileme yeteneğine sahip olanlar ilgili durumları aktif olarak etkileyebilmektedir.

Ekonomi ekseninde dönen hipermodern dünyada, dijital teknolojiler ve internet teknolojileri, iletişim platformları; bilgi; eğlence; ticaret; eğitim, sağlık ve kamu hizmetleri ve daha yakın zamanda ise karmaşık üretim sistemleri sağlayarak yeni bir küresel devrime yol açmıştır (Bárcena vd., 2015: 17). “Dijitalleşme, 21. yüzyılın mega trendi olarak ekonomide, üst düzey yönetim inisiyatifinin stratejisi ve çeviklik ile verimli bir şekilde geliştirilmesini sağlamış; şirketlerin müşterilerle ilişki kurma yeteneği artırmış; odak noktası çoğunlukla reklam iletişimi ve müşteri ilişkileri yönetimi olan bir sistem yaratmıştır” (Jahn ve Pfeiffer, 2014: 87). Dijital devrim, ekonomi alanındaki akışı büyük ölçüde değiştirmiş, üretimde ve pazarlamada köklü değişimlere yol açmıştır.

2016 yılında Davos'taki Dünya Ekonomik Forumu'nda yayınlanan bir makalede “dördüncü sanayi devrimi” terimini ortaya atan Klaus Schwab'la birlikte dijital devrim kavramı da kullanılmaya başlanmıştır.

“Yapay zekâ, robotik, nesnelerin interneti, otonom araçlar, 3 boyutlu baskı, blok zinciri ve biyoteknoloji gibi yeni teknolojilerin ölçeği, hızı ve etkisinin "o kadar derin" olduğunu, "tarihte bundan daha büyük bir vaat veya potansiyel tehlike içeren bir zamanın hiç olmadığını" söylemektedir” (Reinhardt, 2020: 64). Etkileri öncelikle ve en fazla ekonomik alanda görülen dijital devrim, tüketicilerin interneti kullanmalarındaki artışa paralel olarak marka ifade unsurlarının dijital çağa uyarlanması, günümüz teknolojik evrimine uygun ve bunun hakim olacağı beklenen bir geleceğe bakan pazarlama evreni içinde yeni bir bakış açısı daha oluşturmaktadır (Rios, 2016: 33). Bilginin internet ve dijital araçlarla akışının artması da maliyetlere olumlu yansımıştır.

Net tarafsızlığı, internet yönetişimi, veri koruması, karanlık ağ, şeffaf vatandaşlar, telif hakları ve sömürü hakları, açık veri, açık yazılım, internetin özgürleştirici potansiyeli gibi kavramlar, dijital devrimle birlikte insanların yaşamına giren unsurlardır (Gallusser ve Ringger, 2017: 34). Dijital devrim sonrası Hindistan’da gündeme gelen Aadhaar Projesi, devlet ve vatandaşlık işlerini kolaylaştırarak yeni bir düzen getirmiştir. “Aadhaar Projesi, dünyanın en büyük biyometrik ve ulusal kimlik numarası projesi olmasının yanı sıra herhangi bir hükümetin en büyük BT projesidir. Aadhaar, her ikamet edene isim, doğum tarihi ve adres gibi demografik verilerinin yanı sıra fotoğraf, iris taraması ve parmak izi gibi biyometrik verilerle bağlantılı on iki haneli benzersiz bir kimlik numarasından oluşan benzersiz bir kimlik (UID) sağlamıştır” (Avgerou ve Addo, 2017: 17). Böylelikle devlet işlerinde ve vatandaşlık uygulamalarında önemli gelişmeler sağlanmıştır.

Dijitalleşme, Sanayi Devrimi’nden sonraki ikinci büyük teknolojik devrim olarak görülmekte ve endüstriyel ekonomiden dijital ekonomiye geçişin belirtisi sayılmaktadır ((Vöpel, 2021: 30). Küresel tedarik zincirlerinden mikro işletmelere kadar, modern ekonomi, güvenli ve dayanıklı bir dijital ortama doğru ilerlemektedir. Yapay zekâ dijitalin yüzey alanını daha da artırmış, kullanım alanını genişletmiştir (British Chambers of Commerce, 2024: 19). Dijital devrim, artık bir dönüşümün ötesine geçmekte ve ekonomik kuruluşlar yeni dijital iş modelleri kurarak sistemleri yenilemektedir (Wobser, 2022: 143). Bunun yanı sıra, Balbi’nin deyişiyle, “dijital devrim, kendine özgü mantraları, inanç sistemi ve gururlu inananları olan bir dine eşdeğerdir (Balbi, 2023: 98).

Dijital devrim, o denli benimsenmiş ve yaşamsallığına inanılmıştır ki, yeni bir din olarak da kabul görmektedir.

“Yalnızca ekonomiyle sınırlı kalmayan dijital devrimin etkileri sosyal alanda da değişimlere neden olmuştur. Gelişmiş ekonomilerde dijital devrim, veri odaklı, otomatikleştirilmiş örneğin, sosyal hizmetlerle ilgili kararlar alan sistemlerin ve modellerin gelişimine temel oluşturmıştır. Dijital teknolojiler giderek daha fazla sosyal politika ve hizmet sunumuna entegre edilmiş, özellikle toplumun dezavantajlı kesimleri için, refah ödemeleri, evsizlere yönelik hizmet işlemleri, aile desteği ve çocuk koruma hizmetleri gündeme gelmiştir” (Wajcman vd., 2020: 19). Dijital teknolojiler, kısa bir sürede her alana yayılmış, benimsenmiş ve kültüre dönüşmüştür.

Dijital devrimin en büyük etkisi medya üzerinde görülmüştür. Medya, dijital devrimle birlikte çok daha renkli bir içerikle geniş alalara yayılmıştır. Ancak bu gelişmeyi olumsuz eleştirenler de olmuştur (Beyes, 2017). Bütün eleştiri ve sorgulamalara karşın, dijital medyanın çekiciliği ve yayınlığı giderek artmış, dijital medya yaşamın temel referansına dönüşmüştür.

Dijitalleşmenin olumlu ve olumsuz etkileriyle başa çıkmak toplumun bir bütün olarak üstlenmesi gereken bir görevken, genç yaşta dijital eğitim anlayışının oluşturulması, siyaset, iş, eğitim alanlarında ortak çalışma gerekmektedir. Teknoloji veya insan merkezli dijitalleşme biçimlerinin bu yolları, çalışma ve istihdam koşullarının, iş içeriğinin, profesyonel gereksinimlerin tasarımı ve işgücü içindeki niteliklerin yatay ve dikey dağılımı için çeşitli senaryolar tanımlamaktadır. Bu nedenle dijitalleşme, öğrencilerin anlamlı ve sorumlu çalışmayı mümkün kılan olası yollardan seçim yapmalarını sağlayan mühendislik eğitime yönelik yeni yaklaşımlar gerektirmektedir (Kaßbaum ve Wannöffel, 2018: 278). Bu nedenle, İş 4.0 ile ilişkili sosyal ve nitelik sorunları, teknik zorlukların yeni niteliği kadar müfredatın bir parçası olmaktadır.

Bazı araştırmacı ve yazarlara göre Dijital Devrim, teknoloji kadar, hatta daha fazla Kapitalizm ve proleterya ile ilgilidir. Dijital devrimin ücretli işin karakteri açısından ne anlama geldiği, yeni “dijital proletaryanın” hangi pozisyonu alacağı ve bunun sınıf ilişkileri ve sınıf mücadeleleri açısından ne anlama geldiği tartışılmaktadır (Kuczynski,

2016: 19). Sonuçta her devrim gibi Dijital Devrim de üretimi ve tüketimi doğrudan etkilemektedir.

Yaratıcı girişimciler dijital teknolojileri kaldıraç olarak kullanıp devrim yaparken, iş modelleri, sektörlerin sınırlarını yeniden tanımlayıp yeni arayüzler yaratırken, devrimin hızla toplumsal bir devrime dönüştüğü görülmektedir (Berger, 2017: 7). Ancak zaten her devrim, az ya da çok toplumsal dönüşüme neden olmaktadır.

Dijital Devrim, radyo ve televizyon yayınlarının tekniğini tümüyle değiştirmiş, buna bağlı olarak yaşam biçimleri de değişmiştir. Uydu televizyonunun ardından karasal televizyon da dijitalleşmiş, yeni sisteme Dijital Video Yayını – Karasal (kısaca DVB-T) adı verilmiş ve abonelerin alım sistemlerini yükseltmeleri gerekmiştir. Gelen dijital sinyali analog televizyon seti tarafından işlenebilecek bir sinyale dönüştürmek için anten ile televizyon seti arasına bağlanan bir set üstü kutu gerekmiştir (Pensold, 2017: 249). Böylelikle hem yayıncılık tekniklerinde, hem yaşam koşullarında önemli değişimler olmuştur.

“Son beş yıllarda dünyada neyin değiştiğine bakıldığında, bu değişimin benzer bir hızda devam edip etmeyeceği sorgulanabilir. "Geleceğe Dönüş" filmi, 1985 ile 1955 arasındaki bir zaman yolculuğunu konu alır ve filmin öyküsünün bir kısmı, dünyanın 1955 ile 1985 arasında teknolojik olarak gelişip değişmiş olmasına dayanmaktadır. Ancak, 1985 ile 2015 arasındaki 30 yıllık zaman atlaması düşünüldüğünde, bir zaman yolcusu olarak tamamen bağlantı kaybedilir ve film muhtemelen daha da farklı olur. 30 yılda, C64 gibi ilk bilgisayarlar, aynı anda bir kamera, navigasyon cihazı, walkman, taşınabilir TV ve çok daha fazlası olan sürekli bağlı bir akıllı telefon ortaya çıkmıştır” (Raitner, 2019: 86). Bu gelişmeler, ilerleyen dönemlerde daha fantastik, hemen akla gelmeyen teknolojilerin üretileceğini ve dünyanın daha fazla değişeceğini göstermektedir.

Kaynaklar

Avgerou, C. ve Addo, A. (2017). Developmental Effects of The Digital Revolution. Critical Perspectives on Business and Management: Management Information Systems Edition: Forthcoming, Ed. Robert Galliers, Mari-Klara Stein, New York: Routledge, s. 17-22.

Balbi, G. (2023). *The Digital Revolution: A Short History of an Ideology*. Oxford: Oxford University Press.

Bárcena, A. ve Prado, A. ve Cimoli, M. ve Pérez, R. (2015). *The New Digital Revolution from The Consumer Internet to The Industrial Internet*. Santiago: e Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC).

Berger, R. (2017). *Digitalisierung gefährdet Arbeitsplätze*. Stuttgart: Roland Berger GmbH.

Beyes, T. (2017). *Organisation. Nach Der Revolution*. Ein Brevier digitaler Kulturen, Ed. Beyes, Jörg Metelmann, Claus Pias, Cambridge: Cambridge Üniversitesi, s. 204-219.

British Chambers of Commerce (2024). *Digital Revolution - Connected, Secure and Dynamic*. London: British Chambers of Commerce.

Dobischat, R. ve Käpplinger, B. ve Molzberger, G. ve Münk, D. (2018). *Digitalisierung und die Folgen: Hype oder Revolution? Bildung 2.1 für Arbeit 4.0?* Wiesbaden: Springer VS, Wiesbaden, s. 9-24.

Gallusser, M. ve Ringger, B. (2017). *Digitale Revolution: Eine Einführung in Stichworten*. Denknitz Jahrbuch 2017, s. 13-35.

Jahn, B. ve Pfeiffer, M. (2014). *Die digitale Revolution — Neue Geschäftsmodelle statt (nur) neue Kommunikation*. Marketing Review St Gallen, 31 (1): 79-93.

Kaßbaum, B. ve Wannöfel, M. (2018). *Ingenieurausbildung und Digitalisierung – Neue Beruflichkeit im Konzept des Lernens in der Lernfabrik*. Bildung 2.1 für Arbeit 4.0? Wiesbaden: Springer VS, Wiesbaden, s. 265-285.

Kuczynski, T. (2016). *Zur Dialektik von Produktivkräften und Produktionsverhältnissen in der Geschichte*. Digitale Revolution und soziale Verhältnisse im 21. Jahrhundert, Ed. Dieter Janke/Jürgen Leibiger, Hamburg: VSA: Verlag Hamburg, s. 15-26.

Reinhardt, K. (2020). Einfluss der digitalen Transformation verstehen. Digitale Transformation der Organisation, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, s. 37-66.

Rios, A. E. (2016). The Impact of the Digital Revolution in the Development of Market and Communication Strategies for the Luxury Sector (Fashion Luxury). Central European Business Review, 5 (2): 17-36.

Schobin, J. ve Staab, P. (2018). Digitale Spielkompetenz. Handlungs- und Innovationsfähigkeit in digitalen Umwelten. Bildung 2.1 für Arbeit 4.0? Wiesbaden: Springer VS, Wiesbaden, s. 319-333.

Pensold, W. (2017). Die Digitale Revolution. Zur Geschichte des Rundfunks in Österreich, Wiesbaden: Springer VS Wiesbaden, s. 249-262.

Raitner, M. (2019). Eine kurze Geschichte der Digitalisierung. Digitale Welt, 3 (1): 86-86.

Vöpel, H. (2021). Die digitale Revolution: Der große Übergang in die Datenökonomie, Neuvermessung der Datenökonomie, Ed. Straubhaar, Thomas, Hamburg: Hamburg University Press, s. 29-39.

Wajcman, J. ve Young, E. ve Fitzmaurice, A. (2020). The Digital Revolution: Implications for Gender Equality and Women's Rights 25 Years after Beijing. New York: UN Women.

Weber, E. ve Helmrich, R. ve Wolter, M. I. ve Zika, G. (2018). Wirtschaft 4.0 und die Folgen für Arbeitsmarkt und Bildung. Bildung 2.1 für Arbeit 4.0? Wiesbaden: Springer VS, Wiesbaden, s. 63-83.

Wobser, G. (2022). Die digitale Revolution. Agiles Innovationsmanagement, Berlin: Springer Gabler Berlin, s. 125-156.

Dijitalizasyon Dönemi

Basit aletler yapan homosapiensten sonra dünyada çok şey değişmiş, insanın var olduğu yaklaşık 200 bin yıldır akılları zorlayan teknik ve kültürel gelişmeler yaşanmıştır (Scholik, 2021: 197). İlk kesici silahlar, kara saban ve tekerlek insanlık tarihinin mucizevi buluşları ve kritik dönüm noktaları olarak nitelenirken, insan aklı hiç durmadan daha öteyi planlamıştır (Werner, 2021: 294). Akıl ve hayal gücü konjonktürel koşullarla birleşince, teknolojinin doğum ortamı oluşmaktadır.

Beden gücüyle çalışan tekniklerle yaşamını kolaylaştıran ve temel ihtiyaçlarını karşılayan insan, aklının gücüyle sürekli daha ileri teknikler geliştirmiş ve uygarlık düzeyini de yükseltmiştir. Analog tekniklerden sonra gelen dijital teknolojiyle arada çok uzun zaman olmamasına rağmen, dijital teknoloji hızla gelişmiş ve yaygınlaşmıştır (Cereci, 2023: 138). İnsanın yeniye ve gösterişe olan merakı da dijital teknolojinin gelişimini hızlandırmıştır.

1940'larda yayılmaya başlayan dijital teknoloji dalgaları 2020'lerde neredeyse tüm yeryüzünü kaplayan dijital örtüye dönüşmüştür (Tardieu vd., 2020: 5). Endüstri 4.0 ve Dördüncü Sanayi Devrimi fikri, 2011 yılında Almanya'daki bir fuar olan Hannover Messe'de düzenlenen bir basın toplantısında üç mühendis tarafından pazarlama tarzı bir tanıtım olarak başlamış, iki yıl sonra, Federal Bilim ve Mühendislik Akademisi, Federal Araştırma Bakanlığı'nın (BMBF) desteğiyle bir araştırma gündemi ve uygulama önerileri sunmuştur. Rifkin, rüzgar, güneş fotovoltaiik, hidroelektrik, dalga ve gelgit enerjisi gibi düşük karbonlu enerji üretim teknolojilerinin öncülük ettiği yeni bir sanayi devriminin başlangıcında olduğumuzu iddia etmiştir. Brynjolfsson ve McAfee, ekonominin dijitalleşmesinden elde edilen maddi olmayan varlıkların ve üretkenlik kazanımlarının yoğunlaştığı ikinci makine çağında olduğumuzu savunmuştur (Knell, 2021: 17). Hızlı gelişmelerle, dünyanın büyük ölçüde dijital teknolojilere adapte olduğunu ve dijital teknolojinin dünyada egemenlik kurduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

İlk insandan bu yana sürekli devinen ve üreten akıl, bir yandan daha kolay ve güzel yaşamak için, bir yandan da aklının varlığını kanıtlamak için sürekli teknikler üretmiş ve merakla beslediği aklının

yetkin örneklerini vermiştir. 1944'te, Harvard Mark, I isimli hem programlanabilir hem elektro-mekanik bilgisayar ABD'de tamamlanmıştır. 1945'te, ENIAC isimli ilk hem programlanabilir hem elektronik bilgisayar ABD'de tamamlanmış, 1946'da, John von Neumann kendi ismiyle anılan Neumann mimarisini yayınlamış, 1947'de, transistör icat edilmiştir (Rosenwald, 2020: 36). Buluşlar dizisindeki en çarpıcı ve geleceğe ışık tutan buluşlar iletişim alanında gerçekleşmiştir.

Copyblogger'ın derlediği infografiğe göre sosyal medyanın tarihi 1971'de gönderilen ilk elektronik posta ile başlamıştır. 1980'de Usenet ardından 1991'de world wide web'in ortaya çıkması sosyal web'in geçmişindeki önemli dönüm noktaları arasındadır (Raatschen, 2005: 212). Her buluş bir öncekinin devamı niteliğini taşıırken, bir sonraki için de ilk adımı oluşturmuştur.

Web'in daha sosyal hale gelmesinin ilk ipucu aslında 1994'te ortaya çıkan ilk blog'da saklıdır. 1995'te eski sınıf arkadaşlarını bulmak üzerine kurulu Classmates.com'un ortaya çıkması insanlar arasındaki gerçek sosyal ilişkilerin dijital bir platform üzerinden yürütülebilmesinin mümkün olduğunu ortaya koymuştur (Mock ve Hodis, 2022: 54). Teknik buluşlar insanların yaşamına dokundukça daha çok ilgi görmekte, yaygınlaşmakta ve teknoloji üreticileri daha fazlasını üretmektedir.

1997'de weblog terimi ortaya çıktıktan 2 yıl sonra Blogger ve LiveJournal gibi bu amaç için hazırlanmış ilk önemli alt yapılar da kullanıma sunulmuştur. Wordpress 2004'te ortaya çıktıktan sonra ise blog konusu daha da önemli hale gelmiştir (Schmidt vd., 2006: 237). Kişisel veya kurumsal bilgileri veya açıklamaları paylaşmak için çok elverişli ortamlar olan bloglar hızla yaygınlaşmaktadır.

2000 yılında Wikipedia, 2001'de Stumbleupon, 2002'de Friendster, 2003'te Myspace ve 2004'te Facebook'un açılması ise dijital ortamda sosyalleşmenin büyük hız kazanmasında etkili olan en önemli adımlar arasındadır (Penni, 2015: 87). Baş döndürücü bir hızla gelişen sayısal ortamlar, bir yandan kişisel ihtiyaçlara yanıt verirken, bir yandan da yeni yaklaşımlara ve ihtiyaçlara neden olmaktadır.

Flicker, YouTube, Twitter ve Spotify gibi servisler ise yeni nesil sosyal web'i tanımlayan önemli girişimler arasına girmiştir. Groupon ise sosyal web'i sosyal ticaret kavramı ile tanıştırmıştır (Weber, 2022: 33). Sosyal web kişiler kadar kurumların işlerini de kolaylaştırmış, herkes için yeni ufuklar açmıştır. Dijitalleşmenin gelişimi, diğer şeylerin yanı sıra artan bilgi işlem gücü, veri iletimi ve ağların geliştirilmesi gibi itici güçler tarafından belirlenmiştir (Jäggi, 2023: 18). Başlangıçtan bu yana insanların edindiği deneyim ve geliştirdiği teknik, daha ileri doğru yol almalarını sağlamıştır.

Sonrasında ise Google'ın bu alandaki pek çok denemesinin yanı sıra Foursquare ve Pinterest gibi servisler bugün gördüğümüz büyük resmi tamamlayan önemli girişimler arasında yerlerini almışlardır (Bauer vd., 2020: 18). Sayısal teknolojiler gelişip yeni buluşlar yapıldıkça insanların ilgisi artmış, yaşam tümüyle web üzerinde biçimlenmeye başlamıştır. Sayısal olanaklar ve web o denli yaşamın içine girmiştir ki, web olanakları okul öncesinden lisansüstü eğitime kadar eğitimin de öncelikli aracı haline gelmiştir (Bäuning ve Marmann, 2020: 418). Sayısal teknoloji artık insanların özel yaşamından devlet işlerine, canlı yayınlardan suç örgütlenmelerine kadar yaşamın her alanında başvuru alan temel araçlar olmuştur.

Dijitalizasyonun tüm dünyaya yayıldığı ve hemen herkesin bir şekilde dijital ağın içinde yer aldığı çağda, çok sayıda sorun da ortaya çıkmıştır. Dijital ortamda işlenen suçlardan bireylerin psikolojik sorunlarına kadar dijital ortam, insanlara sağladığı olanaklar kadar sorunlara da neden olmuştur. Bu sorunlardan birisi de, dijital ağların içindeki sorunlu insandır (Zurawski, 2021: 12). Dijital çağın insanı, bir yandan yalnızlığına çare bulmaya çalışırken, bir yandan da kararsızlıklar ve kaygılar içinde yaşamaktadır (Reisch vd., 2016: 44). Dijital teknolojiye tutkun olan insanlar genellikle, diğer insanlardan ve dünyadan soyutlanmış, kendi kurdukları bir dünyada yalnız yaşamayı tercih etmektedir.

Daha geniş bir perspektiften, dijital dönüşüm, tamamen yeni teknolojilerin ortaya çıkmasının değil, sürekli teknolojik yeniliklerin ürünüdür ve bu süreçte firmalar sadece teknolojileri tanıtmak yerine kendi dönüşümlerini sürdürmektedir. Teknolojik yenilikçilik

perspektifinden bakıldığında dijital dönüşüm, dijital teknolojilerin devam ettirdiği artımlı bir inovasyon sürecidir. Dijital teknolojiler, analog teknolojilerden farklı, tamamen yeni teknolojiler olarak kabul edilebilir, ancak dijital dönüşüm, son zamanlarda geliştirilen dijital teknolojiler ile uzun süredir var olan analog teknolojilerin birleştirildiği bir süreçtir (Kim vd., 2021: 16). Dijitalizasyon, dijital teknolojilerin üretimi ve kullanımı sürdükçe devam eden ve sürekli gelişen bir süreç olarak görünmektedir.

Avrupa'daki sosyalistler ve demokratlar dijitalleşmenin tüm Avrupa vatandaşları için fırsatlar yaracağına, sürekli değişen bu ortada dijital beceriler kazanmanın çok önemli olduğuna inanmaktadır (Europäisches Parlament, 2023: 18). Teknolojik gelişmelere ayak uydurmanın önemi, başarılı bir şekilde rekabet edebilmeyi, akıllı ve adil düzenleme yoluyla gelişmeyi sağlamaktadır. Dijitalleşme, robotlaşma ve yapay zekâ, Avrupa Birliği'nin geleceği açısından önemli olarak değerlendirilmektedir.

Kaynaklar

Bauer, R. ve Hafer, J. ve Hofhues, S. ve Schiefner-Rohs, M. ve Thillosen, A. ve Volk, B. ve Wannemacher, K. (2020). Mythen, Realitäten und Perspektiven rund um Digitalisierung. E-Learning zur Digitalisierung Mythen, Realitäten, Perspektiven, Ed. Reinhard Bauer, Jörg Hafer, Sandra Hofh ues, Mandy Schiefner-Rohs, Anne Th illosen, Benno Volk, Klaus Wannemacher, Münster: Waxmann, s. 12-22.

Bäuning, J. ve Marmann, M. (2020). Agile Lernsettings zur Entwicklung der Digital Literacy – Agilität als Grundprinzip des Lernens für das 21. Jahrhundert? E-Learning zur Digitalisierung Mythen, Realitäten, Perspektiven, Ed. Reinhard Bauer, Jörg Hafer, Sandra Hofh ues, Mandy Schiefner-Rohs, Anne Th illosen, Benno Volk, Klaus Wannemacher, Münster: Waxmann, s. 416-433.

Cereci, S. (2024). İletişimin Ekonomi Politikı. Ankara: İksad Yayınevi.

Europäisches Parlament (2023). Eine Digitale Revolution. Strazburg: Europäisches Parlament.

Jäggi, C. J. (2023). Die Geschichte der Digitalisierung. Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft, Wiesbaden: Springer Gabler, Wiesbaden, s. 7-39.

Kim, S. ve Choi, B. ve Lew, Y. K. (2021). Where Is the Age of Digitalization Heading? The Meaning, Characteristics and Implications of Contemporary Digital Transformation. Sustainability, 13 (16): 8909-8929.

Knell, M. (2021). The Digital Revolution and Digitalized Network Society. Review of Evolutionary Political Economy, 2: 9-25.

Mock, A. and Hodis, G. M. (2022). Together for Good: Aspects of Supportive Communication Between Tertiary Classmates That Lead to Academic Success. Kairaranga, 23 (1): 50-65.

Penni, J. (2015) The Online Evolution of Social Media: An Extensive Exploration of a Technological Phenomenon and its Extended Use in Various Activities. Yayınlanmamış Master Tezi, University of Huddersfield The School of Computing and Engineering Studies.

Raatschen, H. (2005). Die technische und kulturelle Erfindung des Fernsehens in den Jahren 1877 – 1882. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Erlangung des Doktorgrades der Philosophie (Dr. phil.) durch die Philosophische Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

Reisch, L. ve Büchel, D. ve Joost, G. ve Zander-Hayat, H. (2016). Digitale Welt und Handel. Verbraucher im personalisierten Online-Handel. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen beim Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz.

Rosenwald, G. (2020). Lernwerkstatt Bedeutende Erfindungen vom Rad bis zum Internet www.kohlverlag.de Wichtige Erfindungen und ihre Erfinder. Kerpen: Kohl-Verlag.

Schmidt, J. ve Schönberger, K. ve Stegbauer, C. (2006). Weblogs: Persönliches Tagebuch, Wissensmanagement-Werkzeug und Publikationsorgan. kommunikation @ gesellschaft, 6, 1-20.

Scholik, N. (2021). Limit. Ein Essay zur Lage der Weltbevölkerung. Teil 1: Grenzen und Herausforderungen. Z Außen Sicherheitspolit, 14 (2): 189-212.

Tardieu, H. ve Daly, D. ve Esteban-Lauzán, J. ve Hall, J. ve Miller, G. (2020). The Birth of Digital—A Brief History of Digital Technologies. Deliberately Digital, Cham: Springer, s. 3-7.

Weber, N. (2022). Erfindungen. Hamburg: Persen Verlag in der AAP Lehrerwelt GmbH.

Werner, M. H. (2021). Einführung in die Ethik. Berlin: J. B. Metzler.

Zurawski, N. (2021). Das Problem: Überwachung in der digitalen Welt Aus dem Buch Überwachen und konsumieren. Bielefeld: Transcript Verlag.

Dijital Dünya

20. yüzyılın sonuna kadar analog veri iletimi hâkimken 21. yüzyıl sıklıkla dijital çağ olarak adlandırılmıştır. Buradaki temel kavram bit'tir. Bit, ikili (iki değerli) ve rakam (sayı) kelimelerinden oluşan bir bileşik kelimedir. Bu nedenle bit iki değerli rakamdan oluşur: bir veya sıfır, evet veya hayır, açık veya kapalı ve dijital dünyanın temelini oluşturmaktadır (Brückner, 2015: 7). Dijital sinyal olarak bit, hem akım darbelerinden (bakır tellerde iletim için elektriksel bit) hem de ışık flaşlarından (optik fiberlerde, yani cam elyaflarda iletim için optik bit) oluşmaktadır. Dijital devrim son dönemde başta ekonomi olmak üzere teknolojileri, pazarlama ve tüketimi kökten değiştirirken, mühendisler ve girişimciler, pazarlamacılar ve sıradan tüketiciler dijital dünyayı sürekli olarak birlikte yaratmış, eskisinden farklı, yeni bir dünya kurulmuştur (Malter ve Rindfleisch, 2019: 9). Dijital devrimle birlikte dünya dijital bir eksen çevresinde dönmeye başlamıştır.

Dijital dünyada ekonomi daha hızlı ve güvenli çalışırken, yaşamın ritmi de her yerde hızlanmış ve aşırı tüketime doğru yol almıştır (Antova, 2021). Aritmetiğe dayalı, mantıksal veya işlevsel bir araç olan bilgisayar, dijital dünyanın başrol oyuncusu olmuştur. Birçok okuyucunun bir tür "PC'si", IBM'in ilk olarak 1981'de sattığı Kişisel Bilgisayar'dan türemiş, Microsoft'un Windows işletim sisteminin bir sürümünü çalıştıran bir dizüstü veya masaüstü bilgisayarı olmuştur (Kernighan, 2017: 105). Bilgisayar, çok sayıda yaşamsal işleviyle dijital dünyanın her hücresinde yer almıştır.

Teknoloji her gün insanların yaşamını yeni unsurlarla donatırken, dijital teknoloji de kendi dünyasını yaratmış ve başta ekonomi olmak üzere, tıp, eğitim gibi dallarda egemen olmuştur. Dijital dünyadaki sorunlara dijital teknolojiyle çözümler bulunurken, dijital dünyanın tümüyle sorunsuz olduğunu düşünmek de doğru olmayacaktır (Linnhoff-Popien, 2021: 6). Üretim ve tüketimin yanı sıra, dijital dünyada öğretim ve öğrenmeye ilişkin altyapılar ve teknikler de oluşturulmuş, dijital teknoloji eğitim alanında da geniş yer bulmuştur. Üniversite derslerinden öğretmen yetiştirme modellerine kadar dijital teknoloji eğitime katkıda bulunmaktadır (Kultusministerkonferenz, 2021: 29). Dijital teknolojinin

alışılmadık olanakları ve kolaylığı, onu kısa sürede dijital dünyanın egemen gücü yapmıştır.

Kendi özel araçlarını ve tekniklerinin de üreten dijital teknoloji, dijital dünyayı bir bütün olarak tasarlamış ve dijital dünyada yaşayan dijital bireyleri her yandan kendine bağlamıştır. Kişisel kartlar, kişisel dijital araçlar herkes için kişisel dijital dünyalar oluştururken, herkesin de büyük dijital dünyanın bir parçası olmasını sağlamıştır (Reisch vd., 2016: 30). Pandemi sürecinde gençler üzerinde yapılan bir dijital teknoloji araştırması, dijital teknolojilerdeki son gelişmelerin, özellikle genç bireylerin yaşadığı ruh sağlığı sorunları bağlamında, klinik araştırma ve tedavi alanını önemli ölçüde dönüştürme potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymuştur (Ong ve Bass, 2024: 153). Geleceğin dünyasını elinde tutan gençlerin ve çocukların dijital dünyaya olan bağlılıkları, dijital dünyanın uzun süre var olacağını göstermektedir.

Dijital teknolojinin, okul öncesi eğitimden başlanarak eğitimde kullanılması, hemen her bireyin dijital birey olarak dijital dünyada konumlanması anlamına gelmektedir (Dammer, 2022: 38). Alman Bilgisayar Bilimleri Derneği'nin yaptığı araştırmaya göre yurttaşlar, bilgi ve iletişim teknolojilerini yetkin bir şekilde kullanabilenler ve kullanamayanlar olarak ikiye ayrılmıştır. Ülkenin geleceğinin doğal olarak dijital dünyada bilgi ve iletişim teknolojilerini yetkin bir şekilde kullanabilenlerin ellerinde olacağı sonucuna ulaşılmıştır (Meinel vd., 2024: 7). Dijital teknolojinin en yetkin ürünü internetin, çocukların ve gençlerin kendini keşfetmeye ve kanıtlamaya olan katkısı, internetin, yeni kuşağın temel yaşamsal aracı olarak kullanılmasına neden olmuştur. “Dijital dünyadaki konumlarını ve kimliklerini dijital teknoloji aracılığıyla bulabilen yeni kuşaklar, dijital dünyayı geleceğe taşımaya çalışmaktadır” (Fellows vd., 2020: 20). Dijital dünyada insanların pek çok ihtiyacına yanıt veren olanaklar olması, onun benimsenmesini kolaylaştırmaktadır.

Bundan 30 yıl sonra dünyanın bugünküne hiç benzemeyeceği, fiziksel dünyadan kültürel yaşama kadar her şeyin farklı olacağı yönündeki görüşler artmaktadır. Analog dünyanın üzerine kurulmuş dijital dünyanın, daha yeni dijital teknolojilerle daha da değişeceğine olan inanış yaygınlaşmaktadır (Joppich, 2019: 78). “Bireysel özelliklerin

birleşimi olarak anlaşılan yaşam tarzı, bireyin "iyi" ve "başarılı" bir yaşam hakkındaki fikirlerini, "kendi yaşamını refleksif olarak tasarlayarak ve söz konusu kişilik için anlam ve önem taşıyan ilkelere doğru yönlendirerek" tutarlı bir bütün haline getirmesini de ifade etmektedir” (Schlegel-Matthies, 2019: 35). Bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimle var olan dijital dünya, insanın bedeninden ruhsal yapısına kadar hemen her alana yerleşerek yeni insan ve yaşam modelleri yaratmaktadır (Fraillon vd., 2020: 244). Yakın bir gelecekte dijital teknolojinin insanı tümüyle etkisi altına alacağı ve hatta insanın iradesi yerine geçeceği görüşünü pek çok kişi paylaşmaktadır.

Dijital dünyada teknolojinin etkileri tüm dünyada dilden dine, iş yaşamından günlük yaşama kadar değişimlere neden olmuştur. Üretim ve tüketimin yanı sıra davranışlar ve yaklaşımlar da değişmiştir. Özellikle yeni kuşaklar, daha kıvrak zekâyla ancak daha çıkarıcı ve kolaycı yetişmişlerdir (Eickelmann, 2017: 62). Ancak dijital dünyada hemen her düzen ve dizge de yeni kuşakların karakterine göre biçimlenmiştir.

Başlangıçta, bilgilerin makine tarafından okunabilir verilere dönüştürülmesi ve bu verilerin (ağ bağlantılı) bilgisayarlar ve yazılımlar kullanılarak işlenmesi anlamına gelen teknik bir terim olan dijitalleşme, öğrenme, çalışma, iletişim kurma, tüketme ve boş zamanları geçirme biçimlerini etkileyen; kısacası, günlük yaşamda nasıl yaşanıldığını ve davranıldığını etkileme gücüne sahip olmuştur (Watolla ve Röwert, 2021: 21). Kodlayan, hata ayıklayan, icat eden ve sistemleri yeniden tasarlayan günlük yazılımlar, hipermodern dünyanın en popüler araçları haline gelmiş ve dünyanın dönüş hızını belirlemişlerdir (Bialski, 2017: 141). Dünyayı saran dijital ağlarla tam bir dijital dünya oluşmuştur.

İnsanın geleceğinin doğrudan dijital teknoloji olduğu görüşünü çok sayıda bilim adamı ve düşünür beyan etmektedir (Salem, 2024: 1630). Başta ekonomi olmak üzere, dünyadaki pekçok sektörün ve yaşam alanının dijital temel üzerinde biçimlenmesi, insanın da dijital temelli bir yaşam üzerinde yaşaması anlamına gelmektedir.

Kaynaklar

Antova, G. (2021). Auf dem Weg in die neue Realität: Wie die Konvergenz von IT und Betriebstechnik den digitalen Wandel vorantreibt. Digitale Welt, 11, <https://digitaleweltemagazin.de/auf-dem-weg-in-die-neue-realitaet-wie-die-konvergenz-von-it-und-betriebstechnik-den-digitalen-wandel-vorantreibt/>, 27.05.2025.

Bialski, P. (2017). Entwickler. Nach Der Revolutiontimon. Ein Brevier digitaler Kulturen, Ed. Beyes, Jörg Metelmann, Claus Pias, Cambridge: Cambridge Üniversitesi, s. 131-141.

Brückner, V. (2015). Die digitale Welt. Das globale Netz, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, s. 5-9.

Dammer, K. H. (2022). Die „Digitale Welt“ im Diskurs Gutachten zur Digitalstrategie der KMK und des Landes NRW aus bildungspolitischer Sicht. Düsseldorf: © Philologenverband Nordrhein-Westfalen.

Eickelmann, B. (2017). Konzepte und Entwicklungsperspektiven Kompetenzen in der digitalen Welt. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Fellows, T. ve Roach, R. ve Humphreys, A. ve Llewellyn, J. ve Day, L. (2020). Navigating the Digital World: A Synthesis of The Evidence. London: Footprints Publishing.

Fraillon, J. ve Ainley, J. ve Schulz, W. ve Friedman, T. ve Duckworth, D. (2020). Preparing for Life in a Digital World IEA International Computer and Information Literacy Study 2018 International Report. Cham: Springer Nature Switzerland AG.

Joppich, L. (2019). Willi und die digitale Welt. Obergriesbach: Amac-Buch Verlag.

Kernighan, B. W. (2017). Understanding the Digital World: What You Need to Know about Computers, the Internet, Privacy, and Security. 2. Baskı, New Jersey: Princeton University Press.

Kultusministerkonferenz (2021). Lehren und Lernen in der digitalen Welt. Berlin: Sekretariat der Kultusministerkonferenz.

Linnhoff-Popien, C. (2021). Digitalisierung in Zahlen. Digitale Welt, 5: 6.

Malter, A. ve Rindfleisch, A. (2019). Transitioning to a Digital World. Marketing in a Digital World, Ed. Aric Rindfleisch, Alan J. Malter, Ledds: Emerald, s. 1-11.

Meinel, C. ve Galbas, M. ve Dengel, A. ve Wendlandt, M. (2024). Konzeption eines integrativen Schulfaches „Digitale Welt“ für hessische Schulen. Postdam: Technische Berichte des Hasso-Plattner-Instituts für Digital Engineering an der Universität Potsdam.

Ong, E. ve Bass, M. (2024). The Importance of Digital Technology. The Emergence of the Digital World, Singapore: Springer, s. 139-169.

Reisch, L. ve Büchel, D. ve Joost, G. ve Zander-Hayat, H. (2016). Digitale Welt und Handel. Verbraucher im personalisierten Online-Handel. Berlin: Tüketici İşleri Danışma Kurulu Federal Adalet ve Tüketiciyi Koruma Bakanlığı.

Salem, H. (2024). The Future of Humanity in Light of The Advancement of Artificial Intelligence. Algerian Journal of Law And political Sciences, 09 (01): 1616-1635.

Schlegel-Matthies, K. (2019). Marktwächter Digitale Welt: Schöne neue Shopping-Welt? Haushalt in Bildung & Forschung, 8 (2): 29-40.

Watolla, A. K. ve Röwert, R. (2021). Digitalitätsbezogene Kompetenzförderung in Theorie und Praxis Potentiale und Grenzen des handlungsorientierten Lernens in der Lehrkräftebildung im Kontext von Digitalität. Für eine Bildung in der Digitalen Welt, Lehrer innenbildung vor dem Hintergrund der digitalen Transformation, Ed. Matthias Ballod, Katharina Heider, Die Reihe Hallesche Beiträge zur Lehrer Zentrum für Lehrer*innenbildung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, s. 21-23.

Dijitalin Dünya Egemenliği

Yeni medyanın ve özellikle bilgisayar ve akıllı telefonların her alanda yaygın olduğu hipermodern çağda, dijital donanımların insanlar üzerindeki etkileri de artmıştır (Appel ve Schreiner, 2015: 121). Bu çağda dünya, bir bakıma dijital bir eksen etrafında dönmektedir. Devlet işlerinden özel görüşmelere hemen her eylem, dijital ortamlarda gerçekleşmektedir. Sosyal medya, tüm insanların yaşamlarını biçimlendirmekte ve eylemlerini yönlendirmektedir.

Michael Homberg, "elektronik sömürgeciliğe" yaptığı katkıda, 20. yüzyılın küresel haber trafiğinin ve bilgi akışlarının politik-kurumsal düzenlemesinin tarihine gömülü bir dijital çağın tarihi olduğuna dikkat çekmektedir (Homberg, 2022: 92). Yazar, diğerlerinin yanı sıra UNESCO'dan arşiv materyallerini kullanarak, bilgi teknolojisinde kendi kaderini tayin etme varsayımının ve dünyada serbest bir iletişim ve bilgi akışı fikrinin nasıl olduğunu açıklığa kavuşturmaktadır. Dijital platformların gücü, cumhuriyetçi terimlerle, bir başkasının gücüne müdahale etmek için keyfi veya kontrolsüz bir gücü ifade eden bir tahakküm riski de taşımaktadır. Cumhuriyetçi özgürlük ya da 'tahakkümsüzlük', böyle bir şeyin yokluğunu gerektirmektedir (Hoeksema, 2023: 12). Ancak radikal cumhuriyetçiler buna meydan okumakta, özgürlüğü kısıtlayan her türlü araca karşı koymaktadırlar.

Dijital dönüşümün sosyo-teknik koşulları, "egemen devlet" ve "egemen özne" kavramlarına meydan okumaktadır. Egemenlik arayışındaki kişi ve gruplar, dijital ortam üzerinde dünya egemenliği kurma girişimi başlatmışlardır ve bütün insanları, dijital bağlarla yaşamaya mecbur bırakarak hedeflerine yaklaşmaktadır (Müller ve Kammerl, 2022: 218). Dijitalleşme genellikle teknolojinin insanlar üzerindeki hakimiyeti ile ilişkilendirilir. Marx'ın gerçek tüketim kavramından ve endüstriyel şirketlerdeki görüşmelerden yola çıkarak, dijitalleşmiş çalışma dünyasında yer alan belirli kendini sürdürme biçimleri, dijitalleşmeye açıklık getirmektedir (Klur ve Nies, 2023: 22). Dijitalleşmenin yayılması, dijital üretim ve dijital ekonomiyi de beraberinde getirmektedir. Bu da, stratejistlerin ve siyasetçilerin dijital temelde strateji geliştirmesi demektir.

Teknik açıdan dijitalleşme, verilerin temsili ve saklanması makine tarafından okunabildiği bir ikili formdur. İçinde verilerin analog gösterimiyle karşılaştırma bulunmaktadır. Bu sistemde dijital veriler çok daha verimli bir şekilde üretilebilir, saklanabilir, işlenebilir ve çoğaltılabilmektedir (Nguyen, 2023: 6). Oluşturma, depolama, işleme ve bu verilerin çoğaltılması dijital teknolojilerin temel özelliğidir ve bu, aynı zamanda ilişkili cihazların çoğunun birbirleriyle ağ oluşturulabileceği anlamına gelmektedir (Bundesministerium, 2020: 48). Dünya artık birbiriyle bağlantılı çok sayıda araç ve gereç ekseninde dönmekte ve insan da bu döngünün bir parçası olmaktadır.

Dijitalleşme tüm yaşamı değiştirmektedir. İnsanların nasıl iletişim kurduğu, bilgi edindiği, tükettiği, sosyal ilişkileri nasıl sürdürdüğü, çalışmaları veya hareketleri tümüyle değişmektedir. Dijital dönüşümden veya bundan toplumun dijital dönüşümü sürecinden sonra tüm dünya değişmektedir. Büyük miktarda veri ve bilginin hızlı ve yapılandırılmış olarak kullanılabilirliğine yönelik yatırımlar, dijital dönüşüm denmektedir (Matt vd., 2020: 14). Dijital devrimle birlikte dünyada veri patlaması yaşanmakta, sayısız veri ve ileti elektronik sinyallerle bir uçtan diğerine taşınmakta ve kaydedilmektedir.

Dijitalleşme ve medyalaşma, yaşam ve çalışma dünyasının her alanında belirleyici değişimlere yol açmıştır. Bunlar tamamen teknik bir konunun ötesine geçmekte, geniş bir kültürel ve sosyal değişime yol açmaktadır. Bu, çocukların, ergenlerin ve genç yetişkinlerin okuldaki öğretme ve öğrenmeyi ve yaşam ve iş süreçlerinin yönetimini ve tasarısını etkileyen değişimdir (Abshagen, vd., 2023: 12). Dijital dünya, çocuklardan başlayarak herkes için öncekilerden çok farklı atmosfer yaratmıştır.

Bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, bilginin ve iletilerin hızlı bir biçimde geniş alanlara yayılması ve büyük bir kitlenin bu olanaklara ulaşması yaşamı yeniden düzenlemiştir. Okullardaki eğitim araçlarının ve müfredatın değişmesi, insanların farklı alanlara ilgi göstermesi, yeni kuşakların teknolojiye dayalı hayaller kurmasıyla, hem toplumsal yaşam hem bireysel yaşam dijital ekseninde dönmeye başlamıştır (Fraillon ve Ainley, 2019: 239). Tüm bunların yanında iş

dünyası da dijital teknolojiyle çalışmaya başlayınca, dünya tümüyle değişmiş ve dijitalleşmiştir.

Dijital dünya, öğrencilerden velilere, yöneticilerden çalışanlara kadar herkesi etkisi altına alabilen, herkesin yaşamıyla bütünleşebilen, herkesin konumunu belirleyebilen ve izleyebilen bir dünyadır. Dijital dünyada iş yaşamı tümüyle dijital teknoloji üzerine kurulmuş, birbiriyle ilintili çok sayıda aracın yardımıyla sürdürülmektedir (Zechner, 2022: 192). Dijital teknolojiler şirketlerin iş yapma biçimini de değiştirmiştir. Şirketlerin nasıl iletişim kurduğu, bilgi alışverişinde bulunduğu veya özel şirketler etkileşimi yeni formler kazanmıştır (Negreiro ve Madiega, 2019: 10). Andak dijital dünya iş yaşamı kadar günlük yaşam da değişmiştir.

Dijitalizasyon, tüm dünyayı yeni tekniklerle tanıştıırken, yeni kuşakların doğumuna da önayak olmuştur. Hipermodern çağ adı verilen bu çağın kuşakları da, hipermodern kuşak olarak adlandırılmakta ve alfabenin son sıralarında yer almaktadırlar. Son zamanlardaki Fransız sosyolojik çalışmaları, çağdaş anı karakterize etmek için hipermodernite kavramını öne sürmekte ve bu kavramın anlamları türlü farklılık gösterse de aşırılık fikri merkezi görünmektedir. Bu süreç daha çok çağdaş televizyon ve internet reklamlarındaki üstün retoriği analiz etmekte ve bu retorik ile hipermodern dönemi karakterize eden çeşitli eğilimler arasındaki seçici yakınlıkları öne sürmektedir (Gottschalk, 2009: 319). Modern ve postmodernden sonra gelen hipermodern dönem, sayısal teknolojinin en uç örnekleriyle ortaya çıktığı bir süreçtir.

Hipermodern dönem, sayısal teknolojinin akıl almaz tekniklerinin geliştirildiği, bazen yüksek teknolojinin kötü amaçlarla, hatta suç işlemek için de kullanıldığı sürece evrilmiştir. Blockchain teknolojisi, “Akıllı Sözleşmeler” ve şeffaflığın pratik katma değer olduğu, artık bilgi ve süreçlere tek bir araç olmadan erişilebilmeyi sağlayan işlemi onaylayan tarafsız aktörün, işlemi tam olarak anlayabildiği ve doğrulayabildiği teknolojidir (Kemper, 2017: 1). Tecimsel eylemlerin ve yanı sıra siyasi ve ekonomik çalkantıların giderek yoğunlaştığı hipermodern çağda, işler ve uygulamalar artık yüksek sayısal teknoloji ile yapılmaktadır.

Dijitalleşme sürecinde yaşam ortamının karmaşıklığı kat kat artmış ve değişimin dinamikleri yoğunlaşmaya devam etmiştir. Bu nedenle okullarda beslenme ve tüketici eğitimi, modern tüketim toplumunda günlük yaşam için temel eğitimin merkezi bir bileşeni olmuştur (Bartsch vd., 2017: 62). Dijital eğitim, okul öncesinden başlayarak bütün eğitim süreçlerinde temel teknik olarak benimsenince, ortaya dijital bir kuşak çıkmıştır.

Modern, postmodern, hipermodern çağlar o denli çabucak ve kendinden geçercesine yaşanmıştır ki, neler olduğunun farkına varılmamıştır. Modern yaşamın dijitalleşmesi o kadar inanılmaz ve o kadar hızlı ilerlemiştir ki, bu dönüşümün henüz çok erken aşamalarında yaşayanlar bunu gözden kaçırmıştır (Malter ve Rindfleisch, 2019: 8). Yenilikler hızlı bir şekilde art arda gelmiş ve dijital öncesi yaşamı yeni kuşaklar tarafından büyük ölçüde tanınmaz hale getirmiştir.

Dünyanın pek çok bölgesine yayılan dijitalizasyon uygulamaları, daha sağlıklı bulunan geleneksel yöntemleri ortadan kaldırdığı gerekçesiyle, çok fazla eleştirilmiştir. Özellikle eğitim ve tarım alanlarındaki dijital uygulamaların yeterliliği sürekli tartışma konusu olmuştur (Thießen, 2022: 59). Dünyanın her yerinde, haklar ve baskı arasındaki mücadele sürmektedir. Dijital teknoloji bu hareketlerin merkezinde yer almaya devam etmektedir. Hükümetler, siyasi protestolara karşı koymak, seçimlere hile karıştırmak ve askeri darbeleri pekiştirmek için sansür stratejilerini, kitlesel gözetim önlemlerini, dezenformasyon kampanyalarını ve internet kesintilerini kullanmayı politika haline getirmektedir. “2023 İnternette Özgürlük Raporu” bu gerçeği yansıtmakta ve on üç yıl üst üste küresel internet özgürlüğünün azaldığını göstermektedir (Feldstein, 2023). Dijital teknolojilerin insanlar üzerinde bir egemenlik kurduğunun henüz pek çok kişi farkında değildir.

Dijital çağın dönüşümleri muazzam biçimde insan haklarıyla ilgilidir ve bunun nedeni, yaşamın neredeyse tüm alanlarına artık dijitalleşmenin nüfuz etmesi ve bu nedenle potansiyel olarak dijitalleşme tarafından tehlikeye atılabilmesidir. Özellikle, gizlilik, ifade özgürlüğü, bilgi edinme özgürlüğü ve en çok etkilenen haklardan biri olan mahremiyet hakkı, dijital medya tarafından tehdit edilmiş özgürlük

alanlarıdır (Deutscher Bundestag, 2018: 18). İnternet kullanımı ile finans ve teknoloji arasındaki etkileşim, dijital ödeme teknolojilerinin ortaya çıkmasını tetiklemiştir. Ödeme endüstrisindeki bu tür teknolojik yenilikler, finansal katılımın temelidir (Khando vd., 2022: 13). Dijital teknolojinin geldiği son noktada tüm ekonomiler, tecimsel ilişkiler, üretim tüketim ilişkileri ve yanı sıra günlük yaşamın pek çok unsuru, dijital temelde gelişerek dijital egemenliği oluşturmaktadır.

Gün geçtikçe hızlanan dijitalleşme süreçleri, sosyal ve ekonomik etkileşimlerin her alanında gözlemlenebilmekte ve sosyal, politik ve ekonomik gelişmelerin belirlenmesinde belirleyici rol oynamaktadır (Ditlevsen vd., 2023: 20). Dünya egemenliğinin temelini oluşturan ekonomik yetkinlik ve iş yaşamı verimliliği, dijital teknolojinin kullanımı ölçüsünde gelişmektedir. Yeni değer yaratan ürünler geliştirmek ve insanları nesneler, içgörüler ve deneyimlerle buluşturmak için dijital teknolojiyi uygulamanın stratejik süreci, dünya egemenliğine açılan kapı anlamına gelmektedir (Bradt vd., 2023: 304). Dijital teknolojinin ekonomik, politik ve kültürel etkileri, güçlü bir dünya egemenliği oluşturmaktadır.

Dijitalizasyon, bir dönüşümü ifade etmektedir ve tüm devlet işlerinin, eğitim, kültür gibi alanların dijital olanaklarla çalışması anlamına gelmektedir (Landeszentrale für politische Bildung Nordrhein-Westfalen, 2024: 7). Bu da aslında neredeyse yaşamın bütünü demektir.

Kaynaklar

Abshagen, M. ve Dörnhaus, S. ve Hendricks, T. ve Kühn, O ve Lemke, J. ve Lindström, J. ve Möller, P. ve Olsen, C. ve Ramm, G. ve Schweckendiek, U. (2023). Lehren und Lernen in der digitalen Welt Perspektiven zur Kompetenzentwicklung in der Aus- und Fortbildung von Lehrkräften an allgemeinbildenden Schulen in Schleswig-Holstein. Kronshagen: Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein.

Appel, M. ve Schreiner, C. (2015). Leben in einer digitalen Welt: Wissenschaftliche Befundlage und problematische Fehlschlüsse. Stellungnahme zur Erwidern von Spitzer. Psychologische Rundschau, 66: 119-123.

Bartsch, S. ve Häußler, Angela, H. ve Petra, L. (2017). Konsum in der digitalen Welt. Haushalt in Bildung & Forschung, 6 (2): 52-65.

Bauer, R. ve Hafer, J. ve Hofhues, S. ve Schiefner-Rohs, M. ve Thilloßen, A. ve Volk, B. ve Wannemacher, K. (2020). Mythen, Realitäten und Perspektiven rund um Digitalisierung. E-Learning zur Digitalisierung Mythen, Realitäten, Perspektiven, Ed. Reinhard Bauer, Jörg Hafer, Sandra Hofhues, Mandy Schiefner-Rohs, Anne Thilloßen, Benno Volk, Klaus Wannemacher, Münster: Waxmann, s. 12-22.

Bäuning, J. ve Marmann, M. (2020). Agile Lernsettings zur Entwicklung der Digital Literacy – Agilität als Grundprinzip des Lernens für das 21. Jahrhundert? E-Learning zur Digitalisierung Mythen, Realitäten, Perspektiven, Ed. Reinhard Bauer, Jörg Hafer, Sandra Hofhues, Mandy Schiefner-Rohs, Anne Thilloßen, Benno Volk, Klaus Wannemacher, Münster: Waxmann, s. 416-433.

Bradt, A. C. ve Mihailović, S. ve Braun, O. L. (2023). Positive Psychologie und Mentale Stärke im digitalen Zeitalter. Positive Psychologie: Digitale Vermittlung von Handlungskompetenzen und Mentaler Stärke, Ed. Ottmar L. Braun, Sandra Mihailović, Berlin: Springer, Berlin, Heidelberg, s. 299-308.

Bundesministerium (2020). Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen.

Deutscher Bundestag. (2018). Berlin: Deutscher Bundestag. Menschenrechte im digitalen Zeitalter Aktueller Forschungs- und Diskussionsstand.

Dhiman, B. (2023). Key Issues and New Challenges in New Media Technology in 2023: A Critical Review. Journal of Media & Management, 5 (1): 1-4.

Ditlevsen, M. G. ve Nielsen, M. ve Pedersen, A. G. J. (2023). Werbung und PR im digitalen Zeitalter: gesellschaftliche Entwicklungen, kommunikative Implikationen, theoretische und empirische Forschungsansätze. Werbung und PR im digitalen Zeitalter, Wiesbaden: Springer VS, Wiesbaden, s. 3-26.

Feldstein, S. (2023). New Digital Dilemmas: Resisting Autocrats, Navigating Geopolitics, Confronting Platforms. Washington: Carnegie Endowment for International Peace, 30.03.2024.

Fraillon, J. ve Ainley, J. (2019). Preparing for Life in A Digital World IEA International Computer and Information Literacy Study 2018 International Report. Amsterdam: The International Association for the Evaluation of Educational Achievement.

Gottschalk, S. (2009). Bildung im Digitalen Zeitalter. *Argumente und Materialien zum Zeitgeschehen*, 108: 45-51.

Hoeksema, B. (2023). Digital Domination and the Promise of Radical Republicanism. *Philosophy & Technology*, 36 (17): 1-20.

Homberg, M. (2022). Elektronischer Kolonialismus. Perspektiven einer Nord-Süd-Geschichte des digitalen Zeitalters. *Geschichte des digitalen Zeitalters*, Ed. Ricky Wichum ve Daniela Zetti, Wiesbaden: Springer VS, Wiesbaden, s. 77-103.

Kemper, N. (2017). Blockchain-Technologie: Funktionsweise und Potenziale für Entwicklungsländer. *KfW Development Research Entwicklungspolitik Kompakt*, 17.

Khando, K. ve Islam, M. S. ve Gao, S. (2022). The Emerging Technologies of Digital Payments and Associated Challenges: A Systematic Literature Review. *Future Internet*, 15 (1): 21.

Klur, K. ve Nies, S. (2023). Governed by Digital Technology? Self-Perpetuation and Social Domination in Digital Capitalism. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 17 (1): 12-33.

Landeszentrale für politische Bildung Nordrhein-Westfalen (2024). Unser digitales Leben gestalten – Offene Bildungsmaterialien zur aktiven Teilhabe in der „digitalen Welt“. Düsseldorf: Landeszentrale für politische Bildung Nordrhein-Westfalen, https://www.politischebildung.nrw.de/fileadmin/imperia/md/content/Digitale_Medien/Digitales_Leben_Gestalten/Digitales_Leben_Gestalten_Begleitbroschuere.pdf.

Malter, A. ve Rindfleisch, A. (2019). Transitioning to a Digital World. Marketing in a Digital World, Bingley: Emerald, s. 1-11.

Matt, D. T. ve Orzes, G. ve Pedrini, G. ve Beltrami, M. ve Rauch, E. (2020). Mensch und digitale Technologie Eine Roadmap für die digitale Transformation einer Alpenregion. Industrie 4.0 Management, 36 (3): 11-15.

Müller, J. ve Kammerl, R. (2022). »Digitale Souveränität«: Zielperspektive einer Bildung in Zeitentiefgreifender Mediatisierung? Was heißt digitale Souveränität? Diskurse, Praktiken und Voraussetzungen »individueller« und »staatlicher Souveränität« im digitalen Zeitalter, Ed. Georg Glasze, Eva Odzuck, Ronald Staples, Bielefeld: Transcript Verlag, s. 201-228.

Negreiro, M. ve Madiaga, T. (2019). Der digitale Wandel. Berlin: EPRS | Wissenschaftlicher Dienst des Europäischen Parlaments.

Nguyen, O. (2023). Digital Economy and Its Components: A Brief Overview and Recommendations. Munich Personal RePEc Archive, 116110: 1-10.

Thießen, M. (2022). Digitalgeschichte als Gesellschaftsgeschichte: Perspektiven einer Regionalgeschichte der digitalen Transformation. Zur Geschichte des digitalen Zeitalters, Wiesbaden: Springer VS, Wiesbaden, s. 53-75.

Zechner, M. (2022). Was Teilnehmende von digitalen Bildungsangeboten erwarten: Ein Stimmungsbild, Magazin Erwachsenenbildung.at, 44-45: 188-193.

Medya Teknolojisi ve İnsan İlişkisi

İlk insanlardan bu yana, insanlara ileri aktaran araçlar vardır ve medya denilen bu araçlar, çağlarına uygun bir biçimde bir insandan diğerlerine türlü iletiler aktarmıştır (Cereci, Cereci, 2021: 44). Kitle iletişim araçları da denilen medya, başlangıçta yalnızca olup bitenleri insanlara aktarırken, tecimsel karakter kazandıktan sonra olup bitenleri değil, çoğunlukla kendi istediklerini yayınlamaya başlamıştır (Hoeflich, 2016: 43). Bu yolla da insanlar üzerinde ilk medya etkileri görülmeye başlanmıştır.

Medya denilen araçlar, hareketli, gizemli, eğlenceli, maceralı içerikleriyle insanları kendilerine çekmiş, daha çok medya talep eden insan bulmak, izleyici kitleyi daha da genişletmek ve daha çok kazanç sağlamak için Makyavelist davranmışlar ve her yolu kendilerine mübah saymışlardır (Nyiam, 2021: 101). Medya çoğunlukla kitlenin beklentileriyle kendi iletileri arasında sıkışıp kalırken, tercihini kendi iletilerini aktarmaktan yana kullanmış, kazanç planlarını bunun üzerine kurmuştur. İnsanların medyayı anlayıp anlamaması da, onların medyayı izleme nedenleriyle ilgilidir olmuştur (Aßmann, 2017: 142). Ancak her durumda medya, özellikle geleneksel yaşamdan modern yaşama geçilen yıllarda, insanların yaşamında başrol oynamış, yaşamın ve gündemin belirleyici aracı konumuna gelmiştir.

İnsanların ilgi alanlarından çok, medyadaki iletilerin ilgi çekiciliği medyanın cazibesini oluşturmaktadır (Tulodziecki, 2015: 38). Özellikle medya teknolojisindeki gelişmelerin ardından dijital medya dönemi başladığında, medya çok daha çekici, eğlenceli ve hipermodern çağ insanların egolarını doyuran olanaklarla onlara seslenmiştir. Dijital medyanın en yaygın araçları olan sosyal medya, eğitimden devlet işlerine, ekonomiden özel yaşamlara kadar her alanda kullanılmaya başlanmıştır (Enssen ve Hähn, 2022: 155). Bu bağlamda dünya, dijital medya ekseninde dönmeye başlamıştır.

Başta sosyal medya olmak üzere tüm medya, bir yandan tecimsel hesaplarını, kazanç planlarını yaparken, bir yandan da insanların iletişim ve öğrenme ihtiyaçlarına cevap vermiş gibi olanaklar sağlamıştır (Koschorreck ve Gundermann, 2022: 179). Tüm medyanın yoğun ileti kapsamı içinde seçme zorluğu yaşayan insanlar, günlük psikolojilerine

en çekici gelen yapımları seçmektedir. Bunun yanı sıra kendilerini günlük yaşamın geriliminden, sorunlarından uzaklaştıran eğlenceli yapımları özellikle tercih etmektedirler (Pensel ve Hofhues, 2020: 81). Bir bakıma dijital medya, hipermmodern çağda insanları sorunlarından ve gerçek dünyanın geriliminden uzaklaştıran ve onları eğlenceli dünyalara götüren bir işlev üstlenmiştir.

Dijital medya, kendi çıkar hesapları doğrultusunda içerik hazırlarken, bunun farkında olmayan insanlar çoğunlukla, günlük kaygıları ve beklentileri doğrultusunda medya ve yapım seçmektedir (Wagner vd., 2016: 71). Ancak insanlar her şekilde medyaya yaşamlarının içinde önemli bir yere koymakta, medyayı her konuda referans olarak kullanmaktadırlar. Bu kadar önem kazanan ve değerli bulunan medya da, daha yüksek teknoloji ve daha cezbedici içeriklerle hedef kitlesini ve kazancını büyütmeye çalışmaktadır. Bir anlamda, tüm dünyaya egemen olma veya egemen olmak isteyenler için araç olma planları yapmaktadır (Leyrer ve Hagenhoff, 2022: 255). Dijital medya teknolojileri, dünyanın en gelişmiş coğrafyalarından en geri kalmış olanlara kadar geniş bir yaygınlık göstermektedir.

Dijital medya ile insan arasındaki ilişki karmaşık olmakla birlikte, bazı doğal reflekslere de dayanmaktadır. Bir kişinin düşüncelerinin ve duygularının belirli bir konuda yoğunlaşması, o konuyla ilgili bir yayın seçmesiyle ve daha kolay anlamasıyla sonuçlanmaktadır (Ernst, 1993: 64). İnsanlar genellikle dijital medya içinde kolay anlayabileceği konulara ilgi duymakta, kolaylıkla kullanabilecekleri teknikleri seçmekte ve kendilerini mutlu edebilecek eylemlere yönelmektedir. Ancak tüm bu etkenler, dijital medyanın yaygınlığını ve etkilerini etkilememektedir (Pohle, 2020: 21). Dijital medya, hiçbir engel tanımadan ve sürekli yol olarak, insanların yaşamındaki egemenliğini sürdürmektedir.

Dijital medya, yüksek iletişim teknolojisiyle tüm dünyanın bilgilerini insanların hemen önüne getirmiş, bununla da kalmamış insanlara değişik bilgilerden dedikodu malzemelerine kadar dev bir veri kaynağı sunmuştur. Dijital medya, resmi eğitim kadar, sıradan insanların da temel referans kaynağı olmuştur. Özellikle geri kalmış toplumlarda insanlar, bilgiyi farklı kaynaklardan araştırmadan medyada yayınlanan

iletilere sorgulamadan inanmaktadır (Prinzing, 2021: 17). Dijital medyanın kullanım kolaylığı ve veri çokluğu, insanları kendine doğru çekerken, insanlar düşünsel eylemlerden ve üretimlerden, yanı sıra sosyal ve evrensel projelerden de uzak kalmışlardır (Faschingbauer, 2022: 56). Büyük teknolojik olanaklar içinde yaşayan dijital insan, kendini çok varsıl ve şanslı sanırken, pek çok insancıl, sosyal ve düşünsel olanaktan de uzak kalmıştır.

Dijital medya, yalnızca insanlara eğlenceli içerikler sunarak ve onlara ego tatmini sağlayarak kazanmaktadır. Medyayı anlamak, insanın ihtiyaç duyduğu gereklerle doğrudan ilgilidir ve insanlar medyayı ihtiyaçları kadar anlamaktadır ve kullanmaktadır (Schramm, 2018: 181). Ancak insanların medyayla ilişkisi, insanların sandıkları gibi onları bilgilendirip mutlu etmek kadar, onları sayısız çaresizliğe sürüklemekle de ilgilidir.

Kaynaklar

Aßmann, S. (2017). Medienbildungspolitische Positionen, Forderungen und Strategien. Medienkompetenz Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung, Ed. Harald Gapski/Monika Oberle/Walter Staufer, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, s. 146-154.

Cereci, S. (2021). İletişim Tekniklerinin Tarihi. Ankara: Akademisyen Yayınevi.

Enssen, S. ve Hähn, K. (2022). Digitalisierung in der beruflichen Orientierung und Vorbereitung Konzepte für benachteiligte Jugendliche digital gestalten? Bildung im digitalen Wandel. Lehren und Lernen mit digitalen Medien, Wilmers, Annika]; Achenbach, Michaela; Keller, Carolin, Münster: Waxmann, s. 129-160.

Ernst, H. (1993). Quellen und Wurzeln der Humanistischen Psychologie - Problemgeschichtliche Forschungen zu ihrer Entstehungsgeschichte seit der Etablierung der Psychologie als Wissenschaft an der Universität Leipzig. Humanistische Schulpädagogik, Ed. Wilhelm Wundt, Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, s. 45-65.

Faschingbauer, F. (2022). Digitale Medien und soziale Anerkennung Welchen Einfluss hat die Mediennutzung auf das Selbstbild junger Erwachsener, Cybermobbing und den zwischenmenschlichen Umgang in der Gesellschaft? Analyse am Beispiel der Sci-Fi Serie "Black Mirror". Yayınlanmamış Master Tezi, Offenburg University of Applied Sciences Fakultät Medien und Informationswesen.

Hoeflich, J. (2016). Was bedeutet es, wenn Menschen ein Medium verwenden? Der Mensch und seine Medien Mediatisierte interpersonale Kommunikation. Eine Einführung, Ed. Joachim R. Höflich, Berlin: Springer.

Koschorreck, J. ve Gundermann, A. (2022). Orchestrierung von Blended Learning in der Erwachsenen- und Weiterbildung: Ein Critical Review. Bildung im digitalen Wandel. Lehren und Lernen mit digitalen Medien, Wilmers, Annika]; Achenbach, Michaela; Keller, Carolin, Münster: Waxmann, s. 162-186.

Leyrer ve Hagenhoff, 2022 »Digitale Souveränität« in der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation Die Beziehung zwischen Rezipient*in und Gatekeeper. Was heißt digitale Souveränität? Diskurse, Praktiken und Voraussetzungen »individueller« und »staatlicher Souveränität« im digitalen Zeitalter, Ed. Georg Glasze, Eva Odzuck, Ronald Staples, Bielefeld: Transcript Verlag, s. 247-286.

Meyen, M. (2020). Die Erfindung der Glaubwürdigkeit. Medienvertrauen, Berlin: Walter de Gruyter GmbH.

Pensel, S. ve Hofhues, S. (2020). Studierende und Medien Wissensproduktion und Informationsverarbeitung in der Kommunikations- und Wissensgesellschaft. Jugendliche Mediennutzung und die Zukunft des Qualitätsjournalismus, Ed. Katharina Gallner-Holzmann, Theo Hug, Günther Pallaver, Innsbruck: Universität Innsbruck, s. 71-84.

Pohle, J. (2020). Digitale Souveränität Ein neues digitalpolitisches Schlüsselkonzept in Deutschland und Europa. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Prinzing, M. (2021). Ethik als Schlüssel für Medienvertrauen und Empowerment. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Schramm, H. (2018). Unterhaltung und öffentlich-rechtliche Medien im digitalen Medienzeitalter. Public Open Space. Zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien, Wien: Facultas Verlag. S. 179-183.

Tulodziecki, G. (2015). Dimensionen von Medienbildung: Ein konzeptioneller Rahmen für medienpädagogisches Handeln. MedienPädagogik, 5: 31–49.

Wagner, U. ve Eggert, S. ve Schubert, G. (2016). MoFam – Mobile Medien in der Familie. Studie. MoFam – Mobile Medien in der Familie. Kiel: Institut für Pädagogik.

Dijital İletişim

Instagram, Twitter, Facebook, YouTube ve Wikipedia çevrimiçi iletişimin güncel örnekleridir ve bu araçların kullanımları günlük yaşamın bir parçası haline gelmiş ve onlarsız bir yaşam ve iş dünyası hayal etmek zorlaşmıştır (Zellinger, 2017: 542). Sosyal medyanın yükselişi ve mobil cihazların artan yetenekleriyle birlikte, herkes aniden hızlı bir şekilde ve istenirse uluslararası olarak içerik oluşturma, paylaşma ve dağıtma fırsatına sahip olmuştur. “Geleneksel medyanın giderek yorumlayıcı otoritesini kaybettiği ve aynı zamanda medya yakınsamasına doğru önemli bir adım atıldığı süreçte TV, radyo, basılı yayın ve internetin birleşmesi ortaya çıkmıştır” (Niedermeier vd., 2024: 14). Dijital sistemlere dayalı medya, dijital dünyanın en yaşamsal dinamiği olmuştur.

Dijital iletişim terimi, sosyal medya ve platformlar aracılığıyla gerçekleşen iletişimi ve ayrıca cihazların ve yazılımların bağımsız olarak "etkileşime geçtiği" ve "hareket ettiği" insan-makine iletişimini veya Nesnelerin İnterneti'ni ifade ederken, analog medya çağını temsil eden gazete, radyo ve televizyondan oluşan üç kitle iletişim aracının, uzun zamandır dijital olarak yayın yaptığına ve iletişim kurduğuna, web tabanlı yan kuruluşları işlettiğine ve Twitter ve Facebook gibi dijital platformları kullanarak izleyicileriyle etkileşim kurduğuna ve etkileşim potansiyellerini ortaya koyduğuna işaret etmektedir (Reißmann, 2020: 105). Modern iletişim teknolojilerini kullanan dijital iletişim, ses, görüntü, işaretler vb. gibi hem eski hem de yeni insan iletişim araçlarını birleştiren, bilgisayarlar, cep telefonları, ağ teknolojileri, yazılımlar vb. gibi daha yeni teknolojilerle işlenen ve iletilen asırlık insan iletişiminin devamıdır (Cibril vd., 2023: 11). İletişim her çağda, farklı araçlar ve tekniklerle insanların yaşamında devam etmiştir.

Modern, dijital iletişim kanalları; hız, erişilebilirlik, multimedya gibi birçok avantaja sahiptir ancak, avantajları pek çok kişi için aşikar olsa da, kullanıcılar dijital iletişim kanallarının yapısal dezavantajlarının çoğu zaman farkında değiller. Günümüzün kamusal iletişim ağları oldukça karmaşık sistemlerdir. Özellikle, kamusal anahtarlı telefon şebekeleri (toplu olarak PSTN'ler olarak anılır), internet ve kablosuz iletişimler (uydu iletişimleri dahil) kesintisiz iletişim sağlamaktadır.

Şehirlerarası, okyanuslar arası ve farklı ülkeler, diller ve kültürler arası bağlantılar vardır. Bu nedenle dünyadan “küresel bir köy” olarak bahsedilmektedir (Haykin, 2014: 10). Dijital iletişim, anakaralar ve coğrafyalar arasında bağlar kurarak insanları birbirine yaklaştırmıştır.

“İletişim sistemleri, bir kaynak tarafından üretilen bilgileri bir hedefe iletmek için tasarlanmıştır. Kaynak çıkışı, bir analog sinyal olabilmektedir, örneğin; bir bilgisayar çıktısı gibi ayırık bir ses veya video sinyali veya dijital sinyal zaman içinde ve sonlu sayıda çıktı karakterine sahiptir. Dijital bir iletişim sisteminde, kaynak tarafından üretilen mesajlar ikili sayı dizisine dönüştürülmektedir. Temel olan, vericinin kodladığı bir iletinin en uygun biçimde alıcıya aktarılmasıdır. Anlaşılabilirlik, seçiklik ve hız iletinin amaca ulaşması için gerekli unsurlardır (Proakis ve Salehi, 2008: 997). Dijital iletişim, gerekli unsurları ve hatta daha fazlasını sağlayan bir sistemdir.

Almanya’da dijital ortamda hasta verilerinin korunması ve iletişim, sağlık sistemindeki mevcut dijitalleşme süreçleriyle birlikte veri toplama ve analiz etme olanaklarının da büyük ölçüde genişlediği, bireyselleşmiş bir toplumda, bireylerin çoğul sağlık ihtiyaçlarını karşılamak için yeni potansiyeller yaratıldığıyla ilgili araştırmalar bulunmaktadır (Dirksen, 2019: 267). Dijital iletişimin yaygın biçimde kullanıldığı Amerika Birleşik Devletleri’nde internet ve mobil teknolojinin yaygınlaşması sadece üretkenliği ve yeniliği artırmakla kalmamış, aynı zamanda yeni endüstrilerin ortaya çıkmasına da yol açmıştır. Dijital iletişim teknolojisindeki dönüm noktaları, yalnızca iş yapma biçimlerini değil, aynı zamanda toplumların, özellikle de ABD’deki ekonomik manzaraları da etkilemiştir (Okoro vd., 2023: 359). Dijital iletişimle birlikte, dünyanın ekonomi devi olarak anılan ABD’deki bütün sistemler ve teknikler değişmiş, ardından tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır.

Farklı araştırmalar, çocuklar ve gençler için dijital iletişimin varsıl bir eğlence aracı olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital ortam yetişkinler arasında daha çok bilgi amaçlı kullanılmakta ve Alman psikolog ve edebiyat bilgini Norbert Groeben, bireyi yalnızca medyayla değil, aynı zamanda medyaya rağmen toplum içinde kendi yolunu bulmak ve onu kullanmak yolunu seçtiğini belirtmektedir (Bauer ve Müble, 2020: 106).

Dijital iletişim, toplumun farklı kesimlerinde farklı biçimlerde kullanılmakta, her birey kendi gereksinimleri ve amaçları doğrultusunda dijital iletişimden yararlanmaktadır.

Dijitalizasyon sonrasında dünyada iletişim eylemlerinin büyük oranda arttığı konusunda bulgular vardır. Özellikle pandemi, seçim dönemi gibi süreçlerde artan iletişim eylemleri, dijital sistemin sağladığı olanaklarla gerçekleşmektedir (Lexa, 2021: 120). “İsviçre 2022 trend çalışması da, kurumsal iletişimin kuruluşların dijital dönüşümünde giderek daha önemli hale geldiğini göstermektedir. İletişim yönetimindeki çalışma adımları – her ne kadar oldukça yavaş olsa da – otomatikleştirilmiş, analitik ve veri işleme giderek yaygınlaşmakta, haber odası, şirketlerde disiplinler arası iletişim planlaması için yaygın bir organizasyon biçimi haline gelmektedir” (Rosenberger vd., 2023: 55). İş dünyasının temel iletişim tekniği haline gelen dijital iletişim, geleceğin iş dünyasının da temelini oluşturmaktadır.

“İnternetin ilk kez 1990'larda ortaya çıkmasından bu yana, internetin var olan hiyerarşileri yıkacağı ve güç yapılarını altüst edeceği defalarca iddia edilmiştir. Ancak o zamanlar hayal edilen bu kehanet gerçekleşmemiştir. Her çalışanın şirket kararlarında söz sahibi olma hakkı yoktur. Ama bir bakıma, çevrimiçi olarak aslında azınlık veya alt düzey bir grubun üyelerinin seslerini duyurmaları daha kolay hale gelmiştir. Bir yandan da bu durum dijitalleşmenin teknik temellerini oluşturan çevrimiçi temasların dengelenmesini sağlamıştır (Döring, 2003: 28). Bu bağlamda dijital iletişim ve internet bir bakıma demokrasiye ve eşitliğe de katkıda bulunmuş demektir.

Dijital teknolojinin en etkin aracı internet, haber gruplarına veya sohbet kutularına katılan kullanıcılar için, kişilerarası iletişim için açıkça yeni bir fırsat sunmuştur. Bu olanak, çoğu katılımcının geleneksel kişilerarası iletişim biçimleri (mektup, telefon, yüz yüze) aracılığıyla sürdürdüğü kişisel ilişkilerin çevrimiçi olarak kurulabileceğini fark etmesiyle popüler hale gelmiştir (ARD-Forschungsdienst, 468). Dijital iletişimin en popüler aracı sosyal medya, kişisel paylaşımlar için büyük olanaklar sağlarken, kötü amaçlı kullanımlara da araç olmuştur. Bu bağlamda Avrupa Veri Koruma Kurulu (EDPB 2022), sosyal medya platformlarındaki kullanıcı arayüzlerinin tasarımında karanlık

kalıplardan kaçınmak için yönergeler yayınlamıştır (Kammerl vd., 2023: 64). Dijital iletişim bir yandan iletişim olanaklarını artırıp haberleşmeyi kolaylaştırırken, bir yandan da görece herkesin bilgiye ve iletişim olanaklarına erişim eşitliğini sağlamıştır.

Kaynaklar

ARD-Forschungsdienst (1997). Digitale Kommunikation: Nutzung, Chancen und Wirkung von Onlinemedien. Media Perspektiven, 8/97: 456-463.

Bauer, M. J. ve Müble, T. (2020) : Psychologie der digitalen Kommunikation, Wirtschafts- und Sozialpsychologie, No. 4, München: Utzverlag GmbH.

Cibril, E. ve Rukayye, R. ve Beşir, A. S. (2023). Digital Communication. https://www.researchgate.net/publication/371531206_Digital_Communication, 21.05.2025.

Dirksen, H. H. (2019). Digitale Kommunikation im Gesundheitswesen. EHK , 68: 265–269.

Döring, N. (2003). Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internets für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hogrefe.

Haykin, S. (2014). Digital Communication Systems. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Kammerl, R. ve Kramer, M. ve Müller, J. ve Potzel, K. ve Tischer, M. ve Wartberg, L. (2023). Dark Patterns und Digital Nudging in Social Media – wie erschweren Plattformen ein selbstbestimmtes Medienhandeln? Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Lexa, C. (2021). Digitale Kommunikation. Fit für die digitale Zukunft. Fit for Future. Wiesbaden: Springer Gabler, Wiesbaden, s. 119-121.

Niedermeier, S. ve König, S. ve Müller-Kreiner, C. (2024): Wertschätzende Kommunikation in einer digitalen Welt, ZBW – Hamburg: Leibniz Information Centre for Economics, Kiel.

Okoro, Y. O. ve Oladeinde, M. ve Akindote, O. J. ve Adegbite, A. O. ve Abrahams, T. O. (2023). Digital Communication and U.S. Economic Growth: A Comprehensive Exploration of Technology's Impact on Economic Advancement. *Computer Science & IT Research Journal*, 4 (3): 351-367.

Proakis, J. G. ve Salehi, M. (2008). *Digital Communications*. Fifth Edition, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Reißmann, W. (2020). *Digitale Kommunikation. Zeit im Lebensverlauf*, Ed. Sebastian Schinkel, Fanny Hösel, Sina-Mareen Köhler, Bielefeld: Transcript Verlag, s. 105-110.

Rosenberger, N. ve Niederhäuser, M. ve Krämer, K. (2023). *Kommunikation in der digitalen Transformation – Trendstudie Schweiz 2022*. Winterthur: ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Zellinger, T. (2017). Kirchenkommunikation online: Was reicht? Was reformieren wir? *Communicatio Socialis*, 50: 539-550.

Dijital Şeyler

1990'ların başında, neredeyse hiç kimse dijital bir video için gereken saniyede 45 milyon bitin saniyede 1,2 milyon bite düşürülebileceğine inanmazken, 1995 gibi erken bir tarihte, bu iletim hızında bir videoyu sıkıştırmak, sıkıştırmayı açmak, kodlamak veya kodunu çözmek mümkün olmuştur. Sıkıştırma teknolojisinin gelişimine ek olarak, DVD (Dijital Çok Yönlü Disk) biçimindeki depolama ortamının daha da geliştirilmesi çığır açmıştır. Bu, daha yüksek bir veri yoğunluğuna sahiptir ve CD'lerin aksine, her iki tarafına da kaydedilebilme özelliğine sahiptir (Notz, 2016: 19). Dijital teknoloji ve araçların, insanların işlerini kolaylaştırması, daha hızlı yayılım, kullanım ve üretime neden olmuştur.

Sanayi devriminde makinelerin çok sayıda ağır yükü devralıp insanın işini ve sürecini otomatikleştirdiği gibi, dijitalleşme sürecinde de dijital teknoloji bilgiyi otomatikleştirmiş, bilgisayarlar araştırmayı devralıp işleri kolaylaştırmıştır. Tarihteki sayılı devrimlerden biri olan Dijital Devrim, tüm dünyada geniş kapsamlı sosyal, ekonomik ve kültürel etkilere neden olmuş, yerküreyi değiştirmiştir (Riedmaier ve Simon, 2014: 16). Özellikle internetin iş dünyasına, yükseköğrenim kurumlarına ve kısacası yaşamın her yanına girmesiyle başlayan dijital çağ, bilgiyi keşfetme ve üretme biçimini kökten değiştirmiş, merkezizetsizlik ve araçların ortadan kaldırılması, bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) bilgiye erişimi ve bilgiyi kullanma biçimini dönüştürme kapasitesinin artması gibi sonuçlara yol açmıştır (Burklel ve Cobo, 2018: 79).

Sokrates'in düşünceleriyle dünyayı değiştirdiği gibi, dijitalleşme de düşünsel, fiziksel ve kültürel dünyayı değiştirmiştir. Hatta dijital teknoloji üzerinde yükselen internet ve sosyal medya, dünyayı tepetaklak etmiştir (Shanley vd., 2020: 214). Tarih öncesinde ve antik çağlarda yalnızca düşünce veya hayal olan şeyler, dijital teknolojiyle başka boyutlarda yaşama katılmıştır. Bu süreçte dijital teknolojileri, Uber, Facebook, Alibaba ve Airbnb gibi şirketler kendi kavram ve kurumlarını da yaratmıştır (Röglinger ve Urbach, 2017: 12). Dijital Devrim'in başlıca sonuçları yapay zekâ, blok zincirleri, bulut bilişim gibi dijital teknolojiler, nesnelerin interneti ve bunların geliştirilme hızı, ürünleri,

hizmetleri, operasyonları ve iş modellerini kökten değiştirmiştir (Spieth vd., 2021: 1989). Aslında 4. Sanayi Devrimi de denilen Dijital Devrim dünyayı kökten değiştirmiştir.

Dijital değişim, iş kollarında, hiyerarşide, becerilerde de değişimlere yol açmıştır. Bazı iş kollarının geçerliliğinin zayıflamasının yanında yeni iş kolları ortaya çıkmıştır. İş dünyasındaki değişimlerle birlikte yeni yaklaşımlar gelişmiş, çalışanlar kendilerini yenileme zorunluluğu duymuşlardır (Genner, 2019: 14). Pek çok ebeveyn küçük çocuklarını bilgisayar ve dijital teknoloji kullanmaya özendirirken, birkaç kuşak zaten dijital teknolojiyle büyümekte ve başka teknoloji tanımamaktadır (Wehrli, 2019: 21). Bu da geleceğin dünyasının teknolojisi açısından bir görüntü oluşturmaktadır.

Fransız filozof, felsefe ve bilim tarihçisi, teorisyen ve yazar Michel Serres'in belirttiği gibi, her gün çok sayıda mesaj yazdıkları için mutasyona uğrayan başparmaklar gibi, insanın ve dünyanın da dijitalizasyonla birlikte mutasyon geçirdiği ve artık “Dijital İnsan” kavramının sıkça kullanıldığı dile getirilmektedir (Gendre, 2019: 45). İnsanların dijital teknolojiyle olan yakınlıkları ve bağılıkları arttıkça dijital hümanizm gibi kavramlar daha çok konuşulmaya başlamıştır. Dijital hümanizm, dijital işletmelerin ve dijital işyerlerinin tezahüründe insanların merkez odak noktası olduğu fikridir (Schmölz, 2020: 213). Bu da dijital teknolojinin, doğrudan insandan kaynaklandığı ve insanın da dijital teknolojiyle yaşadığı anlamına gelmektedir.

Dijital araçlar da tıpkı analog araçlar gibi işlerin ve faaliyetlerin daha kolay veya daha iyi tamamlanmasına yardımcı olmaktadır. Web tabanlı araçlar ve uygulamalar, her zaman ve herkes tarafından kullanılabilme avantajına sahiptir. Ancak Trello, Bağlantı Kısaltıcı, Padlet gibi araçlar internet olmadan çalışmamaktadır. Dijital zihin haritaları, QR kodları, çizgi roman gibi araçlar da bilgisayara bağlantısı olmadan çalışmamaktadır (Narr, 2016: 4). Bazı araçlar da telefonda bağımsız uygulama olarak çalışmaktadır.

Dijital teknolojinin kullanımı yalnızca iş dünyasıyla sınırlı kalmamakta, eğitim alanında da dijital teknolojilerden fazlasıyla yararlanılmaktadır. Pedagojik destek başta olmak üzere, dil gelişimi ve öğrenmenin kolaylaştırılması aşamalarında dijital teknolojinin kullanımı

hızla yayılmaktadır (Sim ve Ismail, 2023: 2033). Bu bağlamda, dijital eğitim araçlarının üretimi de giderek artmaktadır. Almanya’da dil eğitimi konusunda kullanılan PISA, TIMSS ve IGLU programları, dil eğitimi neredeyse tümüyle dijital programlar üzerine kurmaktadır. Phontasia gibi oyun tabanlı programlar, Prosodyia gibi okuma ve yazım edinimi için zenginleştirilmiş yaklaşımlar eğitim kurumlarında yaygınlaşmaktadır (Weiss vd.,2023: 189). Dijital teknolojinin en etkin ürünü olan Bilgi ve İletişim teknolojileri ise, resmi, kurumsal işlemlerden eğitime, alışverişten eğlenceye kadar yaşamın her alanında kullanılmaktadır (García-Martínez vd. 2020: 8189). Dijital çağın yarattığı Dijital İnsan, dijital kültürü her yeni kuşağa aktarmaktadır.

Dijital teknoloji, medyanın tüm alanlara girişini kolaylaştırmış, bilgi ve haber herkesin eline geçmiştir. Kitap, radyo, televizyon, telefon ve basılı medyanın yanı sıra, SMS, e-posta, sohbet, haber, podcast, blog yazısı vb. gönderilip alınabilen araçlar herkes tarafından kullanılmaya başlamıştır (Kunze, 2012: 37). Bazı araştırmalarda dijital araçların yalnızca becerileri geliştirmek veya iş için değil, özellikle gençler ve orta yaşlı ve yaşlılar açısından kendini iyi hissetmek için de kullanıldığını ortaya koymaktadır (Kalmus vd., 2023: 249). Dijital teknoloji bir bakıma toplumsal eşitsizliği de ortadan kaldırma rolü üstlenmektedir.

Mekânsal bir bakış açısından, toplumsal olarak dezavantajlı grupların yeni bir veri ekonomisi bağlamında daha rahat yaşadıkları, en azından daha kolay iletişim kurma olanağı buldukları bilinmektedir (Scheffer, 2020: 173). Dijital teknoloji, yaşlılar, engelliler, çocuklar ve farklı toplumsal gruplar için geniş iletişim olanakları sağlamaktadır.

Kaynaklar

Burkle, M. ve Cobo, C. (2018). Redefining Knowledge in the Digital Age. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 7 (2): 79-80.

Genbdre, S. (2019). Sind wir zum «Homo Digitalis» geworden? Verdrängen die vielen Apps unsere Intelligenz? Ziehen wir unsere Handys mittlerweile allen persönlichen Beziehungen vor? Aufwachsen im digitalen Zeitalter, Bern: Bundesamt für Bauten und Logistik BBL Verkauf Bundespublikationen, s. 44-51.

García-Martínez, J. A. ve, Rosa-Napal, F. C. ve Romero-Tabeayo, I. ve López-Calvo, S. ve Fuentes-Abeledo, E. J. (2020). Digital Tools and Personal Learning Environments: An Analysis in Higher Education. *Sustainability*, 12: 8180-8191.

Genner, S. (2019). Kompetenzen und Grundwerte im digitalen Zeitalter. Aufwachsen im digitalen Zeitalter Publisher: Eidgenössische Kommission für Kinder- und Jugendfragen, Bern: Eidg. Kommission für Kinder- und Jugendfragen c/o Bundesamt für Sozialversicherungen, s. 9-15.

Kalmus, V. ve Tambaum, T. ve Abuladze, L. Use of Digital Tools, Digital Skills and Mental Well-Being. Estonian Human Development Report 2023: Mental Health and Well-Being, s. 235-250.

Kunze, J. (2012). Digitale Werkzeuge für die persönliche Wissensorganisation (Digital Tools for Personal Knowledge Organization).

https://www.researchgate.net/publication/235699556_Digitale_Werkzeuge_fur_die_personliche_Wissensorganisation_Digital_Tools_for_Personal_Knowledge_Organization, 29.05.2025.

Narr, K. (2016). Digitale Werkzeuge Der DIE-Wissensbaustein für die Praxis. Bonn: BertelsmannStiftung.

Notz, G. (2016). Digitalisierung und Geschlecht: Die digitale Revolution hat auch den Bereich der Reproduktionsarbeiterreich. *Forum Wissenschaft*, 33 (4): 17-20.

Riedmaier, S., ve Simon, F. (2014). Willkommen im digitalen Zeitalter: Chancen und Risiken der Digitalisierung. *Das studentische Journal für Politik und Gesellschaft*, 9 (1): 9-18.

Röglinger, M. ve Urbach, N. (2017). Digitale Geschäftsmodelle im Internet der Dinge. *Geschäftsmodelle in der digitalen Welt*, s. 77-94.

Scheffer, J. (2020). Digital verbunden – sozial getrennt, Gesellschaftliche Ungleichheit in räumlicher Perspektive. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Shanley, D. ve Swierstra, T. ve Wyatt, S. (2020). *Bildung in a Digital World: The Case of MOOCs. The Digital Age and Its Discontents Critical Reflections in Education*, Ed. Matteo Stocchetti, Helsinki: Helsinki University Press.

Sim, J. S. E. ve Ismail, H. H. (2023). *Using Digital Tools in Teaching and Learning English: Delving into English Language Teachers' Perspectives*. *Creative Education*, 14: 2021-2036.

Spieth, P. ve Röth, T. ve Clauss, T. ve Klos, C. (2021). *Technological Frames in the Digital Age: Theory, Measurement Instrument, and Future Research Areas*. *Journal of Management Studies*, 58 (7): 1962-1993.

Wehrli, R. (2019). *Digitalisierung und Bildung: Welche Kompetenzen sind in der künftigen Arbeitswelt gefragt? Aufwachsen im digitalen Zeitalter*, Bern: Bundesamt für Bauten und Logistik BBL Verkauf Bundespublikationen, s. 16-23.

Weiss, Z. ve Woerfel, T. ve Meurers, D. (2023). *Intelligente digitale Werkzeuge in der sprachlichen Bildung. Chancen und Herausforderungen*, Ed. Becker-Mrotzek, Michael, Gogolin, Ingrid; Roth, Hans-Joachim; Stanat, Petra, Münster: Grundlagen der sprachlichen Bildung, s. 185-197.

Dijital Teknoloji

Bir işi başarmak için özel bir prosedür veya yöntem seti olarak tanımlanan teknoloji, bir süreci desteklemek için kullanılan yeni mekanizma, ürün veya süreçtir (Russel, 2019: 226). İlk insanlarla başlayan basit teknikleri kullanma davranışı, insan aklıyla gelişerek yüksek düzeylere ulaşmıştır. Analog olarak kullanılan ilk teknikler, sayısal sistemlerin bulunmasıyla farklı boyutlarda ortaya çıkmıştır.

Teknik bilgisayar biliminin bir alt alanı olan dijital teknoloji bilgiyi işleyip sunan sistemdir (Voß, 2022: 1). Hipermodern çağın üzerine kurulduğu bilgisayar teknolojisi, devlet işlerinden eğitime, askeriyeden özel yaşama kadar hemen her alanda kullanılmaktadır.

Dijital teknoloji, kombinasyonel ve ardışık sistemlerin sistematik tasarımına dayanmaktadır (Woitowitz vd., 2012: 293). Sayısal dizgelerin önemli bir yetkinliğe ulaştığı dijital teknoloji, hipermodern insanın bütün gereksinimlerini karşılayan bir düzeye ulaşmıştır.

Haberleşme başta olmak üzere, bilgiye erişim, sosyal yaşama katılım, eğlence gibi ihtiyaçlara özel ve önemli olanaklar sağlayan dijital teknolojiye kimse kayıtsız kalamamaktadır. Sayılarla oluşan bir sistem olan dijital teknoloji, sayısal sistem olarak da anılmaktadır (Düffel, 2025: 52). Dünyayı saran sosyal ağlar da dijital teknolojinin en yaygın ve popüler uzantısıdır.

Dijital teknolojiler ekonomik ve sosyal faaliyetlerin tüm yönlerine nüfuz etmekte ve onları yeniden yapılandıran, bazılarında uygulandıkları şekillerde mevcut faaliyetleri değiştiren, bazılarında ise daha fazla etkiye sahip olan uygulamalardır (Ciarli vd., 2021: 104289). Günümüzde öğrencilerden ticaretle uğraşanlara kadar hemen herkes dijital teknolojilerden yararlanmaktadır.

Dijital bilgiler uzun süre neredeyse sınırsız miktarda kullanılabilir. Dijital bilgiler her türlü dönüşüme tabi tutulabilir. Dijital bilgiler istenildiği gibi ve belirli kalıplara göre sıralanabilir (Bolten-Bühler vd., 2021: 7). Dijital sistemler son derece entegre devrelerde uygulanabilir (Matthes, 2002: 5). Bu da dijital teknolojinin çeşitli yollarla, insanlara bilginin varyasyonlarını sağladığı anlamına gelmektedir.

Özünde bilgi ve iletişim teknolojileri olan dijital teknolojiler, sıklıkla öğrenme için ideal kaynaklar olarak anılmaktadır (Fluckiger ve Zabban, 2023: 1). Hipermodern çağda başta eğitim olmak üzere pek çok sosyal ve yaşamsal unsur, dijital teknolojiler temeli üzerinde kurulmakta ve biçimlenmektedir.

Dijital ekonomi, bireyleri, işletmeleri, cihazları, verileri ve operasyonları dijital teknoloji aracılığıyla birbirine bağlamaktan ortaya çıkan ekonomik faaliyetlerdir. Ekonomik büyümenin önemli itici gücü olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin rekabette kalabilmeleri için dijital teknolojileri kullanmaları gerektiği sıklıkla dile getirilmektedir (Solis vd., 2021: 739). Dijital ekonominin temel direği olan dijital teknoloji, büyük veri, yapay zekâ, bulut bilişim, Nesnelerin İnterneti ve blok zinciri gibi son teknoloji alanları kapsamaktadır (Li vd., 2024: 242). Son yıllar özellikle yapay zekânın ekonomik alanlarda geniş yer bulduğu dönemdir.

Dijital teknolojilerin eğitim alanında, çevrimiçi öğrenmede sağladığı olanaklar tüm dünyada eğitim düzeyini yükseltmiştir (Kumi-Yeboah vd., 2020: 57). Dijital teknolojinin sağladığı eğitim olanakları, tüm dünyada eğitimin düzeyini ve verimliliğini de artırmıştır.

Veri odaklı bakış açısı, makro ve mikro düzeyde gerçekleşen dijital dönüşüm süreçlerinin başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Toplam nüfusta yaşlı nüfusun oranının artmasıyla birlikte demografik değişim, kentleşme veya ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesi gibi sosyal ve ekonomik eğilimler, dijital teknolojilerin yenilikçi kullanımı olmadan üstesinden gelinemeyecek zorluklar ortaya koymaktadır (Krcmar, 2018: 7). Küresel değişim, dijital teknolojiyi de zorunlu kılmıştır.

Sanayi sonrası toplumların yaşam koşulları insan kalitesini önemli ölçüde değiştirmiş, dijital teknoloji artık toplumsal ve ekonomik yaşamın her alanına nüfuz etmiş ve gelişiminde baskın faktör haline gelmiştir (Kolosova vd., 2023: 9). Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla kurumsal örgütlerin kökten yeniden tasarlanması söz konusu olmuştur (Riasanow vd., 2022: 51). Hipermodern çağda tüm kurum ve kuruluşlar yapılanmalarını dijital teknolojiyle gerçekleştirmekte ve yol almaktadır.

Bilgi iletişim teknolojileri (BİT), dünyayı değiştirmiş, bilgisayarların, internetin, cep telefonlarının, akıllı telefonların ve sosyal

medyanın icadından bu yana, dijital iletişim teknolojileri, geleneksel kitle iletişim araçlarından ve tamamlayıcı bir zorunluluk olarak uzun bir yol almıştır (Uzuegbunam, 2021: 533). Dijital iletişim teknolojileriyle birlikte, uydu çoklu erişim teknikleri, çoklu ışın frekansı, çift polarizasyon frekansı, DAMA teknikleri, ALOHA algoritması gibi kavramlar gündeme gelmiştir (Sklar, 2017: 713). Dijital teknolojiler, her gün yeni bir olanak ve kolaylıkla insanların yaşamına katılmaktadır.

Dijital iletişim süreci, hesaplamalı yöntemler, birçok iletişim bilimcisinin çalışmalarını yapma biçimlerine yeni yaklaşımlar eklemiştir; dijital verilerin artan erişilebilirliği, büyük miktarda kullanıcı tarafından oluşturulan verilerin artışı, yeni eserleri inceleme ihtiyacı ve hesaplamalı kaynakların daha iyi erişilebilirliği konuları popüler hale gelmiştir (Trilling vd., 2024: 247). Geleceğin teknolojisi olarak da görülen dijital teknolojiler, yaşamsal unsur konumuna gelmektedir.

Kaynaklar

Bolten-Bühler, R. R. ve Andreas, D. ve Ellinger, D. ve Thielsch, A. (2021). Vanvinkenroye, Jan & Zender, Raphael (Hrsg.) (2021). "Schöne neue (digitale) Welt?!" Tagungsband des Jungen Forums Medien und Hochschulentwicklung 2019. „Schöne neue (digitale) Welt?!“ Tagungsband des Jungen Forums Medien und Hochschulentwicklung, Ed. Vanvinkenroye, Jan & Zender, Raphael.

Ciarli, T. ve Kenney, M. ve Massini, S. ve Piscitello, L. (2021). Digital Technologies, Innovation, and Skills: Emerging Trajectories and Challenges. Research Policy, 50(6):104289.

Düffel, R. (2025). Digitaltechnik. Frankfurt: Goethe-Universität Frankfurt.

Fluckiger, C. ve Zabban, V. (2023). Fluckiger ve Zabban, Digital Technologies and Learning. RESET, 12: 1-13.

Kolosova, O. ve Salkutsan, S. ve Efremova, M. ve Shimin, N. ve Chkalova, O. (2023). The Impact of Digital Technologies on The Quality of Life of The Population: Measurement Methodologies and Assessment Results. E3S Web of Conferences 419 May 18-19, 2023, Almaty, Kazakhstan.

Krcmar, H. (2018). Charakteristika digitaler Transformation. Digitale Transformation, Ed. Gerhard Oswald, Helmut Krcmar, Wiesbaden: Springer Gabler Wiesbaden, s. 5-10.

Kumi-Yeboah, A. ve Kim, Y. ve Sallar, A. M. ve Kiramba, L. K. (2020). Exploring the Use of Digital Technologies from the Perspective of Diverse Learners in Online Learning Environments. Online Learning Journal, 24 (4): 42-63.

Li, H. ve Li, Q. ve Xu, Z. Ve Ye, X. (2024). Digital Technologies. Journal of Digital Economy, 3: 240-248.

Matthes, W. (2002). Grundlagen der Digitaltechnik Zur Einführung und Wiederholung. Digitaltechnik - Einführung/Wiederholung, <https://www.controllersandpcs.de/lehrarchiv/pdfs/digitaltechnik/einfuehrung.pdf>, 22.05.2025.

Riasanow, T. ve Setzke, D. S. ve Böhm, M. ve Krcmar, H. (2022). Der Begriff der digitalen Transformation: Ein transdisziplinärer Literaturüberblick. Informationsmanagement und digitale Transformation ((INDITR)), Ed. Oswald, G., Saueressig, T., Krcmar, H. Wiesbaden: Springer Gabler, Wiesbaden, s. 27-58.

Sklar, B. (2017). Digital Communications Fundamentals and Applications. İkinci Baskı, Denver: Prentice Hall Publishing.

Solis, L. S. ve Axmann, B. ve Schuldt, T. (2021). Vergleich von Methoden zur Auswahl Digitaler Technologien für KMU: Welche Methoden zur Auswahl von Digitalen Technologien sind für kleine und mittlere Unternehmen am besten geeignet? ZWF Zeitschrift fuer Wirtschaftlichen Fabrikbetrieb, 116 (10): 735-739.

Trilling, D. ve Araujo, T. Kroon, A. ve Möller, A. M. ve Strycharz, J. ve Vermeer, S. (2024). Computational Communication Science in a Digital Society. Communication Research into the Digital Society Fundamental Insights from the Amsterdam School of Communication Research, Ed. Theo Araujo & Peter Neijens, Amsterdam: Amsterdam University Press B.V., s. 247-264.

Uzuegbunam, C. E. (2021). Digital Communication Technologies: Concepts, Practice And Trends. Communication and Media Studies: Multiple Perspectives, Ed. Chinyere Stella Okunna, Enugu: New Generation Books Enugu Nigeria, s. 513-538.

Voß, S. H. (2022). Digitaltechnik. Fachbereich VI - Informatik und Medien Technische Informatik Bachelor Ders Notları, Berlin: Berliner Hochschule für Technik.

Woitowitz, R. ve Urbanski, K. ve Gehrke, W. (2012). Analog-Digital- und Digital-Analog-Umsetzer. Digitaltechnik Ein Lehr- und Übungsbuch, Berlin: Springer Berlin, Heidelberg, s. 287-344.

Dijital Yayıncılık

Dijitalleşme, klasik telekomünikasyon ve bilgisayar veri iletişim sistemlerini bir araya getirerek analog sistemlerde olmayan olasılıklar ve olanaklar paleti açan sistemdir (Hirsch-Kreinsen, 2015: 25). Dijital yayın, dijital veriler üzerinden ses ve görüntü sinyallerinin iletilmesini ifade eder ve geleneksel analog yayına kıyasla ses ve görüntü kalitesini artırır.

Dijital teknoloji, radyo frekans spektrumunu verimli bir şekilde kullanmak için dijital sıkıştırmaı kullanır ve aynı bant genişliğinde birden fazla kanalın veya ses akışının aynı anda yayınlanmasına olanak tanır (Krapscha, 2023: 78). Yayıncılığın dijitalleştirilmesi, yayıncılık sektöründeki en önemli gelişmelerden biri olarak kabul edilir. İletişim uygulayıcıları ve eğitimcilerin dijitalleştirme sürecinde kilit roller oynamaları beklenmektedir (Obot, 2017: 109). Ancak dijital yayıncılık, okullardan askeriye, sanat dünyasından özel yaşamlara kadar her alanda varlığını göstermektedir.

Dijital yayıncılık aynı zamanda, geleneksel analog yayıncılık yerine dijital sinyaller aracılığıyla multimedya içeriğinin dağıtımını ifade etmektedir (Riehm vd., 2004: 554). Dijital yayıncılık, görüntü ve sesin netliğini ve kalitesini artırarak analog yayından ayrılır.

Dijital yayıncılıkta, aynı bant genişliği üzerinden daha fazla kanal iletebilmektedir. Dijital yayıncılık alanında, MPEG-2 veya MPEG-4 gibi sıkıştırma teknikleri kritik bir rol oynamaktadır (Fuchs vd., 2009: 4). Analog yayıncılıktan farklı olarak dijital yayıncılık, hem nitelik hem de kapasite bakımından çok daha gelişmiştir.

Dijital teknoloji, yayınlanan medyanın dosya boyutunu, kaliteyi önemli ölçüde etkilemeden azaltmaktadır. Sıkıştırma algoritmaları, gereksiz verileri ve video kareleri arasındaki mekânsal fazlalığı azaltma gibi çeşitli ilkelere dayanmaktadır ve sonuçta verimli veri iletimi sağlamaktadır (Heuberger, 2018: 84). Bu avantajlar, dijital yayıncılığı diğerlerinden daha tercih edilir hale getirmektedir.

Karasal TV için DVB-T, uydu için DVB-S ve kablo için DVB-C olmak üzere bir dizi uluslararası standart vardır.

ATSC (Gelişmiş Televizyon Sistemleri Komitesi): Kuzey Amerika'da ağırlıklı olarak kullanılan, karasal yayıncılık için COFDM modülasyonunu kullanan bir sistem vardır.

IPTV (İnternet Protokolü Televizyonu): Kullanımları internet protokolleri televizyon içeriğini IP ağları üzerinden iletmek özelliği vardır.

IP (İnternet Protokolü), internet veya yerel ağ üzerinden gönderilen verilerin formatını belirleyen bir dizi kuraldır.

Dijital yayın teknikleri, geniş bir kitleye yüksek kaliteli multimedya içeriği sunmak için, televizyon, radyo ve çevrimiçi içeriği verimli bir şekilde iletmek için dijital sinyalleri kullanmaktadır (Eichler, 2023: 281). Dijital medya, daha fazla sosyal katılım potansiyeline sahipken, özel gereksinimli sosyal gruplar arasında da dijital katılımı etkinleştirme ve genişletme olanaklarını kullanmaktadır (Wilmers vd., 2023: 18). Bu potansiyel, çağdaş ortamda dijital yayınların ulaştığı alanın genişliği konusuna ışık tutmaktadır.

Sıkıştırma, iletilen ses ve video dosyalarının boyutunu azaltmak için dijital yayıncılıkta kullanılan temel bir tekniktir. Sıkıştırma, dijital yayıncılıkta önemli bir yere sahip olan, daha verimli iletim ve depolama için multimedya içeriğinin dosya boyutunu küçültmek amacıyla kodlanması işlemidir (Ripperger, 2022. 112). Teknoloji her geçen gün, daha hacimli verileri daha küçük kalıplara sığdırmayı başarmaktadır.

Sistemde yaygın sıkıştırma standartları arasında MPEG-2, MPEG-4 ve H.265 (HEVC) bulunmaktadır. Dijital teknikler, yüksek çözünürlüklü içeriğin internet ve geleneksel yayın kanalları üzerinden yayınlanmasına olanak tanımaktadır (Lischka ve Stöcker, 2017: 64). “Moving Picture Experts Group” (Hareketli Görüntü Uzmanları Grubu) olarak adlandırılan MPEG, video ve ses içeriğinin etkili bir şekilde saklanması, iletilmesini ve paylaşılmasını sağlayan teknolojidir. MPEG, 1988'de ISO/IEC JTC 1/SC 2/WG 8'in Hareketli Görüntüler Uzmanlar Grubu olarak kurulmuş, Uzmanlar Grubunun, ISO organizasyon şemasında resmi olarak tanınmayan bir organizasyonel varlık olduğu gerçeğinin yanı sıra, 1991'de SC 2/WG 8, SC 2'den ayrılmış ve SC 29 olmuş, WG 8'in Hareketli Görüntü Uzmanlar Grubu

(MPEG), WG 11 Ses, resim, multimedya ve hipermedya bilgilerinin kodlanması olarak devam etmiştir. MPEG'nin 30 yıl önce kendisine koyduğu zorlu hedeflere, birçok farklı endüstri tarafından sayısız ürün, uygulama ve hizmette birlikte çalışabilir şekillerde uygulanan birçok nesil dijital medya standardını gerçekleştirmiştir (Chiariglione, 2019: 43). Dijital standartlar her geçen gün biaz daha değişmekte ve gelişmektedir.

Yaygın dijital modülasyon yayıncılıktaki teknikler arasında Dörtlü Genlik Modülasyonu (QAM) ve Ortogonal Frekans Bölmeli Çoklama (OFDM) bulunur. QAM genellikle dijital sinyalleri modüle etmek için kullanılır, aynı kablo üzerinden birden fazla kanalın iletilmesine izin verir, frekans kullanımını optimize eder ve sinyal bozulmasını azaltır (Chernoyarov vd.,2018: 241). Dörtlü genlik modülasyonu (QAM), dijital verileri bant geçiş kanalları üzerinden iletmek için yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. PAM'ın bant geçiş kanallarına genelleştirilmesi olarak da nitelenmektedir (Tretter, 2003: 216). Dijital yayıncılıktaki olanaklar arttıkça, kullanım alanları da genişlemektedir.

Dijital yayıncılık, toplumun büyük kesimine seslenerek değişik ihtiyaçlara yanıt verdiği gibi, özellikle eğitim dünyasında ve engelliler için de olanaklar sağlamaktadır. Giderek daha fazla dijitalleşen dünyada, bu değişimin engelli kişilerin eğitim ve istihdama dahil edilmesi için sağladığı olanaklar çok önemlidir (Hähn, 2023: 133). Yaşlılar, hatta okuma yazma bilmeyenler için bile büyükolanaklar sağlayan dijital yayınlar, toplumdaki hemen her kesimin işlerini ve yaşamı kolaylaştırmaktadır (Koschorreck ve Gundermann, 2023: 190). Bu da, dijital yayıncılığın hızla çok geniş alanlara yayılmasının nedenini oluşturmaktadır.

Kaynaklar

Chernoyarov, O. ve Glushkov, A. ve Litvinenko, V. ve Litvinenko, Y. ve Matveev, B. (2018). Digital Demodulator of the Quadrature Amplitude Modulation Signals. Measurement Scence Review, 18 (6): 236-242.

Chiariglione, L. (2019). A vision made real Past, present and future of MPEG. <https://leonardo.chiariglione.org/category/mpeg-book/page/6/>, 04.06.2025.

Eichler, H. (2023). Cross-Media and Platformised Journalism: ARD's Innovation Attempts at Becoming A Multiplatform Contributor to Society. Public Service Media's Contribution to Society, Ed. M. Puppis, & C. Ali, Göthenburg: Nordicom, s. 265–288.

Fuchs, H. ve Korte, O. ve Hilpert, J. (2009). Digital Broadcasting with MPEG Surround. EBU Technical Review, Q3 (1 / 10): 1-10.

Hähn, K. (2023). Wird die betriebliche Berufsausbildung und Beschäftigung in einer digitalisierten Welt inklusiver? Aus- und Nebenwirkungen der Digitalisierung für Menschen mit Behinderung auf dem ersten Arbeitsmarkt. Bildung im digitalen Wandel, Ed. Wilmers, Annika; Achenbach, Michaela Die Bedeutung digitaler Medien für soziales Lernen und Teilhabe. Münster; New York: Waxmann s. 135-151.

Heuberger, A. (2018). Dijital Rundfunk. Digitalisierung, Berlin: Springer Vieweg, Berlin, Heidelberg, s. 81-87.

Hirsch-Kreinsen, H. (2015). Digitalisierung von Arbeit: Folgen, Grenzen und Perspektiven. Soziologisches Arbeitspapier, 43: 1-32.

Koschorreck, J. ve Gundermann, A. (2023). Bildung mit digitalen Medien für benachteiligte Erwachsene – Chancen und Herausforderungen. Bildung im digitalen Wandel. Die Bedeutung digitaler Medien für soziales. Bildung im digitalen Wandel Lernen und Teilhabe, Ed. Wilmers, Annika; Achenbach, Michaela Die Bedeutung digitaler Medien für soziales Lernen und Teilhabe. Münster; New York: Waxmann s. 171-201.

Krapscha, R. (2023). Digitalisierung und ihre ökologischen Auswirkungen. Ein Interview mit Barbara Zuliani. Magazin erwachsenenbildung, 49: 75-79.

Lischka, K. ve Stöcker, C. (2017). Digitale Öffentlichkeit Wie algorithmische Prozesse den gesellschaftlichen Diskurs beeinflussen – Arbeitspapier. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

Obot, C. (2017). Awareness of and Preparedness for Digital Broadcasting among Communication Practitioners and Educators in Uyo. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 3 (2): 107-130.

Riehm, U. ve Böhle, K. ve Wingert, B. (2004). Elektronisches Publizieren. Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation. Band 1: Handbuch zur Einführung in die Information swissenschaft und – praxis, Ed. Kuhlen, R.; Seeger, Th.; Strauch, D. München: Saur, s. 549-559.

Ripperger, S. (2022). Publizieren in Technik- und Naturwissenschaften – ein Praxisbuch von der Textgestaltung bis zur Veröffentlichung. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG.

Tretter, S. A. (2003). Fundamentals of Quadrature Amplitude Modulation. *Communication System Design Using DSP Algorithms*, Boston: Springer, s. 215–230.

Wilmers, A. ve Achenbach, M. ve Keller, C. (2023). Bildung im digitalen Wandel. Die Bedeutung digitaler Medien für soziales Lernen und Teilhabe, Ed. Wilmers, Annika; Achenbach, Michaela Münster; New York: Waxmann, s. 7-32.

Dijital Yayıncılık Servisleri

Yenilik, bağlantı, verimlilik ve üretkenlik iyileştirmeleri açısından sınırsız bir potansiyel geliştiren dijitalleşme, nesnelerin interneti, blok zinciri veya artırılmış gerçeklik gibi dijital teknolojilerin giderek daha hızlı ortaya çıkması ve benimsenmesi temelinde, küresel ölçekte tüm sektörlerdeki uygulamaları, özel yaşamları ve kurumsal rutinleri büyük oranda değiştirmiştir (Berger vd., 2018: 13). Dijital teknolojilerin sağladığı olanaklar eğitimin de doğasını ve kapsamını değiştirmiş, akıllı cihazlar, Nesnelerin İnterneti (IoT), yapay zekâ (AI), artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), blok zinciri ve yazılım uygulamaları gibi çok yönlü teknolojik yenilikler, iş dünyası kadar öğretim ve öğrenmeyi ilerletmek için de yeni fırsatlar yaratmıştır (Timotheou vd., 2023: 6698). Dijital yayıncılık araçları bir bakıma, herkesin işlerini ve yaşamını kolaylaştırıcı ve zenginleştirici özellikler taşımakta ve bu nedenle hızla her alana yayılmaktadır.

Dijital yayıncılıkta 5 temel aşamadan söz edilmektedir (Pavlik, 2005: 132). Birinci aşama, ses ve görüntü kaydedicilerle yayın materyallerini toplamadır. İkinci aşama, görsel, ses veya diğer metin, grafik, multimedya veya etkileşimli programlamanın yapım olarak işlenmesidir. Üçüncü aşama olan dağıtım, içeriği dağıtmak veya iletmek için bilgisayar ağı veya telekomünikasyon teknolojilerinden yararlanmayı içermektedir. 1990'larda dijital dağıtımın ortaya çıkmasından bu yana dağıtım, radikal bir dönüşüm geçirmiştir. Dördüncü aşama depolamadır ve 19. yüzyılın sonlarından beri, elektronik teknoloji ses depolamak için kullanılabilir hale gelmiştir. Beşinci aşama ise, ses ve görüntünün anlamlı bir biçimde insanlara aktarılmasıdır.

Avustralya'da tasarlanan Early Childhood Australia'nın (ECA), çocukların gelişiminden başlayarak dijital teknolojilerin eğitimde kullanılmasını öngören plandır. Proje küçük çocukların evde, toplumda, erken öğrenme ortamlarında ve okulun ilk yıllarında gelişme ve öğrenme süreçlerini kapsamaktadır (Edwards vd., 2018: 22). Dijital yayıncılık teknolojisi, iş dünyası kadar eğitim ve günlük yaşamda da tanınmış ve benimsenmiştir. Yüksek çözünürlüklü televizyon (HDTV), analog standartlardan (PAL, NTSC ve SECAM) çok daha yüksek çözünürlükte

bir TV sinyalinin iletmek için kullanılan tamamen dijital bir sistemdir ve "Gelişmiş Televizyon Sistemleri Komitesi Dijital Televizyon Standardı" FCC 8Federal İletişim Kurulu9 tarafından resmen kabul edildikten sonra tüm dünyada hızla yayılmıştır (Cianci, 2014: 7).

DVB-H standardizasyonu ve DVB-H'nin sunduğu servislerin yanı sıra, DVB-H'nin IP veri yayınına ve genel olarak IPTV'ye verdiği destek de söz konusudur. DVB-H (Digital Video Broadcasting-Handheld), mobil cihazlarda dijital televizyon yayınlarının izlenmesine olanak sağlayan yayın teknolojisidir. IPTV, İnternet protokolü üzerinden (TCP/IPv4 - IPv6) görüntü ve ses aktarımı olarak tanımlanırken, IPTV tüm dünyadaki birçok televizyon istasyonlarını da kapsamaktadır.

Dijital Video Yayıncılığı (DVB), da üç türevde DVB-S (uydu-lite), DVB-C (kablo) ve DVB-T (karasal) olarak yayın standartları yaygın olarak kabul görmüş ve bazı AB ülkelerinde karasal yayıncılık için halihazırda kullanılmaktadır. Dijital Video Yayıncılığı (DVB), Sayısal Video Yayınlama, (İngilizce Digital Video Broadcasting kısaltması DVB olarak da bilinir), televizyon ve radyo yanında interaktif hizmetler (MHP, Mheg5, EPG, Teleteks, vs.) de aktarmaya yarayan sayısal televizyon yayın sistemidir.

AB direktifine göre analog yayın sistemi 2012 yılında kapatılmış ve DVB-T ile değiştirilmiştir. DVB-T (İngilizce: Digital Video Broadcasting-Terrestrial, Sayısal karasal yayıncılıktır. Günümüzde kullanılan çatı antenleri analog yayınları almaktadır. DVB'nin geleceği için, çok sayıda hizmet ve yeni iş modelleri için Yeni Nesil Ağ (NGN) birleşik platformu olan IPTV'ye yol açan İnternet Multimedya Hizmetleri'ni (ISM) geliştirilmektedir. Yeni nesil ağ (NGN), telekomünikasyon Hizmetleri dahil olmak üzere hizmetler sağlayabilen ve birden fazla geniş bant, hizmet kalitesi etkinleştirilmiş taşıma teknolojisinden yararlanabilen ve hizmetle ilgili işlevlerin altta yatan taşımayla ilgili teknolojilerden bağımsız olduğu paket tabanlı ağıdır (Cuñej, 2008: 128).

H.264 ve MPEG-4 AVC (Gelişmiş Video Kodlaması) yakın zamanda Uluslararası Telekomünikasyon Birliği-Telekomünikasyon (ITU-T) tarafından H.264 standardı olarak standartlaştırıldı ve MPEG-2 ile karşılaştırıldığında sıkıştırma verimliliğinde %50'ye kadar önemli

iyileştirme sağlanmıştır. Gelişmiş Video Kodlama (AVC), H.264 olarak da bilinmekte, günümüzde kullanılan en yaygın video sıkıştırma standardı olarak tanınmaktadır.

Dijitalleşmenin sağladığı en büyük olanaklar, kaydetme, saklama ve aktarma kolaylıkları olmuştur. Çok büyük hacimli sesler ve görüntüler bile dijital teknoloji sayesinde kolayca kaydedilebilmiş, saklanabilmiş ve aktarılabilmiştir (Dresen, 2022: 36). Kayıtların güvenliğini sağlayan Linear Tape-Open (LTO), HPE, IBM ve Seagate Technology tarafından oluşturulan açık formatlı bir bant depolama teknolojisidir. Açık formatlı depolama, kullanıcılara uyumlu birden fazla depolama ortamı ürünü kaynağına erişim sağlamaktadır.

Dijital teknolojinin ortaya çıkmasıyla birlikte çoğu çekim artık yeşil ekran teknolojisiyle stüdyoda tamamlanmakta ve karakterler işlenerek ön prodüksiyon elde edilebilmektedir. Dijital teknoloji, endüstrinin maliyetini büyük ölçüde azaltmasına yardımcı olmakta, hatta bazı sekanslar tamamen bilgisayar tarafından üretilebilmektedir (Hu, 2016: 34). Dijital teknoloji, IP kamera teknolojisini akıllı ve verimli bir şekilde desteklemekte, özellikle üretim yapan üreticiler, güvenlik teknolojisinde uzun çalışır, müşteri odaklı sistem bileşenleri geliştirmekte, her iki dünyanın mümkün olan en iyi kombinasyonu birleşmektedir (BHE Digitale, 2010: 5). Modern hibrit kayıt ve iletim sistemleriyle, her iki teknolojinin avantajları optimum müşteri yararı için kullanılmaktadır.

2009'da ABD'de tamamlanan analogdan dijital TV'ye geçişi başlatan ATSC standardı, Gelişmiş Televizyon Sistemleri Komitesi standartlarını ifade eder ve televizyon sinyallerinin tam olarak nasıl yayımlandığını ve yorumlandığını tanımlamaktadır. ATSC standardı üzerindeki çalışmalar sırasında, MPEG-2 video ile MPEG-2 taşıma akışının kullanılmasına karar verilmiştir (Fischer, 2010: 73). Uydu iletişim standardı olan DVB-S, Sinyal seviyesi, Bit hata oranı, C/N (taşıyıcı/gürültü oranı), Eb/N0, Modülasyon hata oranı (MER) gibi parametrelere sahiptir.

Dijital Ses Yayıncılığı (DAB), WorldDAB organizasyonu tarafından tanımlanan, desteklenen, pazarlanan ve tanıtılan, dünyanın birçok ülkesinde vericilerden oluşan bir ağ kullanarak dijital radyo

yayını yapmanın bir yoludur (Fischer a.g.e, 2010: 543). 21. yüzyılda dijital teknoloji, dijital kameralarla yapılan çekimlerden, dijital dağıtım ve sinema salonlarındaki gösterimlere, evde gösterim platformlarından sosyal ağlar üzerinden dijital pazarlamaya kadar sinemayı her açıdan değiştirmiştir. Az maliyetli HD dijital kameralar film yapımcılığının demokratikleşmesini sağlarken, dronelar bağımsız film yapımcılarının büyük bütçeler harcamadan muhteşem manzaralar çekmesine yardımcı olmuştur (Vidačković, 2023:100). Dijital çağa birlikte görsel ve işitsel yayınlar da kökten değişmiştir.

Kaynaklar

Berger, S. ve Denner, M. S. ve Röglinger, M. (2018). The Nature of Digital Technologies – Development of a Multi-layer Taxonomy. Proceedings of the 26th European Conference on Information Systems (ECIS), Portsmouth, UK, June 2018, s. 1-18.

BHE Digitale, (2010). Videoüberwachungstechnik Digitale und analoge Videotechnik - Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile. https://www.ebues.de/doc/BHE/Digitale_und_analoge_Videotechnik.pdf, 26.05.2025.

Cianci, P. J. (2014). HDTV and the Transition to Digital Broadcasting Understanding New Television Technologies. Burlington: Focal Press.

Cučej, Z. (2008). Digital Broadcasting and New Services. Facta Universitatis Series Electronics and Energetics, 21 (2): 127-154.

Dresen, C. (2022). Eine kleine Handreichung zur Digitalisierung von Audio- und Videomaterial. Berlin: DigiS, Forschungs- und Kompetenzzentrum Digitalisierung.

Edwards, S. ve Straker, L. ve Oakey, H. (2018). Early Childhood Australia Statement on Young Children and Digital Technologies. Canberra, ACT: ECA.

(Project Manager) for Early Childhood Australia's Digital Policy Group

Fischer, W. (2010). Digital Video and Audio Broadcasting Technology A Practical Engineering Guide. 3. Baskı, Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Hu, K. (2016). The Effects of Digital Video Technology on Modern Film. Yayınlanmamış Master Tezi, Drexel University Master of Science in Television Management, <https://core.ac.uk/download/pdf/190332867.pdf>.

Pavlik, J. V. Understanding Convergence and Digital Broadcasting Technologies for the Twenty-First Century. NHK Broadcasting Studies, 4: 131-158.

Timotheou, S. ve Miliou, O. ve Dimitriadis, Y. ve Sobrino, S. V. ve Giannoutsou, N. ve Cachia, R. ve Monés, A. M. ve Ioannou, A. (2023). Impacts of Digital Technologies on Education and Factors Influencing Schools' Digital Capacity and Transformation: A Literature Review. Education and Information Technologies, 28: 6695–6726.

Vidačković, Z. (2023). Digital Transformation of Cinema in The 21st Century and Its Impact. 104th International Scientific Conference on Economic and Social Development: Book of Proceedings, Ed. Meirino, Marcelo Jasmin; Martinčević, Ivana; Merkaš, Zvonko, s. 97-106.

Dijital Yayıncılığın Hipermodern Biçemi: Podcast

Çeşitli ses yeteneğine sahip cihazların yaygınlaşması, dağıtım kanallarının yaygınlaşması, içerik yelpazesinin büyümesi ve bunu kolaylaştıran platformların sayısının artması nedeniyle ses içeriği için elverişli kullanım koşulları, buna karşılık gelen yüksek kullanım oranlarına yansımakta; ayrıca tarihsel olarak evrimleşmiş pazar yapısının hala yerinde olduğunu gösterilmektedir. Radyo, müzik, podcast'ler ve sesli kitaplar, ses pazarında ayrı alt pazarlar oluşturmaktadır (Domenichini, 2020: 61). Radyo, reklamla ilgili ses kullanımında büyük bir farkla hakim olmaya devam ediyor, bunu müzik akışı ve podcast'ler takip etmektedir.

Podcast, genellikle abonelik yoluyla çevrimiçi olarak dinleyicilere sunulan bir dizi video ve ses medyasıdır ve oynatılabilir, isteğe bağlı taşınabilir ve dar yayın terimlerinin birleşimidir. Podcast'ler her türlü konuyu kapsar ve sayısız format ve varyasyonda oluşmaktadır. Bilim, haber, politika, iş, sanat, kültür, eğlence veya sağlık olsun - artık hemen hemen her konu alanı için podcast'ler üretilmektedir (<https://www.uni-weimar.de/>, 2022). Bir podcast, tek seferlik bir yapım veya yeni bölümlerin, günlük, haftalık veya aylık olarak üretildiği bir seri yapım olabilmektedir (Yamaguchi, 2025). Dijital yayıncılığın esnekliği ve olanakları çerçevesinde her türlü podcast üretilabilmektedir.

Podcasting, Apple'ın iyi bilinen taşınabilir medya aygıtı olan "iPod" ve "yayın"ın birleşimidir. Podcasting, multimedya dosyalarının İnternet üzerinden iletilmesidir. Kullanıcılar, PC'de podcast dosyalarını diğer bilgisayar dosyaları gibi ele alabilir, bunları hemen görüntüleyebilir veya daha sonraki bir tarihte görüntülemek üzere kaydedebilmektedir (Patterson, 2006: 103). Video alanında çalışanlar, "podcast" terimini "vlog"un eşanlamlısı olarak kullanmaktadır, ancak çoğu zaman bir ses dizisine atıfta bulunularak da karşılanabilir, aslında sözlükler bu terimi "bir bilgisayarda veya bir MP3 çalarda dinlenmek üzere internetten indirilebilen dijital formatta depolanmış bir radyo programı" olarak da kaydetmektedir (Marcu, 2019: 80). Podcast, bir bakıma ese kayıtlarının geniş alanlara hızlı dağıtımını da ifade etmektedir.

Podcast ABD'de yeni bir medya biçimi olarak ortaya çıkmış ve iPod (Apple'ın MP3 müzik çaları) ve yayın (radyo veya televizyon programlarını yayınlama) bileşenlerini birleştiren yeni bir birleşik sözcükle adını almıştır (Bayerisches Ärzteblatt, 2006: 203). İnternet üzerinden dağıtılan, her yerde, her zaman oynatılabilen, isteyen herkes tarafından üretilen, epizodik, indirilebilir veya yayınlanabilir, öncelikli olarak konuşulan ses içeriği olarak da tanımlanan podcastler, dijital yayıncılığın geçirdiği dönüşümün en parıltılı evrelerinden biri olmuştur (Rime vd., 2022: 17). Dijital ortamda herkese, her yerde ulaşmanın yollarından biri olan podcastler, teknolojinin hipermodern gücünü de temsil etmektedir.

Çoğu sesli podcast, 'MP3' adı verilen bir biçime dönüştürülmektedir. MP3, dosyayı daha kullanışlı hale getirmek için sıkıştırma standardı olan MPEG Audio Layer III'ün kısaltmasıdır. Görsel özelliğe sahip çoğu podcast, 'MP4' adı verilen bir biçime dönüştürülmektedir. Bu, bir Microsoft Word belgesi için '.doc' veya PowerPoint dosyaları için '.ppt' demek gibidir (Salmon vd., 2008: 3). Podcastlerin farklı işlevleri, onların değişik ortamlarda farklı biçimlerde kullanımlarını sağlamaktadır (Hofhues ve Hugger, 2021: 286). Podcastlerin ayırıcı özellikleri ve kolaylıkları, tüm dünyada hızla yaygınlaşmalarını sağlamaktadır.

Podcast'ler, hızla büyüyen bir medya haline gelmiş ve kısa metin ve resim mesajları için platformlar (Facebook, Twitter veya Instagram gibi) ve video platformu YouTube, her türlü içeriğin yayılmasındaki önemleri nedeniyle uzun süredir konuşulmaktadır (Frühbrodt ve Auerbacher, 2021: 118). Podcast'lerin bir özelliği, yalnızca bireysel yayın (ve yayınlı ilgili bir RSS beslemesinin etkinleştirilmesi) aracılığıyla tanıtılmaması, abone olunmaması ve dolayısıyla bireysel olarak yayınlanmamasıdır; bunun yerine bireysel radyo yayınları veya katkıları sağlayıcı tarafından zaten podcast bölümleri olarak kategorize edilmektedir. Bu da onları belirli bir türe veya ilgi alanına dayalı olarak podcatcher'lar veya diğer ses tarayıcıları için daha kolay tanımlanabilir ve en iyi şekilde erişilebilir hale getirmektedir (Oehmichen ve Schröter, 2009: 12). Podcast'ler de, dijital yayın platformları gibi uzmanlaşmaya giderek, kişisel beğenilere göre yayın yapma eğilimine girmektedir.

Özellikle pandemi gibi özel durumlarda veya yalnızca dinleyerek öğrenebilme durumunda işitsel veya görsel podcastler motivasyon ve sürekli eğitim için değerli materyaller olarak nitelenmektedir (Hebbel-Seeger, 2021: 269; Hageman, 2023: 73). Podcastler değişik ortamlarda, farklı amaçlarla da kullanılmaktadır. Yalnızca sese dayalı olmaları, onların her ortamda dinlenebilmeleri kolaylığını sağlamaktadır.

Kaynaklar

Bayerisches Ärzteblatt (2006). Was ist eigentlich ein Podcast? Bayerisches Ärzteblatt, 4: 202-203.

Domenichini, B. (2020). Audioversum-Studie 2020 Radio, Musik und Podcasts im digitalen Transformationsprozess. Media Perspektiven, 2/2: 53-61.

Frühbrodt, L. ve Auerbacher, R. (2021). Den richtigen Ton treffen Der Podcast-Boom in Deutschland. Frankfurt am Main: Otto Brenner Stiftung.

Hageman, M. (2023). Podcasts als Informationsdienstleistung Öffentlicher Bibliotheken – Sachstand, Potential, Perspektiven. Yayınlanmamış Master Tezi, Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften Technische Hochschule Köln.

Hebbel-Seeger, A. (2021). Technologien und Techniken in der (Online-)Lehre: Video, PodCast und Partizipation. Wie Corona die Hochschullehre verändert, Ed. Ullrich Dittler, Christian Kreidl, Wiesbaden: Springer Gabler Wiesbaden, s. 259-280.

Hofhues, S. ve Hugger, K. U. (2021). Covid-19: Beobachtungen, Beschreibungen, Analysen und Reflexionen aus studentischer Sicht. Wie Corona die Hochschullehre verändert, Ed. Ullrich Dittler, Christian Kreidl, Wiesbaden: Springer Gabler Wiesbaden, s. 281-292.

<https://www.uni-weimar.de/> (2025). Was ist ein Podcast? https://www.uni-weimar.de/fileadmin/user/fak/gestaltung/hauptseiten/Projekte/2022/Klassenzimmer_on_Air/Downloads/Lehrende/Folge5_WasisteinPodcast_Lehrer.pdf?type=98, 04.06.2025.

Marcu, M. (2019). The Podcast as A Form for The Distribution of The Radio Product. *International Journal of Communication Research*, 9 (1): 80-84.

Oehmichen, E. ve Schröter, O. (2009). Podcast und Radio: Wege zu einer neuen Audiokultur? *Media Perspektiven*, 1: 9-19.

Patterson, L. (2006). The Technology Underlying Podcasts. *Computer*, 39 (10): 103-105.

Salmon, G. ve Mobbs, R. ve Edirisingha, P. ve Dennett, C. (2008). *Podcasting Technology*. Maidenhead: Open University Press.

Yamaguchi, C. (2025). What is Podcasting? <https://hilo.hawaii.edu/oct/itus/documents/Podcasting.pdf>, 04.06.2025.

Dijital Yayıncılıkta Öykü ve Karakter Oluşturma

Dijital yayıncılık genel olarak içeriğin sayısal olarak kodlanmış bir biçimde (dosya) yayınlanması anlamına gelir. Bunlar her bakımdan kod niteliğindedir ve bu nedenle nesnel olgulardan daha çok dilseldir (Kaden, 2013: 509). Dijital yayıncılıkta öykü ve karakter tasarımı, arketipler ve görsel tasarım ilkeleri gibi psikolojik teoriler de dahil olmak üzere çeşitli unsurların, ilgi çekici ve duygusal açıdan yankı uyandıran karakterlerin gelişimiyle ilgilidir (Proutsoul ve Theodoropoulos, 2025). Geleneksel hikâye anlatımı belirli aşamaları içerirken, dijital ortamdaki öyküler de aslında çok farklı değildir. Tek sorun, dijital aktarımın özelliklerinin dikkate alınması gerektiğidir (Astuti, 2022: 175). Ancak yalnızca dijital teknolojinin özelliklerini dikkate almak da yetmemektedir.

Dijital öykü ve karakter tasarımında dijital teknolojinin özellikleri kadar, hedef kitlenin özellikleri de önemlidir. Kitlenin eğitim durumu, yaş aralıkları, uğraşları, öykünün ve karakterlerin oluşmasında başlıca parametrelerdir (Karimova vd., 2023: 114). Hedef kitlenin yabancı olduğu ve kolay anlayamayacağı bir öykü, dijital yayın ne kadar etkileyici olursa olsun anlamsızlaşmaktadır.

Dijital hikâye anlatımı, multimedya bilgisayar tabanlı bir platformda görüntüleri, sesleri ve metni birleştiren kısa, kişisel anlatıların oluşturulmasını içermektedir (Anderson ve Chua, 2010). Dijital yayınlarda öykünün formu ne olursa olsun, hedef kitlenin yaşamıyla ilgili olması, hatta doğrudan onların yaşamından alınmış öyküler olması en elverişli yoldur (Köpke, 2017: 195). İnsanlar her zaman, kendi yaşamlarından izler buldukları anlatıları dinlemeye ilgilidir ve dikkatle dinlerler.

Dijital karakterler, bilgisayar ortamında gerçek veya hayali yaratıklar gibi görünen ve davranan yazılım varlıklarıdır (Vosinakis, 2020: 117). Dijital yayınlar için karakter oluşturma, büyük ölçüde dijital medyanın kullanımıyla ilgilidir ve pek çok parametrenin dikkate alınması gerekmektedir. Kullanıcıların konumu, eğitim durumu, gelir düzeyi gibi değişkenler karakter oluşumunu etkilemektedir (Knaus, 2011: 41). Dijital yayıncılıkta da öykü anlatımı klasik anlatıya dayansa da, teknolojik özellikler anlatıyı farklılaştırmaktadır. Dijital anlatının en belirgin farkı, görsel unsurlarla ortaya çıkmaktadır (Ursyn, 2018: 345).

Dijital yayıncılıktaki yüksek nitelikli ses ve görüntü teknolojisi öyküyü de farklılaştırmaktadır.

Dijital yayıncılığın kopyalanan ve sürekli tekrarlanan içerikleri zaman zaman anlaşılmayı güçleştirse de, teknolojinin temiz ve duru yayınları insanları hoşnut etmektedir. Dijital yayıncılığın çocuk eğitiminden başlayarak yaşamın içinde her alanda yerini alması da ondaki verileri ve yapımları etkilileştirmektedir (Dirks vd., 2018: 43). Kültürel bağlamdaki öykü oluşturma aslında, ana hatlarıyla dijital ortamda da devam etmektedir. “Öykü ve karakter yaratma süreci, kültürel öğelerin fütüristik ve yüksek teknoloji bir stille nasıl uyumlu bir şekilde bütünleştirilebileceğini göstererek, kültürel mirasa saygı ile modern bir izleyici kitlesine hitap etme arasında bir dengeye dayanmaktadır” (Tumenbaev, 2024: 104). Klasik anlatı aslında çağlar boyunca hemen hiç değişmemiş, yalnızca çağdaş uyarlamalar yapılmıştır.

Dijital yayıncılıkta öykü ve karakter oluşturma sürecinde yeni teknolojilerin tüm olanaklarına rağmen, geleneksel ve dijitalin entegrasyonu yöntemlerin daha dinamik ve etkili olduğu görülmektedir. Hibrit teknikler her iki yaklaşımın da güçlü yanlarından yararlanmakta, öykü ve karakter tasarımı için kapsamlı bir çözüm sunmaktadır (Dad vd., 2024: 155). Her tasarımda olduğu gibi dijital yayıncılıktaki öykü ve karakter tasarımında da eski ve yeninin, geleneksel ve modernin bileşimi daha güçlü etkiler yaratmaktadır.

Dijital showroom'ları, üç boyutlu posterleri, kentsel alanlardaki etkileşimli teklifleri ve dijital reklam sütunlarını ve dijital pazarlamayı da kapsayan dijital öykü tasarımı, 3D hologramlar, Bluetooth, QR kodları, artırılmış gerçeklik, akıllı TV, araç içi iletişim ve sanal gerçeklik gibi teknikleri de kullanarak fantastik öyküler tasarlamaktadır (Adlmaier-Herbst, 2016: 39). Bu noktada teknolojinin fantastik tasarımlara olanak sağlayan sınırsız teknikleri kadar, tasarımcının hayal gücünün gelişliği de önem taşımaktadır.

“Tasarım, üç öncülü ön plana çıkararak hem algıda hem de film yapımında/izlemede somut zihinsel temsillerin veya somut şemaların rolünü vurgulamayı amaçlamaktadır: (1) algı çıkarımsaldır ve önceki somut şemalara dayanır; (2) film yapımcıları (yazarlar) yalnızca gerçeği

yeniden üretmekle kalmaz, aynı zamanda anlamları iletmek amacıyla filmin bölümlerine beden temelli şemalar dayatırlar; ve (3) bu şemalar, eserin biçimsel tasarımında sunulduğu şekliyle, izleyicilerin film yapımcılarının somut yaratıcı düşünme süreçlerine ayrıcalıklı bir bakış açısı sunarak deneyimlerini zenginleştirebilir” (Coëgnarts, 2023: 137). Dijital ortamda öykü ve karakter tasarımının önemli ipuçlarından biri, hayallerin gerçeklerle olan ilgisidir (Capparozza ve Kathmann, 2022. 117). Gerçeğe daha yakın hayaller etkiyi ve ilgiyi artırmaktadır.

Dijital yayıncılıkta etkileyici öyküler ve karakterler, hedef kitlenin özellikleri, deneyimleri ve beklentileri dikkate alınarak ortaya çıkmaktadır (Koschorreck ve Gundermann, 2022: 157). Özellikle bireylerin duygusal yaşamlarını, duygu dünyalarını konu edinen öyküler ve duygusal anlatımlar etkileyici olmaktadır (Schach, 2017: 71). Ajitasyon içermedikçe, medyada duygusal anlatım her zaman etkili olmaktadır.

Kaynaklar

Adlmaier-Herbst, D. G. (2016). Digital Brand Storytelling - Geschichten in digitalen Medien. Marketing Review St. Gallen, 1: 36-43.

Anderson, K. ve Chua, P. H. (2010). Digital Storytelling as An Interactive Digital Media Context: Technology in Transparent Support of Creative Media Production. Education Technology, 50 (5): 32-36.

Astuti, E. P. (2022). The Design of Multimedia in Storytelling. ETERNAL (English Teaching Journal), 13 (2): 174-186.

Capparozza, M. ve Kathmann, J. (2022). Gelingensbedingungen für die Nutzung digitaler Medien von Lehramtsstudierenden in der Schulpraxis: Ein Critical Review. Bildung im digitalen Wandel. Lehren und Lernen mit digitalen Medien, Ed. Wilmers, Annika; Achenbach, Michaela; Keller, Carolin, Münster; New York: Waxmann, s. 103-128.

Coëgnarts, M. (2023). Shaping Films from the Inside Out: Embodied Mental Schemas in Filmmaking and Viewing. Baltic Screen Media Review, 11 (1): 128-147.

Das, M. ve Dey, A. ve Dey, A. (2024). Innovative Techniques in Character Design: Bridging Traditional and Digital Media. *International Journal of Applied Research*, 10 (7): 151-155.

Dirks, S. ve Dörnhaus, S. ve Hoene, S. ve Kühn, T. O. ve Ramm, G. ve Schweckendiek, U. ve Tschekan, K. (2018). *Digitale Medien im Fachunterricht*. Kronshagen: Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen.

Kaden, B. (2013). D 2 Elektronisches Publizieren. *Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation*, Ed. Rainer Kuhlen, Wolfgang Semar, Dietmar Strauch, Berlin: De Gruyter, s. 509-519.

Karimova, G. ve Ishanov, P. ve Mukanova, S. ve Odintsova, S. ve Aratayeva, A. (2023). The Effects of Using Digital Stories and Media in Foreign Language Teaching. *International Journal of Education in Mathematics, Science, and Technology (IJEMST)*, 11 (5): 1113-1130.

Knaus, T. (2011). Digitale Medien – eine Selbstverständlichkeit in universitärer Lehre und schulischem Unterricht? Analysen aus konstruktivistischer Perspektive. *Medien in Bildungseinrichtungen*, Ed. Knaus, Thomas; Engel, Olga: München: FraMediale, s. 23-45.

Koschorreck, J. ve Gundermann, A. (2022). Orchestrierung von Blended Learning in der Erwachsenen- und Weiterbildung: Ein Critical Review, *Bildung im digitalen Wandel. Lehren und Lernen mit digitalen Medien*, Ed. Wilmers, Annika; Achenbach, Michaela; Keller, Carolin, Münster; New York: Waxmann, s. 129-160.

Köpke, W. (2017). Narrativer Fernsehjournalismus: Rezeptions- und kommunikatorbezogene Begründung einer journalistischen Neuorientierung. *Storytelling*, Ed. Annika Schach, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, s. 193-203.

Proutsou, D. ve Theodoropoulos, A. (2025). Character Design in Video Games: From Idea to Creation in the Digital World. *Proceedings of CEEGS 2024*.

Schach, A. (2017). Von der Gründerstory bis zum Ergebnisprotokoll : textlinguistische Analyse der

Unternehmensgeschichte. Storytelling, Ed. Annika Schach, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, s. 61-80.

Tumenbaev, A. (2024). Character Design & Communication. Creating Effective Video Game Characters that Enhance Player Engagement and Narrative. Yayınlanmamış Master Tezi, Master's Degree course in Design, Multimedia and Visual Communication.

Ursyn, A. (2018). Character Development for Visual Storytelling in Traditional and Digital Media. Visual Approaches to Cognitive Education With Technology Integration, Hershey: IGI Global, s. 304-348.

Vosinakis, S. (2020). The Use of Digital Characters in Interactive Applications for Cultural Heritage. Applying Innovative Technologies in Heritage Science, s. 109-137.

Dijital Ağlar ve Ağ Toplulukları

Sosyal ağlar incelendiğinde, temel olarak sosyal ilişkiler veya sosyal ilişkilerin yapıları incelenmektedir. Bu sadece iki kişi arasındaki ilişkiyi değil, daha ziyade onların bir ilişki yapısına nasıl dahil olduklarını ele almaktır. Ağ perspektifinden bakıldığında eylem seçenekleri bu ilişki yapısına bağlıdır. Yani eylemler, kişinin sosyal sistemde işgal ettiği konumla ilgilidir (Stegbauer, 2005: 924). Dijital ağlar ve özellikle sosyal medya, toplumun her kesiminde bilgiye erişimi kolaylaştıran, herkesi ortak noktalarda buluşturan olanaklardır. Dijital ağlara ulaşabilen herkes artık eşit sayılmaktadır (Lenz ve Zillien, 2005: 240). Bu da bir bakıma demokraside bir adım daha ileri gitmek demektir.

Medyanın egemenlik kurduğu ve büyük ölçüde insanları kontrol altına aldığı modern çağda, insanlar da artık medyanın dilini konuşmakta, medya gibi düşünmekte ve medya gibi karar vermektedir (Buckingham, 2008: 154). Medya, modern çağın en yaygın ve popüler araçlarıdır ve insanların dillerinden kimliklerine, düşüncelerinden kararlarına kadar etkili olmaktadır. Başta internet olmak üzere herhangi bir medyayı kullanmayan kişi, çağdışı sayılmaktadır (Komunikasi, 2016: 69). Medyanın insanlara ne yiyeceklerinden neyi konuşacaklarına kadar her şeyi öğrettiği modern çağda insanlar medyaya bağımlı olarak yaşamakta ve medyanın kendilerine yüklediği kodlarla davranmaktadır (Eynden ve Corti, 2011: 29). Medya, konjonktürel koşullar nedeniyle modern çağın temel gereksinimi ve hatta zorunluluğudur.

İnternet aracılığıyla organ kaçakçılığının tüm dünyada yaygınlaştığı modern çağda, medya denilen araçlar ve özellikle internet, yasal ve yasal olmayan hemen her konuda insanlara olanaklar sağlamakta, beklentilerini karşılamaktadır (European Parliament, 2015: 66). Yasadışı işlerin yanı sıra insanlar pek çok gereksinimlerini televizyon, radyo, benzeri medya ve özellikle internet aracılığıyla karşılamakta, dünyadan haberdar olmakta, okul kayıtlarını yaptırmakta, bankacılık işlemlerini yapmakta, eğlenmekte ve alışveriş yapmaktadırlar. Yeni kuşakların, kendilerini teknolojiye ve özellikle internete mahkûm hissederek yaşadıkları sıklıkla söylenmektedir (Sarkhel ve Das, 2013: 100). Bu gerçek, modern çağ insanların daha çocukluktan başlayarak, insanları kontrol etmek üzere tasarlanmış

evrensel ağların içine düştüğünü ve teslim olduğunu doğrulamaktadır. Dünyadaki tüm toplumlar ağ toplumlarına dönüşmektedir.

Ağ toplumları, Manuel Castells'in deyişiyle 100 yıldan fazla bir süredir tasarlanan ve insanların bedenlerinden beyinlerine her yanlarını kuşatmak için uygulanan ileti ağlarının içinde yaşayan toplumlardır (Castells, 2003: 492). Her gün televizyon izleyerek, internet kullanarak yaşamlarını yönlendiren insanlardan oluşan ağ toplumları, tam da planlandığı biçimde, fazla düşünmeden, çokça tüketerek yaşamakta, kapital sahiplerinin kazançlarına katkıda bulunmakta ve çevrelerine örülen ağlarla mutlu olduklarını sanmaktadır. Modern çağın en eğlenceli medyasını kullanan ağ toplumları, beyinlerinin de kendilerini yöneten medyaya dönüştüğünün farkında olmadan sahte mutluluklar yaşamaktadır. Bir görüşe göre, internette olmayan “yok” sayılmaktadır (Paul, 2007: 93). Bu da, sosyal ağlara olan ilgiyi açıklamaktadır.

Dünyada yaklaşık 5 milyar kişi mobil telefon kullanmakta (statista.com, 2017) ve yaklaşık 2.1 milyar kişi facebook messengerdan yararlanmaktadır. Dünya genelinde 3.7 milyar kişi mail adresi kullanırken (Tschabitscher, 2017), 4 milyar kişi internetten yararlanmaktadır (<http://www.internetworldstats.com>, 2017). Çok sayıda insan iletişim kurmak için teknolojiyi kullanmakta, teknoloji üreticileri de insanlara sürekli çekici ve etkileyici ürünler tasarlamaktadır (Dolinšek and Štrukelj, 2012: 47). Modern çağ, tüm yeryüzünü modern ağların sardığı, dünyanın dört bir yanına sayısız iletinin aktarıldığı, teknolojik zihin kontrolü teorilerinin yaygınlaştığı ve teknolojinin insanlar üzerinde mutlak bir egemenlik kurduğu hipermodern dönemdir (Cereci, 2017: 101). Dünyanın hemen her yerinde yaşayan insanlar, yaşamlarını kuşatan modern ağlarla birlikte modern dünyanın koşullarına uyum sağlarken, medyadan aldıkları iletilerle beyinleri de medyatik kodlarla çalışmaktadır!

Dijital ağlar medya aracılığıyla yeni bir kültürün oluşumuna neden olmuştur. “Medya ürünleri, kendi anlamlarına, kendi kapsamlarına ve kendi gerçekliklerine sahiptir, böylece izleyici için kendi anlamlarını ve izleyici kültürünün kendi gerçekliklerini üreten alan tarafından belirlenen yapımları temsil eder. Anlamanın medyal iletişimi, tiyatrolaştırma olarak anlaşılan bir gelişimsel mantığa göre giderek tüm

alanlarında gerçekleşir. Medya alanı ile izleyici kültürü arasındaki diyalektik ilişkilerde ortaya çıkar (Willems, 2005: 110). Aslında temel gerçeklik, insanların dijitalağlar aracılığıyla bilgiye erişimi ve bilgi toplumunun oluşmasıdır. Daha önceki manuel tekniklerin yetersiz kaldığı olanakları dijital teknolojiler ve sosyal ağlar sağlayarak, bilginin yayılımı gerçekleşmiştir (Adolf, 2008: 69). Dijital teknoloji, insanları düşünsel olarak birbirine yaklaştırıp, dünyayı metafor olarak küçültmüştür.

Dijital ağlar her teknoloji gibi doğal olarak tüm alanları ve tüm yaşamı ilgilendirmekte ve etkilemektedir. “ Dijital ağ toplumunun mantığını yönetim ve organizasyona entegre etmek, modern politikacıların ve idari karar vericilerin temel görevlerinden biri olmuştur. Dijital ağ toplumunun mantığını ve kamu sektörü için ilişkili araçları anlamak ve kullanmak atık önemli bir konudur. Sosyal katılım, inovasyonu teşvik etme ve kaynak kullanımını optimize etme açısından mümkün olan en büyük fayda, kamu hizmetlerinden çevre politikasına ve ekonomik politikaya kadar tüm politika alanları için bu şekilde gerçekleştirilebilmektedir” (Wegener vd., 2016: 49). Dijital ağlar yeni sorunlarla birlikte gelirken, siyasetçiler, ekonomistler ve bilim adamları için de yeni ilgi ve uğraş alanları açmıştır.

Kaynaklar

Adolf, M. T. (2008). Medien in der Wissensgesellschaft. Auf der Suche nach Schnittstellen. Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikations- wissenschaft, Band 35. Ed. Raabe, Johannes/Stöber, Rudolf/Theis-Berglmair, Anna, Kristina Wied, Konstanz: UVK, s. 62-73.

Buckingham, D. (2008). Youth, Identity, and Digital Media. Massachusetts: Institute of Technology.

Castells, M. (2003). Ağ Toplumunun Yükselişi. Çev. Ebru Kılıç. İstanbul: Bilgi.

Cereci, S. (2017). Bilişim Çağında İletişim İronisi. Broadcasterinfo, 56: 100-101.

Dolinšek, S. ve Štrukelj, P. (2012). Technology, Wealth and Modern Management of Technology. *Managing Global Transitions*, 10 (1): 29–49.

European Parliament (2015). Trafficking in Human Organs. Policy Department, Directorate-General for External Policies. http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/549055/E_XPO_STU%282015%29549055_EN.pdf.

Eynden, E. V. ve Corti, L. (2011). Managing and Sharing Data. 3. Baskı. Essex: UK Data Archive.

Komunikasi, S. (2016). Internet Users Survey 2016. Darul Ehsan: Malaysian Communications and Multimedia Commission.

Kurose, J. F. ve Ross, K. W. (2013). Computer Networking. 6. Baskı. New Jersey: Pearson.

Lenz, T. ve Zillien, N. (2005). Medien und soziale Ungleichheit. Mediensozioloji, Ed. Michael Jäckel, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden, s. 237-254.

Paul, H. (2007). Netzwerkgesellschaften. Institut Arbeit und Technik der Fachhochschule Gelsenkirchen Jahrbuch 2007, Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik, s. 84-96.

Sarkhel, J. K. ve Das, P. (2013). Towards a New Generation of Reading Habits in Internet Era. -24th National Seminar of IASLIC / DDUGU/ Special Pub. 50: 94-102.

Stegbauer, C. (2005). Medien und soziale Netzwerke. Mediensoziologie, Ed. Michael Jäckel, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden, s. 319-334.

Tschabitscher, H. (2017). How Many Email Users Are There? <https://www.lifewire.com/how-many-email-users-are-there-1171213>. 11.09.2017.

Wegener, N. ve Schoellhammer, R. G. ve Köhl, S. ve Wolf, P. ve Klessmann, J. ve Parycek, P. (2016). Digitale Vernetzung von Staat mit Wirtschaft und Gesellschaft Akteursorientierte Handlungsempfehlungen

für Politik und Verwaltung, Berlin: Fraunhofer-Institut für Offene Kommunikationssysteme FOKUS.

Willems, H. (2005). Medien und die Inszenierung sozialer Rollen. Mediensozioloji, Ed. Michael Jäckel, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden, s. 107-124.

www.internetworldstats.com (2017).
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. 11.09.2017.

Modern Ağların Sosyal Medyası

Sir Tim Berners-Lee'nin "Web'de Olmayan Şey Aslında Yoktur" sözü, birçok insanın dünyaya ilişkin algılarını ne kadar radikal bir şekilde şekillendirdiğini mükemmel bir şekilde özetlemektedir (Paul, 2008: 89). Artık şehirlerde, kent insanların gelecek vizyonunu tanımlayan mobil ve platform tabanlı bir kentsel kültürden sıkça söz edilmektedir. Kentsel makine bürokrasisinin dikey-hiyerarşik modeliyle bağları kopmuş; yerini 'pazar' örgütsel tipinin ağ benzeri güç modeli ve onun yeni katılım biçimleri almıştır (Reichert, 2023: 164). Yeni dijital ağlar metaforu, çağdaş toplumun hegemonik metaforlarından biri olmuş ve tüm yaşamı değiştirmiştir.

Bilgisayar, akıllı telefon, kredi kartları ve modern çağın diğer unsurlarıyla dünyaya bağlandığını ve toplumun içinde yer aldığı düşünen insanlar; kullandıkları her teknikle kendilerini kuşatan ağlara bağlandıklarını çoğu zaman görememektedir (Kurose ve Ross, 2013: 731). Bir alan içerisindeki veya uzak mesafelerdeki bilgisayarların veya iletişim araçlarının birbirine bağlandığı, bilgi ve sistem kaynaklarının farklı kullanıcılar tarafından paylaşıldığı, bir yerden başka bir yere veri aktarımının mümkün olduğu iletişim sistemine bilgisayar ağları denirken; elektromanyetik dalgalar aracılığıyla dünya genelinde yaygınlaşan ağlar görünmez bir örtü oluşturmaktadır (Tanenbaum ve Wetherall, 2011: 774). Özellikle sosyal medyanın yaygınlaşmasından sonra gelişen ağlar, dünyayı kuşatan bir frekans katmanına dönüşmüştür.

Geleneklerin egemen olduğu çağlarda veya 21. Yüzyıla girmeden hemen önceki dönemde kullanılan iletişim araçları ve iletişim dili artık çok gerilerde kalmış, bilgisayarın herkesin en yakınına girdiği ve modern ağların tüm dünyayı kuşattığı çağda herkes internet aracılığıyla, özellikle sosyal medyayı kullanarak ileti aktarmakta ve paylaşımında bulunmaktadır (Rawan, 2002: 168). Sosyal medya dünyadaki tüm biçimleri ve içerikleri değiştirmekte, modern zamana uyarlamaktadır. Çağı planlayan stratejistler tarafından da sosyal medyaya böyle bir rol biçilmiştir. Sosyal medya, modern çağın temelini oluşturan ilkeleri çekici olanaklarla insanlara sunarken, sürekli modern çağın gereklerini kendinde olan özelliklerle telkin etmekte, insanları kendine bağlamaktadır (Badea, 2014: 74). İçten bir yaklaşımla insanların karşısına çıkan ve onlara tüm

özellerini paylaşma güveni veren sosyal medya, insanların modern çağdaki iletişim ve eğlenme gereksinimi nedeniyle en çok kullanılan iletişim araçları olmuştur. İnsanlar yüksek ritimli modern yaşam içinde sosyal medyaya, güvenmekte, sosyal medya ile hızlı ve kolayca iletişim kurduklarına ve istedikleri bilgilere ulaştıklarına inanmaktadır (Chattopadhyay ve Deshpande, 2012: 12). Sosyal medya artık, modern çağın temel unsuru, başlıca başvuru araçları, bilgi ve kültür kaynakları, düşün ve inanç simgesi sayılmaktadır.

AVMlerin kapitalizmin hac merkezleri sayıldığı dönem artık çok gerilerde kalmıştır. Alış veriş merkezlerinde fiziksel ve tinsel gereksinimlerini giderdiklerine inanan insanlar sermaye sahiplerinin özenle ve kurnazca tasarladıkları AVMleri tıpkı kutsal mekanlar gibi önemsemişler ve sık sık ziyaret gereği hissetmişlerdir (Crawford, 2016, 142). Tüketim çağının en gözde mekanlarını, tüketimin en üst noktaya ulaştığı AVMler oluştururken, AVMlerin kutsal mekanlardan daha fazla ziyaret edildiği bilinmektedir. Bu durum AVMlerin “kapitalizmin hac merkezleri” olarak anılmasını doğrulamaktadır, ancak bu gerçek de değişmektedir. Modern çağda modern ağlar artık hac merkezi olarak tanınmakta ve yüceltilmektedir (Brooten, 2017, 231). Modern ağlar, tıpkı antik dönemlerdeki paganlar gibi insanların yaşamını kuşatmış, tüm yaşamı denetimi altına almıştır. Her gün dünya üzerinde sayısız ileti dolaşmakta, insanlar elektromanyetik dalgalar aracılığıyla doğru veya yanlış çok sayıda ileti aktarmaktadır. Atmosferdeki frekanslar milyarlarca kişinin ilgilendiği bilgi veya ileti taşımakta, dünya ağlarla kuşatılmış bir atmosferde yaşamaktadır (Castells, 2008: 579). Hemen herkes dünyayı kuşatan ağların doğal bir gelişme ve çağın gerekliliği olduğunu düşünerek, sorgulamadan yaşamakta ve günlük işleri ve yaşamı gereği ağları en uygun biçimde, bazen de abartarak kullanmaktadır.

Modernleşmeyle birlikte başlayan kırsaldan kente göçler, kent halkının teknolojiye bağımlı olarak yaşaması, herkesin evine ve cebine kadar giren sosyal medya olanakları dünyanın şeklini ve içeriğini değiştirmiştir. Herkes birbirinden haberdar olmaya, birbirini etkilemeye başlamış, başkalarındaki cazibelere ulaşmaya çalışmıştır. Sosyal medyanın dinamik içeriğiyle birlikte tartışma ortamları yoğunlaşmış, insanların devingenliği artmıştır (Castells, a.g.e., 537). Modern yaşam

herkesin ofisine, evine ve cebine bilgisayar donanımı yerleştirmeyi başarmış, ana santralden denetlenebilen ağlarla insanlar kontrol edilmiştir. Sosyal medya kullanan hemen herkes kendisini bir sosyal gruba ait hissetmek için sosyal medyaya başvurmakta, sosyal medyada bulunduğu grup içinde tüm özelini paylaşmaktadır. Bu da özellerin, kişiliklerin ve karakterlerin tüm dünyaya yayılması anlamına gelmektedir (Bonaventure, 2011: 230). Sosyal medyada paylaşılan özellikleri, karakterleri merak eden çok sayıda insan da bulunmaktadır.

Dünyada 1 milyardan fazla kişi bilgisayar, 2.3 milyar kişi sosyal medya, yaklaşık 4 milyar kişi akıllı telefon kullanmaktadır (Brown, 2016, 142). Bu yüksek rakamlar çok büyük bir insan kitlesinin elektronik aygıtları yaşamının vazgeçilmez parçası haline getirdiğini, dünyaya ve yaşama, modern ağların egemen olduğu aygıtlarla bağlandığını göstermektedir. Özellikle bilgisayar temeli üzerinde oluşan internet ortamı ve sosyal medya ile yaşamlarını düzenleyen ve yürüten insanlar, farkına varmadan modern ağları da kutsamaktadır (Szerszynski, 2005, 172). İnternete ulaşabilen insanlar gün boyunca defalarca internete girmekte, dünyada olup bitenleri izlemekte, araştırma yapmakta, pizza ısmarlamakta, spor ayakkabısı almakta, ders çalışmakta, film izlemekte, gündemi takip etmekte, ileti alıp vermekte ve daha pek çok gereksinimlerini karşılamaktadır (Evans, 2011: 9). Bir anlamda ibadet etmekten daha çok interneti kullanmaktadırlar. Ancak asıl önemli olan, internete ve modern ağlara, paganizmin tanrılarından daha çok değer vermektedirler (Haggart, 2017, 169). Paganizm antik bir inanç gibi görünse de, modern çağda tanrılaştırılan teknoloji ürünleriyle devam etmekte; sayısal teknolojinin en yüksek ürünü olan modern ağlar da modern paganizmin medyası olarak çalışmaktadır.

Modern ağlar, yüksek bir ritim içinde yaşayıp, daha çok kazanıp daha çok tüketmek için koşturan insanlara rahatlayıp eğlenebilecekleri ortamlar yaratmakta, sosyal medya aracılığıyla modern toplumların bireyleri istedikleri ortama girip istedikleri paylaşımı yapabilmektedir. Sosyal medyayı istedikleri gibi kullanmak ve istedikleri paylaşımı yapmak, yapılan paylaşımları eleştirmek insanların kendilerini güçlü ve mutlu hissetmelerini sağlamakta, onları sosyal medyaya daha çok bağlamaktadır (Holt, 2016). Modern ağlar öteden beri insanların yaşamlarına girerek onların vazgeçilmezi olmayı ve onları sürekli

denetleyerek yönlendirmeyi planlamıştır. Sosyal medya ile bu amacına ulaşan modern ağlar, insanların en temel psikolojik ve kültürel ihtiyaçlarından başlayarak onların en yakınına girmiş, çağdaş cazibeler yaratarak insanların özenmelerine ve imrenmelerine karşılıklar vermeye çalışmıştır (Thakur, 2017: 52). Bunu başaran sosyal medya, modern ağların en popüler araçları olarak modern dünyayı yönlendiren ve denetleyen en etkili güç de olmuştur.

Ekonominin ve iş dünyasının yapıları, politik ve hükümet planlaması, karar alma ve uygulama süreçleri ve sivil toplum örgütlerinin davranış kalıpları dijitalleşmeden etkilenmiştir. İletişim kurma biçimleri, bilginin elde edilme şekilleri, yayılan ve politik görüş oluşturma süreçlerinin gerçekleşme yolları temelden değişmiştir (Kenner ve Meinhold-Henschel, 2019: 2). Dijital teknoloji ve ağlar, ekonomi alanındaki işleyişi, üretimi, liderliği, hiyerarşiyi baştan aşağı yeniden biçimlendirirken, tüketici davranışlarını ve özel yaşamı da yeniden tasarlamıştır (Kirch vd., 2018: 42). Dijital Devrim çağ oluşturma bağlamında, Neolitik Devrim ve Sanayi Devrimi kadar önemsenmese de, dünyada yarattığı etki anlamında büyük hareketlerden biri olarak tarihe geçmiştir.

Dijital çağ, Harari'nin "İnsan Kültürlerinin Tarihi" olarak adlandırdığı "insanlığın kısa tarihi"nin sistematik dönemlere bölünmesine olanak tanıyan tarihsel bir kategoridir (Greef 2023: 55). Dijital Çağ içinde, insanların sosyal ilişkilerinden devlet yapısına kadar hemen her şey değişmiştir.

Kaynaklar

Badea, M. (2014). Social Media and Organizational Communication. Social and Behavioral Sciences, (149): 70 – 75.

Bonaventure, O. (2011). Computer Networking: Principles, Protocols and Practice. Washington: The Saylor Foundation.

Brooten, B. J. (2017). Research on the New Testament and Early Christian Literature May Assist the Churches in Setting Ethical Priorities. Journal of Biblical Literature, 136 (1): 229-236.

Brown, K. (2016). Global Internet Report. https://www.internetsociety.org/globalinternetreport/2016/wpcontent/uploads/2016/11/ISOC_GIR_2016-v1.pdf. 21.06.2017.

Chattopadhyay, P. ve Deshpande, A. M. (2012). Implications of Social Networking Sites in Modern Environment. *International Journal of Education and Information Studies*, 2 (1): 9-14.

Castells, M. (2008). Ağ Toplumunun Yükselişi. 2. Baskı. Çev. Ebru Kılıç. İstanbul. Bilgi Üniversitesi.

Crawford, V. P. (2016). New Directions for Modelling Strategic Behavior: Game-Theoretic Models of Communication, Coordination, and Cooperation in Economic Relationships. *The Journal of Economic Perspectives*, 30 (4): 131-149.

Evans, D. (2011). The Internet of Things How the Next Evolution of the Internet Is Changing Everything. San Jose: Cisco Internet Business Solutions Group.

Greef, S. (2023). Staat und Staatlichkeit im digitalen Zeitalter. Bielefeld: Transcript Verlag.

Haggart, B. (2017). Introduction to the Special Issue: Rise of the “Knowledge Structure”: Implications for the Exercise of Power in the Global Political Economy. *Journal of Information Policy*, (7): 164-175.

Holt, D. (2016). Branding in the Age of Social Media. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2016/03/branding-in-the-age-of-social-media>. 27.12.2017.

Kenner, S. ve Meinhold-Henschel, S. (2019). Demokratiebildung im digitalen Zeitalter Chancen und Herausforderungen. *Unterricht Wirtschaft + Politik*, 3: 33-41.

Kirch, J. ve Katrin, B. ve Matthias, T. (2018). Die Ableitung von Management- und Führungskompetenzen für das digitale Zeitalter. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, 1, S. 38-45.

Paul, H. (2008). Netzwerkgesellschaften. Institut Arbeit und Technik: Jahrbuch 2007, Gelsenkirchen, s. 84-96

Rawan, S. M. (2002). Modern Mass Media and Traditional Communication in Afghanistan. *Political Communication*, 19 (2): 155-170.

Reichert, R. (2023). Partizipation in der plattformbasierten Stadt: Die offene Stadt im Zeitalter des digitalen Kapitalismus. Von der Szene in die Forschung, Ed. Elfi Katharina Vomberg, Berlin: Walter de Gruyter GmbH, s. 163-176.

Szerszynski, B. (2005). *Nature, Technology and the Sacred*. Malden: Blackwell.

Tanenbaum, A. S. ve Wetherall, D. J. (2011). *Computer Networks*. 5. Baskı. Boston: Pearson.

Thakur, G. (2017). Social Media in Society: A Boon or a Bane. *International Journal of Commerce and Management*, 3 (1): 51-53.

Bilgi Toplumunda Sosyal Medya

İlk çağlarda karnını nasıl doyuracağını karşılığını arayan insan, bilişim çağında uzaydaki tüm frekansları nasıl ele geçirebileceğinin yanıtını aramaya başlamıştır (Burke vd., 2985: 59). Hep arayan insan hep de bulmuştur. İlk insanlardan bu yana, doğası gereği sürekli daha kolayı, daha rahatı, daha güzeli, daha sorunsuzu, daha gösterişli olanı arayan insanlar, bu arayış sonucunda uygarlığı da, teknolojiyi de geliştiren sayısız buluş yapmışlar, yaşamlarını varsıllaştırmışlardır (Hesketh, 2014: 192). Öncelikle temel yaşamsal gereksinimlerini karşılamak için teknikler ve araçlar geliştiren insanlar, av aletleri, savaş aletleri, ilkel kaplar gibi araçlar ve besin bulma, giyinme teknikleriyle uygarlık adımları atarken; ardından yerleşik yaşamın temellerini kurmuşlardır (Abberley, 2015: 48). Bütün bu süreçte her zaman iletişim olmuş; insanlar binlerce yıllık deneyimleri iletişim kurarak yaşamışlardır. İletişimin, insanın doğal ve zorunlu gereksinimlerinden biri olduğunu farkedenden insanlar, yakınıla ve çok uzaklarla iletişim kurmak için de sayısız alet ve teknik geliştirmiştir (McClendon, 2014: 281). İlkel çağlarda bilgiden çok deneyimlerle yaşamlarına yön veren insanlar, bilgi birikimleri arttıkça yaşamı ve dünyayı değiştirmeye de yönelmişlerdir.

Bilgi toplumu olarak da adlandırılan Sanayi Sonrası toplum, daha önceki dönemle hiçbir ilgisi bulunmayan; yaşamını teknoloji temeli üzerine kurmuş; üretim yerine daha çok hizmet sektöründe yoğunlaşmış toplumdur. Daniel Bell'e göre Sanayi sonrası toplumun en temel karakteristikleri; akıl yürütmeyi toplumsal bir eylem haline getirmesi ve bilginin üstünlüğüdür (Baehr, 2013: 109). Sanayi Sonrası toplumda üretim ve ekonomi kadar, kültürel yapı ve yaklaşımlar da büyük ölçüde değişmiştir ve Bell, tüm değişimlerin ayrıntılarıyla ve bütün olarak ele alınması gerektiğine inanmaktadır. Bilgiyi elde etmenin ve kullanmanın türlü yollarını keşfeden insan, bilgiyi tüm dünyada paylaşarak, bilgiden öte kendini paylaşarak, hem bilgiden yararlanmanın hem de mutlu ve tatmin olmanın yollarını bulmuştur (Wallace, 2003: 82). Tüm dünyaya yaydığı sosyal medya aracılığıyla da bir ekonomi-politiği küresel bağlamda benimsetmeyi başarmıştır.

20. yüzyıldan başlayarak dünya, geleneksel kültürden modern kültüre; teknoloji çağından bilgi çağına geçmiş, tüm donanım ve

yaklaşımlar yenilenmiştir (Bryant, 2014: 193). Sanayi sonrası toplum, enformasyon devrimi sonrası şekillenen biçim ve yaklaşımlarla ortaya çıkmış, bilgisayar ve iletişim teknolojilerine yaptığı yatırımlarla karakteristik kazanmıştır. Teknolojiyi en çok kullanan toplum olan sanayi sonrası toplum, tüketimi de bir karakteristik olarak yapısına yerleştirmiştir (Threadcraft, 2014. 748). Sanayi toplumu aynı zamanda, geleneksel tarımdan makineyle üretime; geleneksel yaklaşımlardan modern kent yaklaşımlarına geçişi de simgelemektedir. Kırsal alanlardan kentsel alanlara göçlerle dünyadaki dönüşüm hız kazanmış, yerleşim yerlerinde yükselen yapılan, ışıklarla donatılmış caddeler, teknolojinin renkli cazibesi tempoyu yükseltmiş, bu ara insanlardaki daha çok kazanma, daha çok sahip olma hırsı da artmıştır (Hainmueller ve Hopkins, 2015: 539). Bu nedenle insanlar, modern dünyada kendilerini çok yüksek bir yaşam ritmi içinde bulmuşlardır. Yüksek ritmin neden olduğu yorgunluktan kaçılabilir en uygun yer de sosyal medya olarak ortaya çıkmıştır.

Yüksek ritimli kent yaşamında insanların temel haber alma ve zaman geçirme araçlarını sosyal medya oluşturmaktadır. Medya her gün insanlara, oyalanabilecekleri ve eğlenebilecekleri sayısız ileti aktarmakta; dünyada olup bitenler içinden özellikle heyecanlı, şaşırtıcı, ilgi çekici olanları seçip bazen abartarak sunmaktadır. Bu bağlamda McCombs ve Shaw'ın gündem oluşturma kuramının pratiği açıkça görülmekte, medya kendi gündemini oluşturmak yoluyla dikkatleri çekmekte ve kazanç sağlamaktadır (Enns, 2014: 863). Milyonlarca insan da kendi gündemini, yaşamının bir parçası olarak değerlendirdiği medyaya göre oluşturmaktadır. Ancak bunun yanında sosyal medya, insanlara eş anlı etkileşim ve paylaşım olanağı tanımakta, bu nedenle insanların kendilerini daha güçlü ve mutlu hissetmelerini sağlamaktadır (Avanso, 2016: 253). İstedikleri an her şeye ulaşabilen insanlar sanal bir egemenlik ve güçlülük duygusu yaşamaktadır.

Medya her gün sürekli sayısız ileti aktarmakta, insanlar medyadan aldıkları iletilerle öğrendiklerine ve bilgilendiklerine inanmaktadır. Medya bazen içeriksiz ve düzeysiz yayınlar yapmakla eleştirilse de, toplumsal yaşamda medyanın yerini alabilen başka ileti kaynakları bulunmamaktadır (Dowling ve Wichowsky, 2015: 27). Kitap, sözlü kültür ürünleri, seminer ve kurslar hala uygulansa da, ileti aktarımında

medya kadar etkili ve yaygın araçlar bulunmamaktadır. Özellikle sosyal medya, bilgi ve ileti aktarımı ve paylaşımı tekeli neredeyse kurmuş durumdadır (Patelis, 2013: 119). İnsanların temel gereksinimlerini karşılıyor ve onları mutlu ediyor gibi görünen sosyal medya, modern çağın bütün gerek ve yaklaşımlarını insanlara aktarmakta ve bilgi çağında kendi egemenliğini kurmaktadır.

Bilgi toplumlarının bir diğer özelliği, tüketim toplumu karakterinin ön plana çıkarak emeğin ikincilleşmesidir. Medya da, tüketimi arttıran araçlar olarak, bilgi toplumu yapılanmasında tam merkezde yer almakta ve toplumun yapılanmasının temelini oluşturan politikaya destek sağlamaktadır (Nicholson ve Hansford, 2014: 632). Medya, başlangıcından beri sermayenin egemen olduğu politikanın ve bu politikanın pratiği olan popüler kültürün temel araçları olarak daha az iş, daha çok eğlence ilkesiyle büyük kitlelere seslenmiştir. Özellikle sosyal medya, anlık paylaşımlar ve iletilerle tüketim yaklaşımını besleyen ve kışkırtan paylaşımlarla doludur (Fotis, 2015: 85). Bilgiye eriştiğini düşünen pek çok insan sosyal medyadaki paylaşımlarla kendini iyi ve mutlu hissetmektedir.

Küresel bağlamda büyük anamal sahiplerinin ürettiği popüler kültür, çoğunlukla karmaşık kent yaşamı içinde sıkışmış ve sıkılmış insanlar için, düşünme ve zahmet gerektirmeyen, kolay uygulanabilen, basit ürünler ve alışkanlıklar geliştirmekte; insanların ne yiyeceklerinden nereye gideceklerine, nasıl konuşacaklarından hangi şarkıları söyleyeceklerine kadar sayısız ürün ve yaklaşım üreterek günlük yaşamlarını yönlendirmektedir (Cereci, 2014: 39). Modern çağda tam bir yaşam biçimine dönüşmüş olan popüler kültür, insanları oyalayan, kapital sahiplerine de çok kazandıran niteliğiyle hemen herkesin memnun olduğu, siyasetçilerin de çıkarları gereği desteklediği bir tasarımdır. Modern çağ biçimi sosyal medyayla tamalanmakta ve anlamını bulmaktadır.

Bilgi toplumu kavramı aslında bilgiden çok teknolojiyle ilgilidir ve teknoloji ürünlerinin kitlelere satılması ve bu yolla yeni bir kültürün yaygınlaşması asıl amaçtır (Kelley ve Simmons, 2015: 63). Bilgi toplumu, kent yaşamında teknoloji kullanarak yaşamını sürdüren, geleneksel yaşamdan uzaklaşmış, artık üretmeyen toplum olarak

tasarlanmış ve medya aracılığıyla tasarlanan yaşam biçimine alışması sağlanmıştır. Medya, bilgi toplumunun sürekliliğinin güvencesidir (Weerdt vd., 2016: 62). İnsanlar medya aracılığıyla modern kent kültürüne bağlanmakta ve günlük yaşamlarını planlamaktadırlar. Bunun yanında sosyal medya, insanların eş anlı olarak haberleşme, paylaşım ve sosyal olma gereksinimlerini karşılamakta ve onların beklendilerini yanıtlamaktadır.

Sonuçta medyanın egemen varlığı, Antonio Gramsci'nin "egemen sınıf" kavramında anlamını bulmakta; toplum üzerinde egemen olmak isteyen sınıf medyayı kullanarak iktidarını sürdürmektedir. "Gramsci'ye göre iktidar ve güç kültür gibi, gündelik yaşam gibi hayatın her alanında yer alır. Gündelik yaşamlarında insanlar mevcut toplumsal uzlaşılarla fikir birliği içindedirler ve bu, sokaktaki insana sağduyu olarak görünürmektedir. Gramsci'ye göre rıza, egemen sınıfın kendi dünya görüşünün ve düşünme biçiminin toplumun bireylerine kabul ettirilmesidir. Okul, kilise(din), medya gibi kurumlar insanların düşüncelerini ürettiği ve yeniden ürettiği kurumlardır. Bu kurumlar aracılığıyla egemen sınıf kendi düşünce biçimini ve dünya görüşünü topluma yaymaktadır". Medyayı denetimleri altında tutan kapital sahipleri de toplum üzerinde ve özellikle yöneticiler üzerinde her türlü tasarrufa sahip egemen sınıfı oluşturmaktadır (Yaylagül, 2010: 107). Varlıklarını ve sorumluluklarını sorgulayamayan bireylerin çoğunlukta olduğu toplumlarda da kapital sahiplerinin medya aracılığıyla egemenliği sürekliliğini güvence altına almaktadır.

Modern çağın en etkin toplumsal dinamiği olan sosyal medya, tüm insanların ilgisini çekip türlü olanaklar sunarken, sosyal medyayı ellerinde tutamlar da dünyada önemli bir egemenlik gücünü elde etmişlerdir.

Kaynaklar

Abberley, W. (2015). Animal Cunning: Deceptive Nature and Truthful Science in Charles Kingsley's Natural Theology. *Victorian Studies*, 58 (1): 34-56.

Avanso, A. ve Visser, D. (2016). Analytics and Performance Measurement Frameworks for Social Customer Relationship. *Social*

Media and Networking: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications, Ed. Lindsay Johnson, Hershey: IGI, s. 251-280.

Baehr, P. (2013). The Honored Outsider: Raymond Aron as Sociologist. *Sociological Theory*, 31 (2): 93-115.

Burke, J. ve Bergman, J. ve Asimov, I. (1985). *The Impact of Science on Society*. Washington: National Aeronautics and Space Administration.

Bryant, A. (2014). Thinking about The Information Age. *Informatics*, (1): 190-195.

Cereci, S. (2014). Televizyonun En Çok İzlenen Medya Olmasındaki Temel Etken: Popüler Kültür. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 30: 27-44.

Dowling, C. M. ve Wichowsky, A. (2015). Attacks without Consequence? Candidates, Parties, Groups, and the Changing Face of Negative Advertising. *American Journal of Political Science*, 59 (1): 19-36.

Enns, P. K. (2014). The Public's Increasing Punitiveness and Its Influence on Mass Incarceration in the United States. *American Journal of Political Science*, 58 (4): 857-872.

Fotis, J. N. (2015). *The Use of Social Media and Its Impacts on Consumer Behaviour: the Context of Holiday Travel*. Basılmamış doktora tezi, Bournemouth Üniversitesi.

Hainmuller, J. ve Hophins, D. J. (2015). The Hidden American Immigration Consensus: A Conjoint Analysis of Attitudes toward Immigrants. *American Journal of Political Science*, 59 (3): 529-548.

Hesketh, I (2014). The Story of Big History. *History of the Present*, 4 (2): 171-202.

Kelley, J. G. ve Simmons, B. A. (2015). Politics by Number: Indicators as Social Pressure in International Relations. *American Journal of Political Science*, 59 (1): 55-70.

McClendon, G. H. (2014). Social Esteem and Participation in Contentious Politics: A Field Experiment at an LGBT Pride Rally. *American Journal of Political Science*, 58 (2): 279-290.

Nicholson, S. P. ve Hansford, T. G. (2014). Partisans in Robes: Party Cues and Public Acceptance of Supreme Court Decisions. *American Journal of Political Science*, 58 (3): 620-636.

Patelis, K. (2013). Political Economy and Monopoly Abstractions: What Social Media Demand. *Social Media Monopolies and Their Alternatives*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Threadcraft, S. (2014). Intimate Injustice, Political Obligation, and the Dark Ghetto. *Signs*, 39 (3): 735-760.

Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Weerdt, H. D. ve Ming-Kin, C. Hou-leong, H. (2016). Chinese Empires in Comparative Perspective: A Digital Approach. *Verge: Studies in Global Asias*, 2 (2): 58-69.

Dijital Yayıncılığın Vitrini: Sosyal Medya Monarşisi

Dünyanın tamamını kapsayan ve herkesin katılabilme olanağının olduğu bir iletişim ağı düşünüldüğünde, akla ilk gelen sosyal medyadır (Decker, 2019: 114). Sosyal medya, sosyal iletilerin yanı sıra kişisel iletileri de geniş alanlara aktaran, yaygın bir paylaşım olanağı sağlayan güçlü bir araçtır (Mann ve Barkhof, 2019: 230). Sosyal medyanın yaygın gücü, onun tüm dünyada etkili bir monark ve aynı zamanda gösterişli bir vitrin olmasıyla sonuçlanmaktadır (Reddy, 2023: 49). Dünya nüfusunun yarısından fazlası her gün sosyal medyaya bakarken, yaşamına da gördüklerine göre yön vermektedir.

Siyasal gücün bir tek kişinin elinde bulunduğu ve yönetimin genellikle kalıt yoluyla aile bireylerine geçtiği devlet biçimi olarak tanımlanan monarşi, modern çağla birlikte diğer kavramlar gibi anlam değiştirmiş, modern çağı tasarlayanların kullandığı araçların erkine dönüşmüştür (Kneuer ve Demmelhuber, 2012: 37). Sosyal medya, modern çağın en popüler araçlarıdır ve modernizmin yapay geriliminden bunalan insanları rahatlatmak ve eğlendirmek için üretilmiştir.

Modern çağın stratejistleri yeni bir çağ tasarlamış ve dünyayı yönetmek için yeni medyayı üretmişlerdir. Yeni medyanın en çekici ve etkili araçları olan sosyal medya tüm dünyaya yayılmış ve herkesi denetim altına almıştır (Gronau, 2009: 347). Tüketim kültürünün başlıca cazibesi olan eğlenceli ürünler tüm insanları kendine çekmiş ve bağımlı hale getirmiştir. Sosyal medya dünyayı yöneten bir monarka dönüşmüştür (Hohlfeld und Godulla, 2015: 28). İnsanların çoğunun günlük yaşamdan sosyal medyadan vazgeçememeleri kaygı verici bulunmaktadır.

Herkesin maske ile dolaştığı ve her şeye makyaj yapılan modern çağın başlıca sömürü araçları olan medya, teknolojinin yardımıyla sosyal ağlarını kurmuş ve sosyal medya ile herkesi kendisine bağlamıştır (Castells, 2010: 492). Geleneksel değerlerin yaşamı yönlendirdiği çağ geride kalırken, geleneksel medya da önemini yitirmiş, daha çekici ve eğlenceli olan modern medya her yana yayılmıştır. Modern çağı tasarlayanlar tam da bunu istemişlerdir (Teece, 2010: 177). Sosyal medya, modern, siyasi, sistematik bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnsanların haberleşme ve eğlence gereksinimleri karşılayan sosyal medya, tüm küreyi saran bir ağ bütünü olarak çalışmaktadır. İnsanlar benliklerini doyurmak için de sosyal medya kullanmaktadır. Sosyal medya, beğeni için çok fazla olanak sağlamaktadır. İnsanlar, toplum içinde bulamadıkları beğeniyi sosyal medyada aramaktadır (Butz, 2015: 1). Sosyal medya, bir tür tatmin ortamıdır. Sosyal ortamda yeterli biçimde tatmin olamayan kişiler çoğunlukla sosyal medyaya yönelmektedir (Tippelt ve Kupferschmitt, 2015: 449). Sosyal medya, modern çağda en etkili cazibe olarak ortaya çıkmaktadır.

Modern çağda hemen herkes sosyal medya kullanmaktadır. Ancak herkesin sosyal medyayı doğru kullandığını söylemek olası değildir. Doğru kavramı göreceli olmakla birlikte, genel insancıl değerler doğruları belirlemektedir. Sosyal medya iletişim amacıyla kullanılmaktadır, ancak bazen ahlak dışı veya insancıl olmayan paylaşımlar yapılmaktadır (Hölig ve Hasebrink, 2016: 547). Geleneksel medya çok nadiren ahlaksızca ve vahşice yayınlar yapmıştır. Değerleri önemseyen geleneksel medya, ciddi özdenetim uygulamıştır (Raski, 2015: 254). Bu anlamda geleneksel medya sosyal medyadan ayrılmaktadır.

Gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon geleneksel medya olarak adlandırılır (Kübler, 2003: 14). Geleneksel medya, farklı bir dönemin araçlarıdır. O dönemde insanlar paradan daha çok düşünceye önem vermiştir. İnsani değerler felsefe kadar önemsenmiştir (Kertscher, 2015: 21). Toplumsal yapının temelini manevi değerler oluşturmuştur. İnsan olan herkese saygı duyulmuş, etnik kültürler korunmuştur (Karmasin und Litschka, 2017: 377). İki kere büyük dünya savaşı yaşayan dünya, büyük acılardan sonra insancıl değerlere yönelmiştir. Geleneksel medya da o dönemde insancıl değerleri yansıtmıştır (Rüdiger, 2017: 11). Dünyanın geleceğini planlayan stratejistler her dönem için özel projeler üretmişlerdir.

Geleneksel medya, daha az eğlence unsuru kullanmıştır. Gazeteler siyah beyaz ve az fotoğraflıdır. Radyoda söz programları da yayınlanmaktadır. Televizyon yayınlarında ahlaki değerler gözetilmektedir (Rohs und Hofhues, 2018: 73). Genel olarak siyasetçiler ve işadamları da ahlaka saygı duymaktadır. O dönemde ulusal ve ahlaki

kaygılar önemsenmiştir. Sosyal bütünün için de medya da insancıl değerleri dikkate almıştır (Ammerer, 2016: 21). Geleneksel medyanın yaygın olduğu dönem, geleneksel değerlerin de geçerli olduğu dönemdir.

Geleneksel medya hükümetlere daha mesafeli çalışmış, çıkarları için ilkelerinden ödün vermemiştir. Hiyerarşi içinde çalışan geleneksel medya, hukuka ve ahlaka dayalı ilkeleriyle karakter sahibi olmuştur (Buckens, 2017: 141). Geleneksel medya zaman zaman maddi zorluklar da yaşamasına rağmen, ahlaki ve insancıl değerlerden ödün vermemiştir. Geleneksel değerlerin egemen olduğu yıllarda insanlar daha mütevazı koşullarda yaşamış, medya da iletilerini abartmadan aktarmıştır. Abartı, modern çağın unsurudur (Nolda, 2009: 7). Geleneklerin terkedilmesiyle gösterişli abartı artmış, iletilerin gerçekliği kuşkulu hale gelmiştir.

Modern çağın kurucuları dünyayı sayısal ağlarla örmüş ve insanları ağlarla bağlamıştır. Sayısal teknoloji, tüm insanların yaşamlarına girmiş, onların işlerini kolaylaştırmış gibi görünürken insanları yönetmeye başlamıştır. Dünyada yaklaşık 5 milyar kişi mobil telefon kullanmaktadır (statista.com, 2017), yaklaşık 2.1 milyar kişi Facebook Messenger'dan yararlanmaktadır. Dünyada yaklaşık 5 milyar kişi mobil telefon kullanmakta (statista.com, 2017) ve yaklaşık 2.1 milyar kişi Facebook Messenger'dan yararlanmaktadır. Dünya genelinde 3.7 milyar kişi mail adresi kullanırken, 4 milyar kişi internetten yararlanmaktadır (Cereci, 2018: 131). Dünyadaki hemen herkes sosyal medyanın cazibesine kapılmıştır.

İnsanlar modern çağla birlikte gelenekleri ve geleneksel araçları geride bırakmışlardır. Geleneksel mimari, geleneksel giysiler, geleneksel törenler ve diğerleri unutulmaya terkedilmiştir. Modern çağın cazibeleriyle birlikte, insanlar daha az kitap ve gazete okumaya, daha az sohbet etmeye başlamıştır. Modern çağ, insanlara çok daha eğlenceli, belki de gereksiz olanaklar sunmuştur (Nave-Herz, 2003: 193). Sayısal teknolojinin cazibeli olanakları, bütün analog sistemleri unutturmuştur.

Sosyal medya, insanlara bilmedikleri dünyalardan bilgiler sağlamakta, sayısız haber getirmektedir. Ancak sosyal medya en çok, aş anlı haberleşmeyi sağlamaktadır. İnsanlar, sosyal medya aracılığıyla her an her yerde iletişim kurabilmektedir. Bu, teknoloji tarihinde büyük bir

devrimdir (Leiner, 2012: 121). Sosyal medya, insanların yaşam biçimlerini, alışkanlıklarını ve yaklaşımlarını değiştirmiştir.

Geleneksel medyanın saf ve masum karakterine karşılık, modern sosyal medya daha gizli emeller üzerine tasarlanmıştır. Geleneksel medya, haber verme ve bilgi aktarma amacıyla çalışmıştır. Modern çağda boş zaman artmıştır ve insanlar daha çok eğlenmeye başlamıştır. Sosyal medya da boş zaman geçirmenin temel araçlarıdır. Görkemli eğlencelerle insanları kendine çekmektedir. Geleneksel medyanın ciddi ve ağırbaşlı yaklaşımı artık yoktur. Sosyal medya ise insanları denetim altına alma ve yönetme amacıyla işlemektedir.

Kaynaklar

Ammerer, H. (2016). Zum demokratiebildenden Umgang mit Werten, Normen und Gesetzen in jungen Lernaltern. Informationen zur Politischen Bildung, 39: 16-25.

Buckens, T. (2017). Belgien in der Deutschen Presse: Ein, Failed State'? Eine Framing-Studie von Belgien in der Berichterstattung nach den Terroristischen Anschlägen in Paris und Brüssel. Gent: Universiteit Gent.

Butz, R. (2015). Social Media – Fluch oder Segen? Informatik, 4: 1-2.

Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society. 2. Baskı. Suusex: Blackwell Publishing.

Cereci, S. (2018). Sosyal Medya ve Yalan Dünya. Broadcasterinfo, 158: 130-131.

Decker, A. (2019). Social Media – Grundlegende Aspekte zum Begriff und zum systematischen Management. Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019, Springer Gabler Wiesbaden, s. 109-150.

Gronau, N. (2009). Anwendungen und Systeme für das Wissensmanagement: Ein Aktueller Unberblick. Berlin: Verlag.

Hohlfeld, R. und Godulla, A. (2015). Das Phänomen der Sozialen Medien. Berlin: Springer.

Hölig, V. S. ve Hasebrink, U. (2016). Nachrichtennutzung über soziale Medien im internationalen Vergleich. *Media Perspektiven*, 11: 534-548.

Karmasin, M. ve Litschka, M. (2017). *Medienethik als Wirtschaftsethik medialer Kommunikation? Möglichkeiten und Grenzen der Integration zweier aktueller Bereichsethiken*. Karlsruhe: KIT Scientific Publishing.

Kerres, M. und Preußler, A. (2017). Soziale Medien und Web 2.0 Möglichkeiten für die Erwachsenenbildung. *Die Magazin Thema Forum*, II: 28-30.

Kertscher, J. (2015). Die Unterscheidung zwischen Tatsachen und Werten im Lichte eines undogmatischen Naturalismus. *Ethik und Gesellschaft*, 1: 1-26.

Kneuer, M. ve Demmelhuber, T. (2012). Die Bedeutung Neuer Medien für die Demokratieentwicklung. *Printquelle: Medien und Politik*, 35: 30.38.

Kübler, Hans-Dieter (2003). *Medien- und Massenkommunikation: Begriffe und Modelle*. http://lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/kuebler_begriffe/kuebler_begriffe.pdf. 29.06.2018.

Leiner, D. J. (2012). Der Nutzen sozialer Online-Netzwerke. *Aufwachsen in sozialen Netzwerken. Chancen und Gefahren von Netzgemeinschaften aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive*, Chapter: Der Nutzen sozialer Online-Netzwerke, Publisher: Kopaed, Editors: Ulrich Dittler, Michael Hoyer, 111–128.

Looser, D. (2011). *Soziale Beziehungen und Leistungsmotivation. Bewertungen*: Budrich UniPress Ltd.

Mann, A. ve Barkhof, A. (2019). Determinanten und Wirkungen der wahrgenommenen Aufdringlichkeit von E-Newslettern bei Konsumenten. *Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019*, Springer Gabler Wiesbaden, s. 223-242.

Nave-Herz, R. (2003). Familie zwischen Tradition und Moderne. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg.

Nolda, S. (2009). Eine Frage der Macht Populäre Medien und Erwachsenenbildung. Ausgabe, 6: 1-10.

Raski, B. (2015). Selbstregulation und Selbstmanagement im Lernprozess nicht-traditionell Studierender. Hagen: FernUniversität.

Reddy, Y. (2023). Importance of Social Media in Our Lives in Today's Era. International Journal of Multidisciplinary Educational Research, 12 (10): 44-50.

Rohs, M. S. ve Hofhues, S. (2018). Zurück in die Zukunft Anforderungen an Medienbildung in der Aus-und Weiterbildung von Lehrpersonen am Beispiel eines Praxis-und Entwicklungsprojekts. MedienPädagogik, 31: 58–77.

Rüdiger, T. G. (2017). Soziale Medien - Anbruch Eines Neuen Zeitalters Polizeilicher Arbeit? Der Kriminalist, 1-2: 2-12.

Sassenberg, K. und Kimmerle, J. und Utz, S. und Cress, U. (2017). Soziale Beziehungen und Gruppen im Internet. Enzyklopädie der Psychologie. Serie VI: Sozialpsychologie, Chapter: Soziale Beziehungen und Gruppen im Internet, Redakteure: H.W. Bierhoff, D. Frey, Göttingen: Hogrefe, Statista (2017). <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>, 1-32.

Schneider, Y. und Zenhäuser, P. (2017). Struktur der Medienmärkte bei vollständig digitalem Konsum. Polynomics, 13: 1-57.

Statista (2017). <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>. 09.07.2018.

Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning, 43: 172-194.

Tippelt, F. ve Kupferschmitt, T. (2015). Social Web: Ausdifferenzierung der Nutzung – Potenziale für Medienanbieter. Media Perspektiven, 10: 442-452.

Zehetmair, H. (2013). Wie Verändern Internet und Soziale Medien Die Politik? München: Hanns-Seidel-Stiftung e.V.

Sosyal Medya Modası

Almanya’da yapılan nicel bir araştırma, sosyal medyada moda reklamlarına maruz kalmanın dürtüsel satın alma davranışını desteklediğini ve özellikle yaşam memnuniyetini olumsuz etkilediğini, ancak duygusal refahı bozmadığını ortaya koymaktadır (Haider, 2024: 76). İnternetin bir fikir alma ve beğeni ortamı olması, onun doğrudan modayla yakın ilgisi olduğu anlamına gelmektedir. Pek çok kişinin, ihtiyaç anında veya gardırobunu tamamlamak için sosyal medyaya yöneldiği ve oradan fikir edindiği bilinmektedir (Bichler-Ripfel ve Greiner, 2018: 17). Yalnızca moda konusunda değil, artık tüm yaşam tarzı ve kişilik konusunda da sosyal medya önemli bir referans olarak görülmektedir.

Dijital teknolojinin hızlı gelişimi sonucunda moda endüstrisi de dahil olmak üzere birçok sektörde tüketici davranışı değişti. Moda markalarının ürünlerini pazarlaması, müşterilerle etkileşim kurması ve satın alma davranışlarını etkilemesi için sosyal medya platformları etkili araçlar olarak ortaya çıkmıştır. Bir araştırma sonuçları, sosyal medya pazarlamasının özellikle dijital platformlarda moda bilgileriyle daha sık etkileşime giren genç kitleler için tüketici kararları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Bhonsle vd., 2024: 1142). Dijital çağda tüketici-marka etkileşimlerinin değişen doğası, etkileyicilerin, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin ve müşteri karar alma sürecinde kişiye özel önerilerin artan önemiyle vurgulanmaktadır.

Dijital çağda, insanlar giderek daha fazla zamanlarını çevrimiçi geçirdikçe, sosyal medya toplum için bir trend belirleyici haline gelmiştir. Sosyal medya platformları artık tüketiciler için birincil bilgi kaynağı ve moda işletmeleri için en güçlü pazarlama araçlarından biridir (Chu ve Seock, 2020: 3). Örneğin, Instagram moda içgörüsü için en etkili kaynak olarak kabul edilirken, moda endüstrisi, tüketicileri çekmek ve marka bilinirliğini artırmak için sosyal medyayı kullanarak, resim, videolar yayınlarak, moda ürünleri ve iş uygulamaları hakkında yazılar paylaşarak hedef kitlelere ulaşmıştır. Özellikle, sosyal medya, moda markaları için pazarlama stratejisini güçlendirmek için etkileşimli bir kitle iletişim kanalı sağlamaktadır. Bu platformlar, reklam için yeni

kanallar sunarak sadık müşterileri korurken, moda ve markalar hakkında bilgi sunarak yeni müşterileri de çekmektedir.

A.B.D.'de Alabama Üniversitesi'nden Rebecca K. Britt, Jameson L. Hayes, Brian C. Britt ve Haseon Park'tan oluşan dört yazardan oluşan bir ekip, "Satmak İçin Çok Büyük mü? Mega ve Mikro Güzellik ve Moda Sosyal Medya Etkileyicileri Arasındaki Ağ ve İçerik Özelliklerinin Hesaplamalı Analizi" başlıklı makalede, mikro etkileyicilerin samimi, duygusal olarak yüklü kişilerarası bağlantılar geliştirerek mega etkileyicilerden daha güçlü hale gelebileceğine dair kanıtlar sunmaktadır. Britt ve meslektaşları, moda ve güzellik markaları için mega ve mikro etkileyici Twitter ağları aracılığıyla içerikteki farklılıkları ve yayılma sürecini incelemek için yenilikçi bir hesaplamalı yaklaşım kullanmıştır (Britt vd., 2020: 20). Moda ve güzellik markaları, satın alma kararlarını şekillendirmek, maliyet etkinliğini artırmak ve daha geniş kitlelere ulaşmak için sosyal medya etkileyicilerinden yararlanmaktadır.

Sosyal medya popülerliğini artırmaya devam ederken, marka ve sosyal medyayla ilgili deneyimlerin gelecekteki niyet üzerindeki etkisinin anlaşılması yaşamsal önem taşımaktadır. Sosyal kimlik teorisini uygulayan Lyu ve Kim, psikolojik topluluk duygusunun, bir etkileyicinin sosyal medya sayfasında yer alan markalara karşı olumlu tutumlar oluşturmada önemli bir rol oynadığını ve bunun da olumlu davranışsal sonuçlara yol açtığını bulmuştur (Tafheem vd., 2022: 16). Bu çalışmanın bulguları, tüketiciler ve markalarla ilişki geliştirmek için etkileyici sosyal medya platformlarını kullanmak isteyen moda pazarlamacıları ve perakendecileri için potansiyel çıkarımlar sunmaktadır.

Moda endüstrisi, sık değişikliklerin meydana geldiği sektörlerden biridir ve sosyal medya iletişim kurmak için en uygun ve en ucuz araçtır. Bir araştırmada, uygunluk örneklemesine dayanarak, beş kuruluş seçilmiş ve iki değişkeni olan sosyal medya ve moda endüstrisi olan 130 katılımcıdan oluşan bir örneklem elde edilerek, bunlar her biri dört alt değişkene ayrılmıştır. Anketin güvenilirliği kabul edilebilir bant içindedir ve ön araştırma olarak, değişkenler arasındaki korelasyon %45,4'tür ve %1 güven düzeyinde olarak belirlenmiştir. Ayrıca, regresyon yoluyla elde edilen sonuçlar, sosyal medyanın moda

endüstrisinin önemli bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir (Ahmad vd., 2015: 6).

“Geçen 15 yıl içinde Alman moda blogosferi sadece gelişip profesyonelleşmekle kalmamış, aynı zamanda medya haberciliğinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Eşit şartlarda iletişim, sosyal medyanın ve kişiliklerin gelişimi moda dünyasının demokratikleşmesine yol açmış; Instagram ve YouTube ikinci nesil etkileyicilerin ortaya çıkmasına neden olmuş ve artık her marka bağımsız olarak iletişim kurabilirken, - bu bağlamda iletişim kurma biçimleri de değişmiş ve çok daha kişisel hale gelmiştir” (Fragen ve Weiß-Fink, 2022: 2). Hipermodern çağda moda, artık sosyal medyanın önemli bir unsuru olmuş ve birlikte çalışmaya başlamışlardır.

Sosyal medya, moda şirketlerinin kendilerini rakiplerinden farklılaştırmalarına olanak tanımakta, şirketlere güçlü bir marka varlığı oluşturma ve müşteri iletişimini kolaylaştırma fırsatı sunmaktadır (Wegenka, 2017: 48). Bu da ikili arasında sıkı işbirliği anlamına gelmektedir. Sosyal medyadaki pazarlama araçları, ister moda ister güzellik sektöründe olsun, büyük önem taşımaktadır. Moda endüstrisindeki TV reklamları, veya mağaza vitrinleri gibi pazarlama yöntemleri, her zaman müşterinin kendini kaptırabileceği bir marka dünyası yaratmakta, sosyal medya pazarlaması sayesinde firmalar artık her iki tarafla da doğrudan diyalog halinde olduğundan daha yakın bir temas kurabilmektedir (Khannoussi, 2017: 36). Bu bağlamda sosyal medya artık kendi modasını yaratmakta ve hem modaya hem ekonomiye katkıda bulunmaktadır.

Sosyal medyanın, geliştirilmiş erişilebilirlik ve artan erişim, güncel araştırmalara ilişkin farkındalığı artırabilme, bilimsel konulara yönelik kamu ilgisini artırabilme, bilime olan güveni güçlendirebilme yeteneklerinden dolayı, sosyal medya içeriğinin yaygınlığı ve benimsenirliği artmaktadır (Christ ve Blessing, 2024: 30). Bu da, sosyal medya içeriğinin kendiliğinden bir modaya dönüşmesine neden olmaktadır.

Kaynaklar

Ahmad, N. ve Aslman, A. ve Ashiq, R. (2015). The Impact of Social Media on Fashion Industry: Empirical Investigation from Karachiites. *Journal of Resources Development and Management*, 7: 1-8.

Bhonsle, P. ve Soni, N. ve Singh, C. M. (2024). Fashion in The Digital Age: Social Media Marketing's Influence on The Apparel Market. *ShodhKosh Journal of Visual and Performing Arts*, 5 (6): 1133-1143.

Bichler-Ripfel, H. ve Greiner, V. (2018). *Die digitale Welt von Mode, Fashion und Design*. Wien: IAGF – Institut für angewandte Gewerbeforschung.

Britt, R. K. ve Hayes, J. L. ve Britt, B. C. ve Park, H. (2020). Too Big to Sell? A Computational Analysis of Network and Content Characteristics Amongmega and Micro Beauty and Fashion Social Media Influencers. *Journal of Interactive Advertising*, 20 (2): 1-25.

Christ, K. ve Blessing, J. N. (2024). *Potenziale und Herausforderungen sozialer Medien für die Wissenschaftskommunikation*. Berlin: Transfer Unit Wissenschaftskommunikation Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften.

Chu, S. C. ve Seock, Y. K. (2020). The Power of Social Media in Fashion Advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 20 (2): 1-4.

Fragen, F. ve Weiß-Fink, J. (2022). *Soziale Medien lösen Modeblogs ab. Politik & Kultur*. <https://www.kulturrat.de/themen/modekultur/soziale-medien-loesen-modeblogs-ab/?print=pdf>, 10.06.2025.

Haider, M. S. (2024). *Der Einfluss von Modewerbung in sozialen Medien auf Impulskäufe und das Verbraucherwohlbefinden junger Erwachsener*. Yayınlanmamış Master Tezi, Universität Wien Masterstudium BetriebswirtschaftBetreut.

Khannoussi, S. A. (2017). Social Media - Werbung durch Soziale Netzwerke in der Mode- und Beautybranche. Yayınlanmamış Bitirme Tezi, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences, Fakultät Medien,

Tafheem, N. ve El-Gohary, H. ve Sobh, R. (2022). Social Media User-Influencer Congruity: An Analysis of Social Media Platforms Parasocial Relationships IGI Global Scientific Publishing. International Journal of Customer Relationship Marketing and Management, 13 (1): 1-26.

Wegenka, (2017). Chancen und Risiken bei der Nutzung von Social Media für Modeunternehmen. Yayınlanmamış Bitirme Tezi. Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences, Fakultät Medien.

Sosyal Medya ve Yalan Dünya

Ruysa’da, Mavi balina adlı bilgisayar oyunu oynayan kız çocuğunun, oyunun kuralları gereği 15. Kattan kendini aşağı atarak intihar etmesi tüm dünyada haber konusu olmuş, medyanın ve simülakrların modern çağın tehlikeli araçları olup olmadığı konusu bir kez daha tartışılmaya başlamıştır (Bayraktaroğlu, 2017). Bir başka haberde, Sven K. adında, 32 yaşındaki bir Alman’ın, internette tanışıp aşık olduğu erkeğe kaçan Kirstin K. adındaki 6 yıllık eşini kurşunlayarak öldürdüğü yer almaktadır. Olay, kıskanç kocanın cinayetten sonra internet sayfasına, ‘Kirsty artık aramızda olmayacak, ben de yokum’ şeklinde not bırakmasıyla ortaya çıkmıştır (Hürriyet, 2017). Toplumda rahatsızlığa neden olan, cinayet, intihar, şantaj, cinsel taciz, hakaret, müstehcenlik gibi konular yasalarla da sınırlanmakta, internetteki paylaşımlar suç kapsamına alınmaktadır (<http://www.asayis.pol.tr>, 2017). İnsanlar, modern çağda, içinde yaşadıkları dünyanın her unsurunu doğal olarak algılamakta, gerçek ve gerçekdışı ayrımı yapamamaktadır.

Televizyon dizilerindeki görkemli konaklardan, internet ortamındaki hayali paylaşımlara kadar medya ortamında, özellikle internette insanları kuşatan gerçek dışı dünya, gerçeklik sorununa neden olmakta; büyük bir kurgulanmış dünyada yaşayan insanlar gerçeği yaşadıklarını sanarak yaşamın engellerine takılmaktadır (Nguyen vd., 2017: 21). Çocuklardan yetişkinlere, kadınlardan erkeklere sosyal medya herkes tarafından kullanılmakta, özellikle modern yaşamın yoğun ritmi içinde yorulan insanlar yaşamın gerçeklerinden uzaklaşmak, rahatlamak ve eğlenmek için medyaya, özellikle de sosyal medyaya sığınmaktadır (Duivestein ve Bloem, 2013: 35). Bu bağlamda insanlar, gerçek dışı bir dünyada gerçekleri yaşadıklarını sanarak avunmakta, tüm yaşamlarını, simülasyona dayalı ve gerçek sandıkları bir gerçek dışılık üzerine kurmaktadır.

Sosyal medya, insanların karşılıklı olarak ileti aktarabildiği, internet temelli araçların genel adıdır (Dewing, 2012: 1). Yalnızca bir etkenle açıklanamayan sosyal medyanın niteliği ve gerekliliği, modern dünyadaki pek çok dinamiğin ve etkinin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle modern dünyadaki insan profili, sosyal medyanın gerekliliğini açıklamaktadır (Troitter ve Fuchs, 2014: 34). Çoğunlukla

para ve diğer maddi çıkarlar için koşuşturan, manevi duyguları ve insan ilişkileri daha geri planda kalan insanlar için bir rahatlama, eğlenme ve enerjisini harcama alanı olan sosyal medya, modern çağ insanı için bulunmaz kurtarıcı gibi görünmektedir.

Dünyanın ilk bilgisayarı olarak tasarlanan IBM 1951 yılında bir harika olarak tanındığında, 21. Yüzyılın ilk yarısında tüm dünyada hemen her iş kolunda ve milyarlarca kişinin özel yaşamında kullandığı, insanların yaşamsal etkinliklerini bağladıkları ve dünyayı denetleyen bir araç olacağı kimsenin aklına gelmemiştir. Teknolojinin tüm dünyayı kuşattığı, bilginin teknoloji aracılığıyla her yana yayıldığı ve bilgisayarın bütün sektörlerin temel aracı haline geldiği bilişim çağında eğitimden politikaya, ekonomiden özel yaşama kadar herkes bilgisayardan yararlanmakta, sözel, işitsel veya görsel iletilerle anlatmaya ve anlamaya çalışmaktadır. Dünyada yaklaşık 5 milyar kişi mobil telefon kullanmakta (statista.com, 2017) ve yaklaşık 2.1 milyar kişi facebook messengerdan yararlanmaktadır. Dünya genelinde 3.7 milyar kişi mail adresi kullanırken, 4 milyar kişi internetten yararlanmaktadır. Özellikle sosyal medya, yüksek cazibesıyla herkesi kendine çekmektedir (Cereci, 2017: 128). Yeni kuşaklar çok küçük yaşlarda sosyal medyaya katılmaktadır.

Sosyal medya bir anlamda, tarih boyunca yaşanan teknik, toplumsal, kültürel ve insancıl gelişmelerin ekonomi-politik amaçlarla kullanılan sonucudur (Taprial ve Kanwar, 2012: 57). İnsanlar, yaşamı kolaylaştırmak için sürekli yeni teknikler ve araçlar üretmiştir. Modern araçlar çoğu zaman insanların işlerini kolaylaştırırken, bazen kötü amaçlı kişilerin ellerinde tehlikeli ve zararlı araçlara dönüşmüştür (Sutton, 2013: 56). Ancak çok sayıda insanın işini kolaylaştırdığı veya eğlenceli zaman geçirmesini sağladığı için kimse teknoloji ürünlerini yaşamından çıkaramamıştır.

Karmaşık bir dünyada ve sayısız kaynaktan bir dolu iletinin her yanda dolaştığı modern çağda kendilerine özgü bir karakter ve dünya oluşturma çabası içinde olan gençler başta olmak üzere çok fazla kişi, sosyal medyayı kullanarak yeni bilgi ve fikirlere erişmeye ve yaşamlarını biçimlendirmeye çalışmaktadır (Jha vd., 2016: 33). Eğlenceden alışverişe kadar hemen her alanda kullanılan sosyal medyanın, öğretmen öğrenci veya öğretmen veli ilişkileri başta olmak üzere eğitimde de

kullanılması, sosyal medyanın ciddiye alınması ve daha iyi düzenlenmesi anlamına gelmektedir (Siddiqui ve Singh, 2016: 75). Zaman zaman ahlaksızca veya yasa dışı paylaşımların yapıldığı sosyal medya, her şeye rağmen popülaritesini yitirmemektedir.

Sosyal ağlar insanlara, kendilerini iyi ve mutlu hissedebilecekleri çok sayıda olanak sağlamakta, onlara ihtiyaçları olan, bazen de olmayan bilgiler aktarmakta, birbirleriyle görüşmelerini ve özel iletilerini paylaşımlarını sağlayan olanaklar tanımaktadır (Khurana, 2015: 4). Sosyal ağların en etkin parçası olan sosyal medya, bir yandan yaşamları ve davranışları biçimlendirirken, bir yandan da yeni bir dil ve kültür oluşturmaktadır (Liggett ve Ueberall, 2016: 7). Yeni sosyal medya kültürü, tam da çağı planlayanların istediği ve amaçlarına ulaşmalarını sağlayan bir kültürdür.

Gerçek olmayanları gerçekmiş gibi gösteren medya, özellikle internet, simülasyonun en yetkin örneklerini vermektedir. Medya, hemen her şeyi simüle ederek, gerçek dünyadan uzaklaşıp gerçek dışı bir dünyada yaşamayı tercih edenler için yeni yollar açmaktadır (Alic, 2010: 208). Yeni medyanın en yaygın uzantısı sosyal medya, karşılıklı paylaşım olanağı sağlamanın ötesinde insanların takip ve denetimini kolaylaştırmaktadır (Rasmussen, 2015: 4). Yeni medya adı verilen gelişmiş sayısal teknoloji ve akıllı telefonlar aracılığıyla insanların sürekli en yakınlarında tenlerine temas halinde bulunan modern teknoloji her türlü bilgiyi kontrol merkezlerine aktararak insanların takip edilmesini ve yönlendirilmesini sağlamaktadır. Geleneksel iletişim ve eğlence yöntemleri terkedildiği için kendilerini yeni medyaya mahkum hisseden insanlar karar vermekten tepki göstermeye kadar yeni medyayı ve özellikle sosyal medyayı referans almaktadır.

Herkesin sahip olduklarını bir an önce tüketip yenisini almak için daha çok tüketmek için daha çok kazanmak için yüksek bir ritim içinde koşturduğu modern çağın en yaygın araçları olan sosyal medya çoğunlukla eğlenmek, sıkıcı atmosferden uzaklaşıp güzel zaman geçirmek, gerçekleri terk ederek gerçek dışı fantazyalara dalmak için kullanılmaktadır. Madde ve çıkar üzerine kurulu modern dünyanın gerçeklerinden bunalan insanlar sosyal medyanın gerçek dışı iletileriyle kendilerini iyi hissetmekte eğlenmektedir (Osazee-Odia, 2017: 14. Çok

az insan güzel hayal ve fantasyalarla dolu bu gerçek dışı dünyanın kendilerini denetlemek ve yönlendirmek için planlanmış ustaca bir strateji olduğunu düşünebilmektedir. Popüler kültürün cazibe ve eğlencelerine dalan insanlar, çıkışı olmayan ağların içine düştüğünü fark etmeden, yüzyılı planlayanların stratejilerine tutsak olmaktadır (Dora ve Kahn, 2007: 1479). Sosyal ağlar tüm dünyayı her geçen gün daha fazla sarmakta, her gün bu ağlara daha çok inan takılmaktadır.

Sosyal medyanın yaygın kullanım nedenlerinden biri, sahte hesap açabilme veya takma isimle paylaşımlara katılabilme olanaklarıdır. Gerçekelrden kaçmak isteyen kişiler, sosyal medyanın gerçekdışı dünyasına adım atarak amaçlarına ulaşabilmektedir (Schünemann, 2019: 16). Facebook, YouTube, Instagram ve Twitter gibi sosyal medya platformları, ergenlikten çok sonra bile kendilerini kanıtlamışlar, her türlü bilgiye erişim ve diğer insanlarla ilişkileri sürdürme engellerini ortadan kaldırmışlar, yaygın kullanımları ve özellikle de benzersiz medya-teknolojik mimarileri, kamusal ve özel alanların yapısını değiştirmişlerdir (Schmidt, 2019: 27). Sosyal medya kendi insanlarını ve karakterlerini de yaratmış ve tümüyle kendi izlerinin taşıyan bir dünya kurmuştur.

Sosyal medya bir bakıma, gerçek dünyanın bir simülasyonudur ve gerçeğe benzeyen anacak tam da gerçek olmayan, avunmaya ve avutmaya dayalı bir alandır (Szews, 2024: 85). Sosyal medyanıniçeriğinin büyük bölümü, daha çok şey görmeye, rahatlamaya, eğlenmeye, mutlu olmaya dayalı tasarımıdır. Özellikle gerçeklerle ilgisi bulunmayan tasarımlar, insanları en çok mutlu eden, gülümseten tasarımlardır (Körschkes ve Bohaumilitzky, 2024: 218). Bu bağlamda sosyal medyanın gerçeklerle çok da ilgili olmadığını söylemek olasıdır.

Kaynaklar

Alic, S. (2010). *Philosophy of Media – Is the Message*. *Synthesis Philosophica*, 50 (2): 201–210.

Althoff, J. (2003). *Technical Responsibility Management—An Indispensable Element of Corporate Governance*. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 13 (3): 253–259.

Asur, S. ve Huberman, B. (2010). Predicting the Future with Social Media. WI-IAT '10 Proceedings of the 2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology. Washington, 31 Ağustos-3 Eylül 2010. S.492-499.

Baudrillard, J. (2011). Simülakrlar ve Simülasyon. Çev. Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı.

Bayraktaroğlu, M. (2017). Bilgisayar Oyunu Bir Çocuğun Daha Ölmesine Sebep Oldu. Sözcü Gazetesi, 7 Eylül 2017.

Bianchi, M. ve Frattini, F. ve Lejarraga, J. ve Minin, A. (2014). Technology Exploitation Paths: Combining Technological and Complementary Resources in New Product Development and Licensing. The Journal of Production Innovation Management, 31 (1): 146–169.

Bughin, J. ve Corb, L. ve Manyka, J. ve Nottebohm, O. ve Chui, M. ve Barbat, B. M. ve Said, R. (2011). The impact of Internet Technologies: Search. New York: Mckinsey&Company.

Castells, M. (2000). Toward a Sociology of the Network Society. Contemporary Sociology, 29 (5): 693-699.

Castells, M. (2003). Ağ Toplumunun Yükselişi. Çev. Ebru Kılıç. İstanbul: bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cerçi, S. (2015). Cultural Change from Traditional Culture to Popular Culture in Turkey:

Television Factor. Medeniyet Sanat, İMÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi Dergisi, 1: 9-18.

Cerçi, S. (2017). Bilişim Çağında İletişim İronisi. Broadcasterinfo, 155: 128-129.

Clatterbaugh, K. C. (1980). Descartes's Causal Likeness Principle. The Philosophical Review, 89 (3): 379-402.

Dahlman, C. (2007). Technology, globalization, and international competitiveness: Challenges for Developing Countries. Industrial development for the 21st Century, Department of Economic and Social Affairs of United Nations.

Dewing, M. (2012). Social Media: An Introduction. Ottawa: Parliamentary Information and Research Service.

Deleuze, G. ve Krauss, R. (2012). Plato and the Simulacrum. The MIT Press, 27: 45-56.

Dora, C. L. ve Kahn, M. E. (2007). Surviving Andersonville: The Benefits of Social Networks in POW Camps. American Economic Review, 97(4):1467-1487.

Duivestijn, S. ve Bloem, J. (2013). The Dark Side of Social Media. Groningen: Line Up.

Ellison, N. B. ve Lampe, C. ve Steinfield, C. (2009). Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities. Interactions, 6-8. <http://www-personal.umich.edu/~enicole/EllisonLampeSteinfeld2009.pdf>. 18.12.2017.

Gale, R. ve Thomas, H. (2015). Cities and the Politics of Difference. Ed. M. E. Burayidi. Toronto: University of Toronto Press.

Ghosh; T. (1998). Berkeley's Idealism – Internal Realism and the Incommensurability. Indian Philosophical Quarterly, 15 (2): 241-252.

Guyer, P. (1998). Critique of Pure Reason. Cambridge: Cambridge University Press.

Hauben, M. (2017). The history of ARPA leading up to the ARPANET. <http://pages.infinet.net/jbcoco/Arpa-Arpanet-Internet.pdf>. 19.12.2017.

<http://www.asayis.pol.tr>. (2017). İnternet Üzerinden İşlenen Asayiş Suçları. http://www.asayis.pol.tr/Sayfalar/bilisim_suclari.aspx. 20.12.2017.

Hürriyet (2017). İnternet'te Aşık Olup Kaçan Karısını Öldürdü. Hürriyet, 20 Mart 1999. 20.12.2017.

Ingalls, R. G. (2008). Introduction to Simulation. Proceedings of the 2008 Winter Simulation Conference. Florida: 7-10 Aralık 2008.

Jaja, J. M. (2012). Myths in African Concept of Reality. *International Journal of Educational Administration and Policy Studies*, 6 (2): 9-14.

Jha, J. ve Jaipuria, N. ve Jha, S. ve Sinha, P. (2016). The Effects of Social Media on Students. *International Journal of Computer Applications*, 2: 30-33.

Khurana, N. (2015). The Impact of Social Networking Sites on the Youth. *Mass Communication & Journalism*, 5 (12): 2-4.

Körschkes, T. ve Bohaumilitzky, F. (2024). Zwischen den Stühlen stehen Ein Dialog über das Dazwischen als metaphorische Figur und Herausforderung der Gestaltung. *Denken des Medialen Zur Bedeutung des »Dazwischen«*, Ed. Jörg Sternagel, Eva Schürmann, Bielefeld: Transcript Verlag, s. 211-224.

Liggett, R. ve Ueberall, S. (2016). Social Media Impacts Behavior and Norms. <http://www.nycrimecommission.org/pdfs/social-media-impacts-behavior-norms.pdf>. 18.12.2017.

Lipecky, F. (2014). Simulacra in Science Fiction. *Ars Aeterna*, 6 (2): 1-11.

Maier, R. (2007). *Knowledge Management Systems: Information and Communication*. 3. Baskı, New York: Springer.

Malinowski, B. (1948). *Magic, Science and Religion and Other Essays*. Illinois: The Free Press.

Nanananda, B. K. (2012). *Concept and Reality in Early Buddhist Thought*. Colombo: Dharma Grantha Mudrana Bhàraya.

Nguyen, M. ve Tran, H. ve Le, H. (2017). Exploration of the 3D World on the Internet Using Commodity Virtual Reality Devices. *Multimodal Technologies and Interact*, 1 (15): 1-22.

Ong, C. E ve Jin, G. (2016). Simulacra and Simulation: Double simulation at a North Song Dynasty theme Park. *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 9 (2): 227-243.

Osazee-Odia, O. U. (2017). Investigating the Influence of Social Media on Sociability: a Study of University Students in Nigeria. *International Journal of International Relations, Media and Mass Communication Studies*, 3 (1): 1-23.

Parkinson, B. (2016). From Marconi to GPS A short History of Radio Navigation.http://web.stanford.edu/group/scpnt/pnt/PNT16/2016_Presentation_Files/I02-Parkinson-Plenary.pdf. 18.12.2017.

Pilkington, A. G. (2017). *Science Fiction and Futurism*. Jefferson: McFarland & Company Inc.

Rasmussen, J. (2015). Lessons from Norwegian Emergency Authorities' Use of Social Media. *Prio Policy Brief*, 14: 1-4.

Roulstone, S. ve Lindsay, G. (2010). *The Perspectives of Children and Young People who Have Speech, Language and Communication Needs, and Their Parents*. Coventry: University of Warwick.

Schmidt, J. H. (2019). Soziale Medien - Bühnen der Selbstinszenierung oder Raum authentischer Identitätsarbeit? *Forum Erwachsenenbildung, Leibniz: Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation Informationszentrum (IZ) Bildung*, 52 (4): 27-30.

Schünemann, M. (2019). (A)soziale Netzwerke? - Ex- oder Inklusion in soziale Medien. *Social Psychology*, 1-19.

Siddiqui, S. ve Singh, T. (2016). Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5 (2): 71-75.

Stefanone, M. A. ve Lackaff, D. ve Rosen, D. (2010). The Relationship between Traditional Mass Media and “Social Media”: Reality Television as a Model for Social Network Site Behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(3): 508–525.

Stepanich, L. V. (2019). Heidegger: Between Idealism and Realism. *The Harvard Review of Philosophy*,

Struzak, R. ve Tjelta, T. ve Borrego, J. P. (2016). On Radio-Frequency Spectrum Management. *Journal of Telecommunications and Information Technology*, 3: 108-130.

Sutton, B. (2013). *The Effects of Technology in Society and Education*. Yayınlanmamış Master Tezi, New York State Üniversitesi.

Szews, J. (2024). »Die Welt liegt zwischen den Menschen.« Hannah Arendt und die Medialität des Politischen. *Denken des Medialen Zur Bedeutung des »Dazwischen«*, Ed. Jörg Sternagel, Eva Schürmann, Bielefeld: Transcript Verlag, s. 77-98.

Taprial, V. ve Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. London: Bookboon.

Trottier, D. and Fuchs, C. (2014). *Theorising Social Media, Politics and the State: An Introduction*. New York: Routledge.

Xuéxiào, W. Y. (2009). Wang Yang Ming School. *Comprehensive Index Starts*, 5: 2411-2414.

Yacobi, B. G. (2013). The Human Dilemma Life Between Illusion and Reality. *Journal of Philosophy of Life*, 3 (3) :202-211.

Vleuten, E. (2004). Introduction: Networking Technology, Networking Society, Networking Nature. *History and Technology*, 20: (3): 195-203.

Witkin, R. W. (2003). *Adorno on Popular Culture*. London: Routledge.

Sosyal Medya Suçları

Latin Amerika’da yapılan bir araştırmada, sosyal medyadan toplanan verilerin analizinden, her 1000 tweetten yaklaşık 15’inin bir suç veya suç korkusuyla ilgili metin içerdiği tespit edilmiştir. Suçla ilgili tweetlerin sıklığı daha sonra anketlerde kaydedilen cinayet sayısı, cinayet oranı veya suç korkusu düzeyiyle karşılaştırılmış, sonuçlar, gazeteler gibi kitle iletişim araçları gibi sosyal medyanın da şiddet veya cinsel suçlara karşı güçlü bir önyargıya sahip olduğunu göstermiştir (Curiel vd., 2020: 9). Son dönemin en yaygın ve etkin teknolojisi sosyal medya, iletişim için sağladığı olanaklar kadar, art niyetliler için de çeşitli ortamlar sağlamaktadır.

ZARA Irkçılık Raporu 2018’de, internet portallarında nefret içerikli paylaşımlar ve kışkırtıcı eylemlerde artış olduğu belirtilmiştir (Biron vd., 2020: 4). “Hassas finansal ve kişisel verilere ihtiyaç duyan sosyal medya, çevrimiçi alışveriş ve internet bankacılığının aşırı kullanımı nedeniyle siber suç her geçen gün artmaktadır. Gelişen internet teknolojisindeki gelişmeler ve yaygın bilgi birikimi, güvenlik sorunlarına, siber suçlara, internet korsanlarına ve davetsiz misafirlere yol açmaktadır. İnternetin cazibesi, büyük çaplı çevrimiçi hırsızlık ve dolandırıcılık gibi siber saldırılar veya siber suç olarak adlandırılan ağ yapısını güçlendirmektedir” (Sharma ve Sharma, 2020: 6). Dijital teknolojinin ve özellikle internetin tüm yararlarının yanı sıra, suç işlemeye olanak sağlayan işlevleri de bulunmaktadır.

Almanya’da Bavyera’da başlatılan "Cep telefonunuzu silaha dönüştürmeyin" kampanyası, siber zorbalığa ek olarak nefret söylemi, çocuk pornografisi ve yasa dışı indirme konularını kapsamaktadır (Zdun, 2022: 26). Avustralya, Büyük Britanya, Kanada ve Yeni Zelanda’da internetin, kadına yönelik şiddetin temel araçlarından biri olduğu belirlenmiştir (Meltzer, 2021: 42). Artık her alanda ve yaygın biçimde kullanılan internet, iyi ve kötü herkes için, her türlü amaç için de olanaklar sağlamaktadır.

Araştırmalar, internet kullanımıyla suç arasında doğrudan bir ilişki olduğunu ortaya koyarken, internet ve suç bağlantısına inananların da giderek arttığını göstermektedir (Windzio vd., 2007: 67). Almanya’da yapılan bir araştırmada, medyada giderek daha fazla şiddet haberlerine

rastlandığı ve bu yolla şiddetin normalleştiği, sıradanlaştığı gözlenmiştir (Hestermann vd., 2019: 14). Her türlü iletinin paylaşımına olanak veren sosyal medya, kişisel bilgilere ulaşmak için de olanaklara sahiptir.

Son yıllarda "siber zorbalık", "siber-rooming", "siber-istihbarat", "sosyal mühendislik" ve "kimlik hırsızlığı" gibi terimler kamuoyunda yaygın olarak kullanılmaktadır. Teknolojiyi ustaca kullananlar, internet ortamında suç işlemenin de yollarını bulmaktadır (Brainard, 2018: 92). İnternetin çok işlevli ve yaygın teknolojisi, herkesin amacına yanıt verebilecek yeterlilikte görünmektedir.

“Sosyal medya platformlarına dayalı siber suçlar, kimlik avı, dolandırıcılık, nefret söylemine teşvik ve dijital gasp gibi bilinen siber suçları içermektedir. Bu suçlar, hoş olmayan içerikler yayarak, gizliliği ve kişisel güvenliği tehlikeye atarak, kullanıcıları sahte reklamlarla kandırarak ve elde edilen hassas bilgileri gasp amacıyla kullanarak toplumsal çatışmaları artırmaktadır. Bu suçların yaygınlığı nedeniyle, toplum için ciddi bir tehdit oluşturdukları ve iletişim platformlarına olan güveni zedeledikleri için güçlü hafifletme ve önleyici tedbirlere ihtiyaç duyulmaktadır” (Hussein vd., 2024: 192). Artık pek çok yönetim, sosyal medya suçları için önlemler almakta, özel kurumlar kurmaktadır.

Bazı araştırmalar, sosyal medya paylaşımları ve şiddet arasında sıkı ilişki olduğunu, özellikle gençlerin güç ve statü göstermek için sosyal medyada şiddet içerikli paylaşımlar yaptığı belirlenmiştir (Deutscher Bundestag, 2025: 12). İnternet, özellikle de gözetimden ve bilgiye erişim özgürlüğü iddiasıyla, kısmen de geleneklerden bağımsızlık olmak üzere özgürlük ideali altında genel bir iletişim alanına dönüşmüş, internet olanakları suç işleme fırsatlarını da artırmıştır (Momsen ve Bruckmann, 2019: 20). Daha önce basit yöntemlerle veya manuel olarak işlenen suçlar artık sosyal medya aracılığıyla işlenmektedir.

Taciz, farklı kültürlere ve ideolojilere saldırılar sosyal medyada en sık rastlanan suç unsurlarıdır (Ngo, 2020: 38). Kamuya açık profilleri/bilgileri (kendi profilleri olsun veya olmasın) olan belirli kişileri arama, kamuya açık profile dayalı tanık ifadelerini doğrulama (örneğin, mazeretler vb.), kamuya açık çeşitli verileri toplama ve sonuçlara varma (örneğin, yasadışı gruplarla/terörist gruplarla bağlantı),

üçüncü tarafların profillerini (örneğin, tanıklar veya muhbirler) kullanarak diğer kişilerin ("arkadaşları") kamuya açık olmayan verilerini okuma gibi sosyal medya suçları da giderek artmaktadır (Beck, 2025: 15). Mahremiyet, gizlilik ve kimlik bilgileri artık daha fazla önem kazanmaktadır.

Siber suçun yükselişi, suçların uzaktan işlenebildiği ve fiziksel sınırların ötesine geçebildiği yeni zorluklar ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya, suçluların sesini yükselterek eylemlerini yüceltmekte ve suç davranışının normalleştirildiği, hatta kutlandığı bir ortamı teşvik etmektedir (Kumar ve Bharti, 2025: 360). Sosyal medyadaki yanlış bilgilendirme ve sansasyonel haberler, toplumsal gerilimleri artırabilmekte ve kurumlara olan güveni aşındırabilirken, özellikle yeni kuşaklar zararlı içeriklerin ve etkileyicilerin etkisinde kalmaktadır.

Kaynaklar

Beck, S. (2025). Verdeckte Ermittlungen in sozialen Netzwerken. Hannover: Leibniz Universität Hannover.

Biron, B. ve Pospisil, B. ve Backfried, G. ve Huber, E. (2020). Kriminalität auf Social Media auf der Spur – mit Methode. „Sag, wie hast du’s mit der Kriminologie?“ Die Kriminologie im Gespräch mit ihren Nachbardisziplinen, Ed. Christian Grafl, Monika Stempkowski, Katharina Beclin, Isabel Haider, Mönchengladbach: Forum Verlag Godesberg, s. 293-312.

Brainard, A. (2018). A Content Analysis of Crimes Posted on Social Media Platforms. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 9 (1): 82-94.

Curiel, R. P. ve Cresci, S. ve Muntean, C. I. ve Bishop, S. R. (2020). Crime and Its Fear in Social Media. Palgrave Communications, 6 (1): 1-12.

Deutscher Bundestag (2025). Titel: Zum Einfluss von sozialen Netzwerken auf Kinder- und Jugendkriminalität Zum Einfluss von sozialen Netzwerken auf Kinder- und Jugendkriminalität. Berlin: Deutscher Bundestag.

Hestermann, T. ve Macromedia, H. ve Hamburg, C. (2019). Berichterstattung über Gewaltkriminalität Wie häufig nennen Medien die Herkunft von Tatverdächtigen? Brussels: Asyl-, Migrations- und Integrationsfonds.

Hussien, N. M. ve Mohialden, Y. M. ve Abbas, H. A. ve Solagh, H. N. ve Abbas, İ. K: (2024). Impact of Cybercrimes on Social Media Platforms: Threats and Consequences. https://www.researchgate.net/publication/385781858_Impact_of_Cyber_crimes_on_Social_Media_Platforms_Threats_and_Consequences, 22.09.2025.

Kumar, A. ve Bharti, S. K. (2025). Impact of Social Media on Crime: A Multifaceted Analysis. The Academic International Journal of Multidisciplinary Research, 3 (5): 351-361.

Meltzer, c. E. (2021). Tragische Einzelfälle? Wie Medien über Gewalt gegen Frauen berichten. Frankfurt am Main: Otto Brenner Stiftung.

Momsen, C. ve Bruckmann, P. (2019). Soziale Netzwerke als Ort der Kriminalität und Ort von Ermittlungen Wie wirken sich Online-Durchsuchung und Quellen-TKÜ auf die Nutzung sozialer Netzwerke aus? Soziale Medien .und Kriminalitätsfurcht. Kriminalpolitische Zeitschrift, <https://kripoz.de/2019/01/15/soziale-netzwerke-als-ort-der-kriminalitaet-und-ort-von-ermittlungen-wie-wirken-sich-online-durchsuchung-und-quellen-tkue-auf-die-nutzung-sozialer-netzwerke-aus/>, 22.09.2025.

Ngo, E. (2020) Social Media: The Unseen Risks of Cybercrimes. Yayınlanmamış Bitirme Tezi, Paxton: Faculty of Anna Maria College Criminal Justice.

Sharma, S. ve Sharma, V. K. (2020). Cyber Crime analysis on Social Media. BSSS Journal of Computer, XI (I): 1-7.

Windzio, M. ve Simonson, J. ve Pfeiffer, C. ve Kleimann, M. (2007). Kriminalitätswahrnehmung und Punitivität in der Bevölkerung - Welche Rolle spielen die Massenmedien? Forschungsbericht, 103,

Hannover: Kriminologisches Forschungsinstitut Niedersachsen e.V. (KFN).

Zdun, S. (2022). Arbeitsstelle Kinder- und Jugendkriminalitätsprävention Zahlen – Daten – Fakten Jugenddelinquenz im Kontext von Digitalisierung. Halle: Deutsches Jugendinstitut e.V.

Dijital Sorunlar

1996 yılında özgürlükçü internet vizyoneri John Perry Barlow siber uzayın bağımsızlığını bile ilan ederken, internetin gerçeklerden uzak, bir başka evren olduğunu da vurgulamıştır aslında (Lambach, 2019: 4). Dijitalizasyon iş dünyasında memnuniyetle karşılanıp şirketlerin çok işine yaramış gibi görünürken, sosyal yaşamda ve insan ilişkilerinde pek çok ilkeyi ve alışkanlığı değiştirmiştir. Dijital teknolojiyle birlikte yeni dijital sosyal alanlar oluşmuş, yüzyüze ilişkiler geride kalmıştır. Bu bağlamda bazı insancıl, ulusal ve yerel değerler de dijital dünyanın cazibeleri içinde kaybolup gitmiştir (Malter ve Rindfleisch, 2019: 9). Görkemli uygulamalar, iletişim olanakları, eğlence araçları ve bilgi paketleriyle insanların yaşamına giren dijital teknoloji, tüm teknolojiler gibi doğru kullanılmadığında çok fazla soruna yol açan ve insanı çaresiz bırakan araçlardır.

İş dünyasında, üretici tüketici arasında etkin bir ortam oluşturan ve ekonomide dinamik etkiler yaratan dijital teknoloji, ard niyetli kullanıcıların girişimleri ve alışverişte abartılı davranan tüketicilerin yanlışlarıyla bir başka sorun öbeğinin kaynağı olmaktadır (Reisch vd., 2016: 49). Dijital teknolojiyi kullanmayı bilmemek, haklarını bilmemek ve yasaları önemsememek de dijital dünyada büyük sorunlara neden olan etkenlerdir (Fraillon vd., 2018: 217). İnsanlara çok büyük bir olanaklar, pazar, haberleşme ve eğlence ortamı gibi görünen dijital dünya aslında pek çok sorunu da barındıran ilginç bir alandır.

Dijital dünya, gerçek olmadığı halde gerçek yaşamı kendine uyarlaması çoğu kişiyi rahatsız etmemektedir ancak gerçek yaşamın incelikleri konusunda dijital dünya yeterli olmamaktadır. Özellikle metafizik konular, gelenekler ve değerler, gerçek yaşamda olduğu gibi dijital ortama yansımamaktadır (Haseli, 2024: 2). Artık okullarda, geleceğin dünyasının temeli olarak dijital teknoloji öğretilmektedir. Öğrencilere de çok çekici gelen dijital teknoloji, çekici ve eğlenceli yanları geri planda kalmadıkça işe yaramaktadır. Ancak öğrencilerin bir bölümü ve hatta yetişkinlerin de bir bölümü dijital teknolojiyi yarar getirmeyen amaçlarla da kullanmaktadır (Ionica vd., 2024: 42). Bu da dijital dünyanın bir başka açmazı ve sorunudur.

Hipermodern çağın temel akımı olan dijitalleşme, yaşamın çok çeşitli alanlarında temel haklar ve insan hakları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Büyük olanaklar sağlayan dijital teknoloji üzerinde çok sayıda hukuk ihlaline de rastlanmaktadır. Art niyetli insanlar, dijital ortamda suç kapsamına da giren eylemler planlamakta, hak ihlalleri yapmaktadır (Ghielmini vd., 2021: 129). Bu arada dijital teknolojinin içinde doğan ve dijital teknolojiyle büyüyen çocukların geleceği şekillendireceği düşüncesi varken, dijital kuşakların yeterliliği ve yetkinliği bir sorundur. Geleceğin dünyasını şekillendirmek için dijital kuşakların bilgi ve birikimlerinin yeterli olup olmadığı sürekli tartışılmaktadır (Wagner, 2020: 13). Dijital kuşaklar da geleceği belirlemek için heyecan ve istek içindedir ancak, bilgi ve deneyim birikimleri herkesi düşündürmektedir.

Dijital teknolojiler hemen hemen tüm dünyada yeni pazarlar ve benzeri görülmemiş iş fırsatları yaratmıştır. Burada temel zorluk, bu tür fırsatların endüstri ve hizmet şirketleri tarafından tam olarak yakalanmasını sağlamak, dijitalleşmeyi büyüme ve yeni işler yaratmak için kullanmaktır. Hükümetlerin politikalarının dijital dönüşüm için uygun olup olmadığı tartışılmaktadır. Hükümetlerin, dördüncü teknoloji devrimi ve esas olarak mobil iletişim, sosyal medya, bulut, büyük veri analitiği, akıllı cihazlar, bağlı nesneler ve sensörlerde somutlaşan yeni BİT dalgasının gelecekteki talepleri ve gereksinimleriyle başa çıkmaya hazır olmak için ekonomisinde sert ve yumuşak altyapı sağlamalıdır (Vidas-Bubanja ve Bubanja, 2017: 135). Ancak yetkililerin ve kurumların buna hazır olup olmadıkları tartışılmaktadır.

İş dünyasında işlerin daha hızlı ve kolayca yürütmesini sağlayan dijital teknoloji, işler tümüyle teknolojiye bağlı olduğu için, çalışanların özgün yeteneklerinin ve becerilerinin zayıflamasına da yol açmaktadır. Dış dünyasında hemen her iş dijital teknoloji aracılığıyla yapılabildiği için, çalışanlar düşünmeye, planlamaya ve uygulamaya gerek duymamaktadır (Marović vd., 2019: 184). Dijital teknolojinin yaygın olarak kullanılması, herkes tarafından biliniyor ve anlaşılıyor olması anlamına gelmemektedir. Bir teknoloji, bilmeyenler tarafından kullanıldığı zaman doğrudan soruna, hatta tehlikeye dönüşmektedir (Kinitzki, 2019: 128). Dijital teknolojinin sağladığı cazibeli olanaklar, ilginç bilgiler, eğlenceli içerik, onun öğrenilmeden kullanılması eğilimini yaygınlaştırmaktadır.

Dijital dönüşüm aynı zamanda kültürel dönüşümü ifade etmektedir. Ancak dönüşüm toplumdan ve kültürden uzak bir kaynaktan yapıldığı, kültürel temel hazır olmadan gerçekleştiği zaman sorunlar yaşanmaktadır (Weerasinghe ve Nirere, 2022: 24). Bütün teknolojiler kendilerine özgü bir kültürle var olmaktadır. Yerel kültür ve altyapı uygun değilse, teknoloji kültürünün yerleşmesinde sorun yaşanmaktadır.

İnternetin ve mobil teknolojilerin hızla yayılması, kültürlerarası etkileşimleri kolaylaştırarak küresel ölçekte kültürel değerlerin ve uygulamaların kaynaşmasına yol açmıştır. Bununla birlikte, aynı zamanda dijital kaynaklara erişimdeki eşitsizlikleri artıran dijital uçurum ve baskın küresel kültürlerin yerel kimlikleri gölgede bıraktığı kültürel homojenleşme riski gibi teknolojinin getirdiği zorlukları da beraberinde gelmiştir (Alsaleh, 2024). Hiçbir teknoloji, kusursuz olmadığı gibi, bütün sorunlardan arınmış da değildir.

Yerel çalışanlara etkili bilgi aktarımı, verimliliği, yeniliği ve uzun vadeli proje başarısını artırmaktadır. Çeşitli araştırmalardaki bulgular, dijital teknolojinin iletişimi, dokümantasyonu ve bilgi paylaşımını kolaylaştırmada önemli bir rol oynadığını, güven kültürünün ise iş birliğini teşvik ettiğini ve bilgi emilimine karşı direnci azalttığını ortaya koymaktadır (Zhibao ve Sadat, 2025: 82). Özellikle bilgi teknolojileri ve güven kültürü arasındaki etkileşim, sorunsuz bilgi aktarımına elverişli bir ortam yaratmaktadır.

Kaynaklar

Alsaleh, A. (2024). The Impact of Technological Advancement on Culture and Society. Scientific Reports, 14 (1), https://www.researchgate.net/publication/387541579_The_impact_of_t echnological_advancement_on_culture_and_society.

Fraillon, J. ve Ainley, J. ve Schulz, W. ve Friedman, T. ve Duckworth, D. (2018). Preparing for Life in a Digital World IEA International Computer and Information Literacy Study 2018 International Report. Cham: Springer.

Ghielmini, S. ve Kaufmann, C. ve Post, C. ve Büchler, T. ve Wehrli, M. ve Amacker, M. (2021). Grund- und Menschenrechte in einer

digitalen Welt. Zurich: Schweizerisches Kompetenzzentrum für Menschenrechte (SKMR).

Haseli, S. (2024). Digitale Welt, analoges Leben – analoge Welt, digitales Leben Kommunikation als Schmiermittel zwischen zwei Welten.

http://www.datakontext.com/media/pdf/82/58/f9/hrp224_langtext_haeseli-tipp-digitale-welt-analoges-leben.pdf, 26.08.2024.

Kinitzki, M. ve Sigle, N. ve Hertweck, D. (2019). The Revelance of Technology Knowledge in SMEs for Digital Transformation. The 30th Central European Conference on Information and Intelligent Systems, University of Zagreb, October 2nd - 4th, 2019 Varaždin, Croatia, s. 117-132.

Ionica, L. ve Vissiennon, M. ve Budde, J. (2024). Studiengänge für eine digitale Welt Whitepaper zur Curriculumentwicklung als hochschulweiter Veränderungsprozess. HFD-Arbeitspapier 76, https://hochschulforumdigitalisierung.de/wp-content/uploads/2024/02/HFD_AP_76_Studiengaenge_fuer_eine_digitale_Welt.pdf, 26.08.2024.

Lambach, D. (2019). Digitale Welt und Reale Welt – Keine Gegensätze Mehr. Die Digitalisierung der Kommunikation: Gesellschaftliche Trends und der Wandel von Organisationen. Ed. Reuter, Christian; Schultz, Tanjev; Stegbauer, Christian, Frankfurt: Mercator Science-Policy Fellowship-Programm, Science Policy Paper, No. 5: 3-6.

Malter, A. ve Rindfleisch, A. (2019). Transitioning to a Digital World. Marketing in a Digital World, Bingley: Emerald Group Publishing, s. 1-11.

Marović, D. ve Čavoški, S. ve Marković, A. ve Zornić, N. (2019). Human Factor in Digital Transformation of Workforce Management: A Case of Southeastern European Telecommunication Company. The 30th Central European Conference on Information and Intelligent Systems, University of Zagreb, October 2nd - 4th, 2019 Varaždin, Croatia, s. 181-186.

Reisch, L. ve Büchel, D. ve Joost, G. ve Zander-Hayat, H. (2016). Digitale Welt und Handel. Verbraucher im personalisierten Online-Handel. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen beim Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz.

Vidas-Bubanja, M. ve Bubanja, I. (2017). The Challenge of Going Digital. Journal of Engineering Management and Competitiveness, 7 (2): 126-136.

Wagner, L. (2020). Unsere Kinder in der digitalen Welt. GreenCare, 3: 11-13.

Weerasinghe, L. ve Nirere, B. (2022). Challenges of Digital Transformation A Case Study of The Restaurant Industry. Yayınlanmamış Master Tezi, Umeå University Department of Informatics.

Zhibao, Y. ve Sadat, M. (2025). The Role of Information Technology and Trust Culture in Knowledge Transfer to Local Employees: A Systematic Literature Review. International Journal of Research and Review, V: 76-83.

Sosyal Ağların Dark Web'e Dönüşümü: Karanlık Tehlike

Yeni medya adı verilen dijital iletişim teknolojisi görkemli bir biçimde insanların yaşamına girmiş ve karmaşık ağlarıyla tüm dünyayı kuşatmış, hipermodern çağı başlatmıştır. Her yeni teknoloji gibi yeni medya da insanlara yaşamsal olanaklar sağlamış, ancak kötü niyetli kişilerin ellerinde istismar aracına dönüşmüş, değişik suçlara aracılık eden bir medya olarak da kullanılmıştır. Dünyanın hemen her yerine yayılan internet ağları, kötü niyetli ve suça eğilimli insanların ellerinde suç aletine dönüşmüş, Dark Web aracılığıyla dolandırıcılıktan silah kaçakçılığına, uyuşturucu ticaretinden cinayetlere kadar çok sayıda suçun medyası olmuştur. Özel şifrelerle girilebilen Dark Web dünyası, herkesin ulaşamadığı, ancak istismarcı insanların kolaylıkla ulaşabildiği bir ortam olarak, hipermodern çağın başlıca suç alanlarından biri olarak kullanılmaktadır (Temara, 2024:119). Yeni medyayı, iletişim ve zaman geçirme aracı olarak kullanan pek çok kişi Dark Web tehlikesinden habersizken, bazı kişiler Dark Web'in suç ortamında suçlu durumuna da düşebilmektedir.

Dünyadaki hızlı bilgisayarlaşma ve iletişim teknolojisi ağı, son yıllarda insanların iletişim, organizasyon ve boş zaman alışkanlıklarında geniş kapsamlı değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Mobil ve internet tabanlı iletişim, sesten görüntüye ve filme kadar tüm bilgi ortamlarının kapsamlı sayısallaştırılması, elektronik bilgi ve hizmetlere en geniş anlamda (bankacılıktan Wikipedia bilgisine ve çevrimiçi oyunlara) hemen hemen her yerde erişim gibi teknik olanaklar sağlamaktadır (Balfanz, 2010: 15). Yeni medyadaki sanal dünyanın cazibesine kapılan milyonlarca insan, hipermodern çağın yüksek ritimli ve sorunlu yaşam biçiminden uzaklaşmak için, zamanının büyük bölümünü yeni medya ile birlikte geçirmektedir.

Medya, sadece 1990'larda Doğu Avrupa'daki ayaklanmalardan bu yana değil, dönüşüm süreçlerinde de önemli bir rol oynamış, bununla birlikte, iletişim ve bilgi teknolojilerinin daha da gelişmesi ve yayılması bağlamında, birkaç yıldır siyasi dönüşümün doğasındaki rollerine yönelik artan bir talep olmuştur. Medya teknolojileri gelişirken dünya da değişmiş, yeni siyasal ve kültürel yaklaşımlar benimsenmiştir (Badr ve Demmelhuber, 2014: 151). Almanya'da yapılan bir araştırma, aileler,

okullar, çalışma ekipleri ve arkadaş grupları, yeni medya kullanmadan hangi erişilebilirlik biçimlerinin beklendiği ve aşamaların nasıl planlanacağı konusunda sorunları ortaya koyarken, yeni medyanın ciddi bir stres faktörü olduğunu da vurgulamıştır (Genner ve Süss, 2014: 5). Her yeni teknolojide olduğu gibi, yeni medya da olumlu ve olumsuz yönleriyle birlikte yaşama katılmıştır.

Immanuel Kant, yargılanmadan, sorgulanmadan kabul edilen iletilerin insana bir yararı olmadığını, bu iletilerden türeyen fikirlerin de değersiz olduğunu savunurken, hipermodern dünyanın başlıca ileti aracı yeni medya da, çoğunlukla sorgulanmadan kabul edilen, ancak insanların hoşlandığı, çekici iletiler aktarmaktadır (Autenrieth, 2016: 16). “Yeni medyadaki görüşler öznel, belirsizdir ve değişebilir. Özellikle siyasetle ilgili olarak yüksek bir statüye sahiptirler. Medya insanlara ihtiyaç duydukları bilgileri sağlamaktadır ve onları yönlendirmektedir” (Boltraß ve Pisano, 2018: 23). Yeni medya, güçlü teknolojiyle inandırıcılık da sağlamakta ve kitleleri ikna etmektedir.

Dark Web anlamına da gelen “Darknet” terimi 21. Yüzyılın başlarına kadar kamuoyunda tartışma konusu olmasa da, Münihli silahlı saldırganın Darknet aracılığıyla cinayet silahını satın almasıyla 2016 yazında kötü bir üne kavuşmuştur. Münih'te on kişinin ölümüne neden olan silahlı saldırıyla ilgili bir güvenlik tartışması çıkmış, daha sıkı silah yasaları ve şiddeti yücelten bilgisayar oyunlarının yasaklanması talepleri gündeme getirilmiş, aynı zamanda güvenlik yetkilileri ve daha fazla soruşturma yetkisi için daha iyi personel ve mali kaynaklar için ödenek ayrılmıştır. Bu arada, karanlık ağın internetin karanlık yüzü olarak - öncelikle uyuşturucu, silah ve çocuk pornografisi satmaya hizmet eden bir yer olarak - kamusal imajı sağlamlaştırmıştır (Tzanetakis, 2017: 45). O günlerden bu yana Dark Web (Darknet), tehlikeli bir suç ortamı olarak tanınmaktadır.

İnternet ve sosyal ağlar, günümüzde herkes için günlük yaşamın bir parçası olmuştur ve çoğunlukla riskleri ve zararları düşünülmeden kullanılmaktadır. Sosyal ağların kullanımının sosyal davranışları etkilediği çok sayıda araştırmayla kanıtlanmıştır (Siripaiboon, 2016: 41). İnsanların, yaşamı sosyal ağlardan ibaret görmesi hipermodern gerçeklerden biridir ve yeni bir çağ dönüşümü anlamına gelmektedir.

Sosyal yaşam, kimlikler, sosyal roller, yaklaşımlar, biçemler sosyal ağlarla birlikte yeniden belirlenmektedir (Alfert, 2014: 77). Teknolojiyle postmoderne dönüşen çağ, sosyal ağlarla birlikte hipermoderne dönüşmüştür.

Web 2.0'ın geliştirilmesi ve bunun sonucunda ortaya çıkan akıllı telefonlar, yaşamın her alanında artan ağlarla dünyayı kuşatmıştır. Akıllı telefonların kullanıma girmesiyle sanal dünyaya mobil erişim sağlanmış, World Wide Web'e zamana bağlı erişim kolaylaşmıştır. İnternetle büyüyen ve sosyal ağların kullanımının doğal karşılandığı yetişkinler dünyayı biçimlendirmişlerdir (Thoma, 2017: 45). Dünya, hızlı ve kolay erişimli, geniş iletişim ve paylaşım olanakları sağlayan ve çok eğlenceli sosyal ağlarla sarılırken, pek çok yeni sorun da beraberinde gelmiştir.

Sosyal etkileşim, sosyal ağ sitelerini diğer birçok medya uygulamasından - özellikle geleneksel kitle iletişim araçlarından veya statik internet sitelerinden açıkça ayıran bir özelliktir. Sosyal ağ sitelerinin, sosyal etkileşimi eğlence ile zenginleştirmesi, bu kadar çekici bir iletişim kanalının insanları sosyal iletişime daha fazla zaman ayırmaya teşvik etmesi anlamına gelmektedir (Leiner, 2012: 121). Radyo, televizyon veya kitapların aksine, birlikte olmak çevrimiçi sosyal ağları kullanmanın önemli bir parçasıdır. Sosyal ağlar, kullanıcıya sosyal etkileşim için güçlü ve etkili araçlar sağlamaktadır.

Lin ve Lu, 2011 yılında 302 katılımcı arasında yaptıkları ankette, insanların sosyal ağ sitelerini kullanmalarının temel sebeplerinin eğlence ve kullanışlılık olduğunu, bunun yanında farklı cinsiyetlerin sosyal ağ sitelerini kullanma sebeplerinin de farklı olduğunu bulmuşlardır. Bunun yanı sıra insanların sosyal ağları kullanmalarının temel nedeninin boş zamanları doldurarak arkadaş ve aile takipleri ve eğitim nedenleriyle olduğu da belirlenmiştir (Hajarian, 2015: 182). Bir başka araştırmada, insanların genellikle sosyal ağları kullanmak için birçok motivasyonel neden bildirdiği, en önemli nedenin yeni insanlarla iletişim kurmaktır (%31) olduğu belirlenmiştir. İkinci sırada arkadaşlarıyla iletişim halinde olmak (%21), üçüncü sırada ise genel sosyalleşme (%14) yer almaktadır. Toplam 11 farklı neden ve çeşitli alt nedenler tespit edilmiştir (Brandtzæg ve Heim, 2009: 151). Farklı düzeylerde sosyal etkileşimleri

ve farklı bilgi alışverişi ve paylaşım biçimlerini desteklemek için sosyal ağları kullanım yaygınlaşmaktadır.

Sosyal ağların kullanımı, ancak geri dönüş kanalının diğer kullanıcılarla zamanında etkileşim ve aktif taahhüt yoluyla özgün ve dürüst iletişim yoluyla da kullanılması durumunda etkili ve başarılı olmaktadır (Heise ve Peters, 2015: 5). Bireylerin yanı sıra şirketler ve kurumlar da işe alım, pazarlama ve kurum içi iletişim gibi nedenlerle sosyal ağları giderek daha fazla kendi amaçları için kullanmaktadır. Sosyal ağların birçok ihtiyaca cevap veren niteliği, geniş kapsamlı ve eğlenceli özellikleri onu çekici hale getirmektedir (Poller ve Waldmann, 2013: 81). Ancak sosyal ağların yaygınlığı oranında sosyal ağlarla işlenen siber suçlar da artmaktadır.

Sosyal ağlar iletişimi kolaylaştırmakta, büyük sayılarla bilgiye hızlı bir şekilde erişimi sağlamakta, arkadaşlar, tanıdıklar, meslektaşlar ve iş ortakları ile verileri paylaşma olanağı vermektedir. Ancak sosyal ağlar, sağladığı tüm olanakların yanında, kötü niyetli kişilerin ve grupların da kendi hesapları doğrultusunda yararlandığı alandır. İnternetin bu “tehlikeli” bölümü “Dark web” olarak bilinmektedir. Dark Web'in yasadışı uyuşturucu ticaretinden kiralık katillere kadar her türlü karanlık olayın gerçekleştiği yer olduğu varsayılmaktadır. Dark web, arama motorları tarafından dizine eklenmeyen ve yalnızca özel yazılımlarla erişilebilen derin web'in bir alt kümesi olarak da tanımlanmaktadır (Luber, 2022). Yer paylaşımli bir ağ olarak uygulanan Dark Web'de, tüm veri trafiği şifrelenir ve anonimleştirilir. Bu nedenle yasadışı işleri dark web üzerinden yapmak elverişli hale gelmektedir.

Dark web, yani anonimliğin garanti edildiği ve özel bir yazılım kullanmadan erişilemeyen bir World Wide Web, 2011 yılında dünyanın en büyük çevrimiçi kara borsası olan Silk Road, dark web üzerinde kurulmuş; Dark Web'de sağlanan anonimliği bünyesinde barındıran sanal para birimlerinin varlığıyla ekonomi ve iş araştırmalarının konusu haline gelmiştir (Hatta, 2020: s. 286). Bazı araştırmacılar, Dark Web'in suç faaliyetleri için bir oyun alanından çok daha fazlası olduğunu söyleyerek, darknet kullanıcılarının "kötü bir şey peşinde" olduğunu iddia etmenin yetersiz olduğunu savunmaktadır (Najjar ve Schwağ,

2019: 22). Dark Web, ismi gibi bütün karanlık işlerin ve masum işlemlerin de gizli yüzünün aracı olmuştur.

King's College London'dan araştırmacılar Daniel Moore ve Thomas Rid, 2015 yılında beş haftalık bir süre boyunca dark web'deki 2.723 aktif sayfanın içeriğini sınıflandırmış, sonuçta içeriklerin yüzde 57'sinin yasa dışı içerik barındırdığını belirlemiştir (Guccione ve Seebacher, 2022). Dark Web'in, internetin arama motorları tarafından kapsanmayan bir parçası olması, onun yasadışı işler için kullanılmasını kolaylaştırmaktadır.

Dark web, IP adreslerini internetin geri kalanından gizleyen web sitelerinden oluşan internetin bir parçasıdır. Yüzey ağı olarak adlandırılan içeriğin aksine, erişim için genellikle ziyaretçilerin IP adreslerini web sitesinden de gizleyen özel programlar veya teknolojilerle çalışmaktadır. Dark Web, kredi kartı numaralarından, uyuşturucu veya silahlardan sahte paraya, çalıntı banka hesaplarına, erişim verilerine ve sosyal medya profillerine ve hatta diğer insanların bilgisayarlarına girmeye yönelik yazılımlara kadar her türlü veriyi sağlayabilmektedir (Kaur ve Randhawa, 2020: 2143). Dark Web'in özellikleri ve sağladığı olanaklar, suça eğilimli olanları da cezbetmektedir.

Dark web genellikle 'kötü' ile ilişkilendirilse de, aynı zamanda 'iyi' - ve 'çirkin'i de içermektedir. Google'ın arama motoruna her gün 3,5 milyardan fazla sorgu girilmektedir. Sosyal medyaya her gün milyarlarca gönderi eklediğinde, çevrimiçi içeriğe erişmenin en baskın yolunun arama motorları ve paylaşılan bağlantılar olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak her gün kullanılan 'yüzey ağı'nın tüm ağın binde birinden daha az olduğu tahmin edilmektedir. Gerisi 'derin ağda': arama motorları tarafından dizine eklenmeyen görünmez içeriktir. Bazılarına belirli uygulamalar veya kimlik bilgileriyle erişilebilen veritabanları, parola korumalı web siteleri, intranetler, akademik dergiler ve arşivler içermektedir (Radunović, 2016). Böylece sosyal ağlar giderek, gizli ve bazen yasadışı işlerin yapıldığı bir alana dönüşmektedir.

Darknet de denen Dark Web sayfaları, normal tarayıcılarda bulunamadıkları için Gizli Servisler olarak da adlandırılmaktadır. Darknet'te, tüm veri trafiği şifrelenmekte, kullanıcıları şeffaf ve

izlenebilir kılan IP adresi de görünmez hale gelmektedir. Bu, güvenlik ve anonimlik sağlamakta, ancak aynı zamanda gezinmeyi biraz yavaşlatmaktadır (Manzau, 2021). Dark Web'in bu özelliği, sosyal ağların günlük, yasal görüşme ve paylaşımlardan giderek yasadışı işlemlere dönüşmesiyle sonuçlanmaktadır.

Birbirine benzeyen ancak aynı olmayan Dark Web ve Deep (Derin Web)'in ayrı işlevleri bulunmaktadır. Derin web, web tarayıcıları tarafından dizine eklenmeyen internet bölümü olarak tanımlanır. Dark web ise derin ağın yalnızca özel araçlarla erişilebilen bir alt bölümü olarak tanımlanmaktadır. İlki öncelikle meşru günlük çevrimiçi etkinlikler için kullanılırken, ikincisi daha anonimdir ve yasa dışı işlemlerle tanınmaktadır (Ashtari, 2022). Merkezi olmayan ve belirsiz doğası nedeniyle karanlık ağın ne kadar yaygın olduğunu ölçmek zordur.

Çevrimiçi dünyanın uzun süredir yasa dışı işlemlerle dolu bir geçmişi vardır. Bildirilen ilk çevrimiçi işlem 1972'de gerçekleşmiş ve Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'ndeki öğrenciler ile Stanford Üniversitesi'ndeki öğrenciler arasında kendi ARPANET hesaplarını kullanarak gönderilen az miktarda dan söz edilmiştir). O zamandan beri, sofistike teknolojilerin birleştirilmesi, yasadışı çevrimiçi karaborsaların geliştirilmesi için mükemmel bir platform yaratmıştır. Anonim İnternet taramasını, kripto para birimlerini ve küresel dağıtım sistemlerini, karanlık ağ pazarlarını veya yasa dışı kripto pazarlarını birleştirmek, ortaya çıkmış ve yasa dışı ürünlerin ve kaçak malın perakende satışını dönüştürmüştür (Wittmer ve Platzer, 2022, s. 584). Yalnızca 'gizli' ağlara bağlanan özel yazılımlar aracılığıyla erişilebilen bu çevrimiçi pazar yerleri, yasa dışı ürünlerin ve kaçak malların satışı ve dağıtımında uzmanlaşmış e-ticaret tarzı web siteleridir. Darknet pazarlarında sunulan tipik ürünler arasında yasaklanmış ilaçlar, sahte/kimlik belgeleri, kötü amaçlı yazılımlar ve istismar kitleri, sahte ürünler ve diğer kaçak mallar yer almaktadır. Pornografik materyal (çocukların cinsel istismarı materyali [CSAM] dahil) ve silahlar sunan uzman pazarlar oluşmuştur (Ball vd., 2021). Dark Web bir bakıma, yeni medyayla biçimlenen ve yol alan dünyanın yeni suç pazarı ve karanlık yüzü olmuştur.

Darknet'i otokratik sistemlere karşı mücadelede önemli bir araç olarak kullananlar da bulunmakla birlikte, ağlar daha çok karaborsa

ticareti, uyuşturucu ve silah ticareti, çocuk pornosu gibi suçlar için kullanılmaktadır (Rückert, 2018: 19). Yanı sıra, gazeteciler, muhbirler, muhalifler, kovuşturma makamları ve sıradan erkek ve kadınlar birçok şeyi ve Darknet'in farklı potansiyelleri olduğunu fark ettiğinden, bunu kendi avantajları için kullanmaktadır. Takipçilerden kurtulmak için dolambaçlı, takip etmesi zor bir rota kullanarak, ardından periyodik olarak ayak izlerini silerek ustaca amacına ulaştırabilen Dark Web, kaynaktan doğrudan bir rota almak yerine "Tor" ağındaki veri paketleri hedefe ulaşmak için gizli bir yol izlediği özel bir ağıdır (Wörner ve Preetz, 2020: 53). Darknet de dahil olmak üzere derin ağlar, internetin baskın kısmını oluşturmakta, suç işlemek için de uygun bir ortam sunmaktadır.

Dark Web'de birkaç tıklama ve birkaç parça ileti ile istenilen bilgiye sahip olunmaktadır. Giysi, meyve, sebzenin yanı sıra yasaklı ilaç veya sözleşmeli öldürme gibi ihtiyaçlar da Dark Web aracılığıyla karşılanmaktadır (Dienstag, 2020). Ancak son yıllarda Dar Web, neredeyse tümüyle suç işleme aracına dönüşmüştür. Avusturya'da 2018 yılında, kolluk kuvvetleri, Dark Web'deki faillerle ve yöntemleriyle etkin bir şekilde mücadele etmek için büyük çaba sarf etmiştir. Dijital kanıtların korunması ve soruşturma yöntemleri için gereklilikler ve uluslararası işbirliği, tavsiye ve konferanslara ek olarak, çalışanların eğitimine ve ileri eğitimine özel önem verilmiştir (Bundeskriminalamt, 2018: 43). 21. Yüzyılda Dark Web'le mücadele, devletlerin temel uğraşlarından biri olmuştur.

İnsanlara özgürlük ve güvenlik garantisi sunan Dark Web, yasadışı malların atışı, narkotik, farmasötikler, silah ve mühimmat satışı, çocuk pornografisi gibi alışveriş ortamı; hacking gibi yasa dışı hizmetler, fidyecilik ve şantaj gibi eylemler; spam saldırıları, DoS saldırıları gibi uygulamalar için de ortam sağlamaktadır (Weber, 2022: s. 277). Karanlık ağ denilen Dark Web, suçlular tarafından yaygın olarak kullanılan internetin ayrı bir parçasıdır. Mevcut bilgilere göre verilerin cezai olarak yayınlanması, ENTEGA ve yan kuruluşlarının çok sayıda müşterisini, adlarını, adreslerini ve tüketim verilerini etkilemektedir. Dark Web'le birlikte, tecimsel veriler ve daha başka pek çok bilgi risk altına girmiş, özel engelleme çabası gerektirmiştir (Scherf, 2021: 16). İletişim

teknolojileri geliştikçe, tüm dünyadaki kurumlar ve kuruluşlar, Dark Web tehlikesi için önlemler almaktadır.

Bilgisayar temeline dayalı yeni medya teknolojisi ile başlayan hipermodern çağ, sayısız olanak ve yaklaşımla beraber gelmiştir. İletişim, yaşam biçimleri, küresel haberler, alışveriş, sosyal ortamlar gibi konularda geniş olanaklar sağlayan yeni medya, doğal olarak kötü niyetli, istismarcı insanların da ilgisini çekmiş ve kötü niyetlerinin aracı olmuştur.

Haberleşme ve bilgiye erişim anlamında insanların işlerini kolaylaştıran yeni medya, önemli ölçüde suçun da medyası olmuştur. Dark Web veya Darknet adı verilen ve “karanlık ağlar” denilen medya, değişik suçların işlenmesi için de elverişli bir ortam sağlamıştır. Özel şifrelerle girilebilen ve herkese açık olmayan Dark Web aracılığıyla tüm dünyada değişik suçlar işlenmiş ve devletler, siber suçlarla mücadele etmek zorunda kalmıştır (Adel ve Norouzifard, 2024: 91). İronik bir biçimde Dark Web, insanlara özgürlük ve güvenlik garantisi sunarken, değişik suçlar için de ortam sağlamaktadır.

Kaynaklar

Adel, A. ve Norouzifard, M. (2024). Weaponization of the Growing Cybercrimes inside the Dark Net: The Question of Detection and Application. *Big Data and Cognitive Computing*, 8 (8): 91-128.

Alfert, (2014). Die Bedeutung Sozialer Netzwerke für Heranwachsende. Facebook in der Sozialen Arbeit, Berlin: Springer VS, s. 75–138.

Ashtari,H. (2022). Dark Web Vs. Deep Web: 5 Key Differences on The Internet, The Deep Web is not Indexed by Web Crawlers, While The Dark Web is Intentionally Kept Hidden. <https://www.spiceworks.com/it-security/security-general/articles/dark-web-vs-deep-web/>, 15.10.2022.

Badr, H. ve Demmelhuber, T. (2014). Autoritäre Regime, Neue Medien und das »Regimedilemma«. *Zeitschrift für Internationale Beziehungen*, 21 (1): s. 143-160.

Balfanz, D. (2010). Realität der Neuen Medien - Eine Einführung. Gestaltete Virtualität: Realität der neuen Medien in der Arbeitswelt - Standortbestimmung und Perspektiven, Ed. Dirk Balfanz, Welf Schröter, Mössingen: Talheimer Verlag, s. 9-33.

Ball, M. ve Roderic, G. B. ve Niven, A. ve Trivedi, H. (2021). Data Capture & Analysis of Darknet Markets. https://www.researchgate.net/publication/331727611_Data_Capture_Analysis_of_Darknet_Markets, 14.10.2022.

Bolfraß, C. ve Pisano, S. (2018). Digitale Medien Perspektiven und Herausforderungen. https://www.sjk.de/sites/default/files/downloads/Digitale_Medien-20180606.pdf, 03.11.2022.

Brandtzæg, P.B. ve Heim, J. (2009). Why People Use Social Networking Sites. Online Communities and Social Computing, Third International Conference, OCSC 2009, San Diego, CA, USA, July 19-24, 2009.

Bundeskriminalamt (2018). Lagebericht Cybercrime 2018 Entwicklungen, Phänomene und Schwerpunkte. Wien: Bundesministerium für Inneres, Bundeskriminalamt.

Dienstag (2020). Das Darknet – Gefahr für alle. https://www.spitex-hoefe.ch/files/FO6O3Y3/18022020_hoefner_neue_fuehrung_bei_der_spitex_hoefe.pdf, 03.11.2022.

Genner, S.ve Süß, D. (2014). Stress und Stressbewältigung durch neue Medien. Prävention & Gesundheitsförderung im Kanton Zürich, 35, 1-5.

Guccione, D. ve Seebacher, B. (2022). Was ist das Dark Web? <https://www.cio.de/a/was-ist-das-dark-web,3668910>, 13.10.2022.

Hajarian, M. (2015). Why People Use Social Networks? International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research, 4 (6): 177-182.

Hatta, M. (2020). Deep Web, Dark Web, Dark Net: A Taxonomy of “Hidden” Internet. *Annals of Business Administrative Science*, 19 (6): 277-292.

Heise, C. ve Peters, I. (2015). Soziale Netzwerke für Forschende: Eine Einführung. *Hanbuch CoScience 2.0, CoScience - Gemeinsamforschen und publizieren mit dem Netz*. (1. Ausg., Band 2). Hannover: Technischen Informationsbibliothek (TIB), s. 3-8.

Kaur, S. ve Randhawa, S. (2020). Dark Web: A Web of Crimes. *Wireless Personal Communications: An International Journal*, 112 (4): 2131-2158.

Luber, S. (2022). Definition Dark Web Was ist das Dark Web? <https://www.security-insider.de/was-ist-das-dark-web-a-1101790/>, 13.10.2022.

Manzau, J. P. (2021). Darknet - Was ist es und wie kommt man ins Darknet? <https://www.experte.de/it-sicherheit/darknet>, 13.10.2022.

Najjar, M. ve Schwaß, H. (2019). Das Darknet - Im Licht der Öffentlichkeit. *Seminer, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg Naturwissenschaftliche Fakultät III Institut für Informatik*.

Poller, A. ve Waldmann, U. (2013). Soziale Netzwerke bewusst nutzen Ein Dossier zu Datenschutz, Privatsphärenschutz und Unternehmenssicherheit. *Darmstadt: Fraunhofer-Institut für Sichere Informationstechnologie SIT*.

Radunović, V. (2016). Dark Web: the Good, the Bad and the Ugly. <https://www.diplomacy.edu/blog/dark-web-good-bad-and-ugly/>, 13.10.2022.

Rückert, C. (2018). Schaden und Nutzen des „anonymen“ Internets Das Darknet: Blick in Eine Schattenwelt. *Politische Studien*, 479, s. 12-21.

Scherf, K. (2021). Illegale Marktplätze im Darknet. *Leipzig: Interdisziplinäres Lehrangebot des Instituts für Informatik*.

Siripaiboon, S. (2016). Die Generation der sozialen Medien – Chancen und Risiken für Jugendliche durch die Nutzung von sozialen

Medien. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Karl-Scharfenberg-Fakultät der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften.

Temara, S. (2024). The Dark Web And Cybercrime: Identifying Threats And Anticipating Emerging Trends. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 11 (10): 80-93.

Thoma, S. (2017). Probleme und Risiken von sozialen Netzwerken. Yayınlanmamış Bitirme Tezi, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences, Fakultät Medien.

Tzanetakis, M. (2017). Drogenhandel im Darknet. Gesellschaftliche Auswirkungen von Kryptomärkten.

Aus Politik und Zeitgeschichte, 67 (46-47): 41-46.

Weber, A. (2022). Die Strafbarkeit von Plattformbetreibern im Darknet. Baden-Baden: Nomos Verlag.

Wittmer, S. ve Platzner, F. (2022). Zulässigkeit von Open Source-Ermittlungen zur Strafverfolgung im Darknet. *INFORMATIK*, Ed. D. Demmler, D. Krupka, H. Federrath, Bonn: Lecture Notes in Informatics (LNI), Gesellschaft für Informatik, s. 569-587.

Wörner, L. ve Preetz, N. (2020). The New German Darknet-Criminal Law-Draft-Darkening by Restricting Individual Rights. *Journal of Penal Law and Criminology*, 8 (1), s. 33-58.

Yapay Zekâ Destekli Dijital Yayıncılık

“Forward CEO'su Oliver Eckert, iki yıl içinde internetteki içeriklerin çoğunun makineler tarafından yazılacağını beklediğini belirtmektedir. ChatGPT ile çığır açan üretken yapay zekâ, metin yazmaktan ve görüntü üretmekten daha fazlasını da yapabilmektedir. Reuters, kurulduğu günden bu yana güvercinden telgrafa ve internete kadar dünyaya bilgi aktarmak için yeni teknolojilerden yararlanmış, yakın zamanda, müşterilerin talep ettiği hızda kritik ekonomik ve kurumsal verileri bulmak ve çıkarmak için otomatik sistemler konuşlandırmıştır” (Schmidt, 2023: 12). Dünyanın en büyük medya kuruluşlarından biri olan Reuters’in başarısının temelinde, en yeni teknolojiler bulunmaktadır.

Polihekzametien adipamid'in icadından bu yana yaşamın içindeki pek çok doğal unsur, yerini daha kolay ve pratik olan yapay olanlarına bırakmıştır. Yapaylık bir süre sonra bir metafora dönüşmüş ve gerçek diplomaların, reçetelerin, oyuncakların yerine naylon olanlar kullanılmaya başlanmıştır. Bu süreçte fiziksel öğelerin yanı sıra duygular ve metafizik öğeler de yapaylaşmış; gerçek olmayan dinler, sevgiler, arkadaşlıklar, evlilikler yaygınlaşmıştır. Yapaylık zamanla yaşamın her alanına yayılmış ve insan zekâsını taklit eden yapay zekâ, her alanda olduğu gibi yayıncılık alanında da kullanılır olmuştur (Lan ve Zhou, 2023: 46). Yapay zekyla birlikte yayıncılık ilkeleri ve teknikleri de baştan sona değişmiştir.

“ABD'de doğrusal olmayan akışlı içerik artık tüketilen medyanın çoğunluğunu temsil etmekte ve ilk kez klasik yayın ve kablolu TV'yi geride bırakmaktadır. Footnote Geleneksel medya dağıtımında (doğrusal yayın, kablo veya uydu) izleme süresi düştükçe, medya sahiplerinin içeriklerine doğrusal olmayan erişimi (Web platformları veya sosyal ağlar aracılığıyla) sağlamaları gerekecek ve bu da aynı kanallarda ilgili kitlelere hedefli tanıtım yapılmasını gerektirmektedir. Bunu kolaylaştırmak için, "İçerik Sihirbazı" işlevleri, Levuro EngageFootnote, sosyal medya yönetim aracına bir uzantı olarak entegre edilmiş ve ayrıca bağımsız Web hizmetleri ve yerleştirilebilir Web arayüzleri olarak da kullanılmaktadır” (Nixon vd., 2024). Amerika Birleşik Devletleri'nden

hemen sonra tüm dünyada medya çalışmalarında yapay zekâ kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır.

Yapay zekânın, ilgili hedef gruba özel olarak uyarlanabilen ilgili, ihtiyaç temelli ve kişiselleştirilmiş içerik oluşturulmasını desteklediği bilinmektedir. Bu gerçeklik artık, yapay zekâ aracılığıyla kişilere özel yayınların yapılabilceğı, hedef kitlelere daha kolay ulaşılabilceğı gerçeğine doğru yönelmektedir (Moser, 2024: 91). Yapay zekânın yetenekleri ve uygulamaları, yauncılık alanında da yeni modeller ve içerikler oluşturmıştır.

Yapay zekânın gazetecilikte kullanımı eleştirel bir şekilde tartışılırken, medya şirketleri, yapay zekâyı gazetecilik için en önemli teknolojik kolaylaştırıcı olarak görmektedir. Yapay zekâ, medya üretim sürecinde, borsa, hava durumu veya spor raporlarını otomatik olarak yazmaktan çok daha fazlasını yapabilirken, konu seçiminden sosyal madencilğe ve kullanıcı katılımına, röportaj transkripsiyonu veya video ve ses materyalini arşivlerken meta veri yakalama gibi "basit" gazetecilik görevlerine kadar her konuda yetenekli olarak görülmektedir (Meier vd., 2021). Bir bakıma artık yalnızca yapay zekâ uygulamalarıyla yayıncılık yapma olanağı doğmuştur.

Doğal Dil İşleme (NLP) ve özellikle Doğal Dil Üretimi (NLG) aracılığıyla yapay zekâ destekli araçların kullanımının hem akademik hem de yayıncılık alanında yazma sürecini ve kullanıcıların yazma davranışlarını hem olumlu hem de olumsuz şekilde nasıl etkileyeceğı araştırılmaktadır. Doğal Dil İşleme (NLP) tabanlı yapay zekâ destekli araçların etkileri, araştırmacılar tarafından eğitim sektörü ve medya için dil öğrenimi (dil bilgisi, sözdizimi, cümle yapısı, vb.), metin yazımı örneğı kullanılarak incelenmiş ve önemli sonuçlara ulaşılmıştır (Schmohl vd.,2023: 234).

“Yapay zekâ, yayıncılık sektöründe özellikle etkili olup, içerik oluşturma, izleyici katılımı ve bilgi yayma konusunda devrim yaratmayı vaat etmektedir. Teknolojiler geliştikçe, bilginin oluşturulma, yayılma ve tüketilme şekli de iletişim manzarasını önemli ölçüde değiştirmektedir. Bir araştırmada, medya kuruluşlarının yapay zekâ kullanımı fikrini benimsemesi durumunda faaliyetlerinde olumlu bir artış olacağı, ancak bunun yalnızca katılımcılar tarafından belirlenen

algılanan dezavantajlara kararlı bir şekilde değinilmesi durumunda başarılılabileceği tespit edilmiştir” (Okorie vd., 2025: 106). Medya giderek daha fazla yapay zekâ destekli çalışmayı benimsemekte ve medya tekniği de bu yolla değişmektedir.

Yapay zekâ tarafından veya yapay zekânın yardımıyla önemli ölçüde değiştirilmiş veya oluşturulmuş medya içeriği için "sentetik medya" terimi kullanılmaktadır. Bunlara örneğin yapay metin, görüntü, ses, avatar, video oyunu ortamları veya yapay haber spikerleri gibi sentetik "insanlar" dahil olabilmektedir (Belfin, 2023: 37). Yapay zekâ, dijital yayıncılık alanında sağladığı çok sayıda kolaylığın yanı sıra, yayıncılığın içeriğini de değiştirmektedir.

TV, video sinema filmi gibi görüntülü çekimlerde, düşük ışık koşullarında, yetersiz aydınlatma ve düşük kontrast nedeniyle görüntü detayları önemli ölçüde azalırken, mevcut nesne algılama yöntemleri düşük aydınlatmalı görüntüler için ideal olmamaktadır. Bu zorluğun üstesinden gelmek için, özellik yerelleştirme ve çok ölçekli özellik geliştirmeye dayalı Çift Dalli Düşük Işık Nesne Algılama Ağı kullanılmaktadır. Görüntü ve videodaki nesneleri algılamak ve yerelleştirmek için kullanılan temel bir Bilgisayarlı Görüntü Nesne Algılama tekniği olan Çift Dalli Düşük Işık Nesne Algılama Ağı, yapay zekânın medya teknolojisine en büyük katkılarından biridir (Zhang vd., 2025).

Yapay zekâ teknolojilerinin medyaya entegrasyonu önemli teknik zorluklar ortaya çıkarsa da, medya kaynak yönetim sistemlerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar devam etmekte, yapay zekânın medyada kullanımı artmaktadır (Rostamian ve Kamreh, 2024: 25). Otomatik içerik denetiminden ve kişiselleştirilmiş önerilerden görülen reklamlara ve ötesine kadar, yapay zekâ çevrimiçi etkileşim ve bağlantı kurma şekillerini değiştirmiştir. “Özellikle sosyal medya, dijital teknolojilerin sağladığı iki sistemin ve çok sayıda katılımcının kesişimi olarak tanımlanabilmekte; mekansal olarak sınırsız, kısmen zamansal olarak ayrılmış ve teorik olarak tüm insanlara açık bir iletişim dünyası oluşturmaktadır”. Yapay zekâ kullanımına ilişkin bir yayın, Yapay zekâ teknolojilerinin sosyal medya platformlarının işleyiş biçimini hızla değiştirirken, aynı zamanda yaygınlıklarını da hızla artırdığını

belirtmektedir (Haas, 2024: 243). Yakın bir tarihte, yapay zekâ destekli medyanın tümüyle alışılmadık bir içerik ve etkiyle kitlelere seslenmesi beklenmektedir.

Dijital dönüşüm sistemleri önemli miktarda veri üreterek, özellikle yapay zekâ tarafından yönlendirilen potansiyel inovasyon fırsatları yaratmaktadır. Bu çalışma, sürdürülebilir büyüme ve operasyonel mükemmellik için dijital dönüşüm çerçevesinin temel unsurları olarak yapay zekâ ve inovasyon arasındaki karmaşık ilişkiye odaklanmaktadır. Bu nedenele pekçok çalışma, sağlık, eğitim, finans, üretim, ulaşım ve tarım dahil olmak üzere sektörlerde devrim yaratmadaki önemli rolünü vurgulayarak, yapay zekâ destekli inovasyonun geliştirilmesi ve temellerine ilişkin bütünsel bir bakış açısı sunmaktadır (Aldoseri vd. 2024). Dijital ağ altyapılarının ve kişisel akıllı cihazların hızlı ve sürekli gelişimi, dijital dönüşüme dayalı yaygın uygulamalara yol açmıştır.

Kaynaklar

Aldoseri, A. ve Al-Khalifa, K. N. ve Hamouda, A. M. (2024). AI-Powered Innovation in Digital Transformation: Key Pillars and Industry Impact. *Sustainability*, 16 (5), <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/5/1790>.

Belfin, R. (2023). Künstliche Intelligenz im Mediensektor Themenüberblick zu Möglichkeiten, Einsatz, Herausforderungen & Lösungsansätze. Einsatz künstlicher Intelligenz im Mediensektor Anwendungen, Möglichkeiten, Herausforderungen & Optionen, Wien: Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, s. 36-37.

Haas, J. G. (2024). Soziale Medien und künstliche Intelligenz: eine alte Allianz und neue Folgen. *Psychologie in Österreich*, 3: 243-247.

Lan, C. ve Zhou, R. (2023). Artificial Intelligence Technology in the Field of Broadcasting and Hosting. *Advances in Artificial Intelligence, Big Data and Algorithms*, Ed. Gheorghe Grigoras, Pascal Lorenz, Beijing: IOS Press, s. 41-47.

Meier, K. ve Graßl, M. ve Schützeneder, J. (2021). KI als Anwendung im Journalismus: zwischen Misstrauen und Aufklärung. *KI-Campus-Newsletter*,

https://www.researchgate.net/publication/351659781_KI_als_Anwendung_im_Journalismus_zwischen_Misstrauen_und_Aufklarung, 13.06.2025.

Moser, H. (2024). Künstliche Intelligenz in der digitalen Markenführung. Entwicklung einer KI-unterstützten Markenstrategie und deren exemplarischer Umsetzung. Yayınlanmamış Master Tezi, Windisch: FHNW - University of Applied Sciences Northwestern Switzerland Fachhochschule Nordwestschweiz Master of Advanced Studies in Digital Marketing.

Nixon, L. ve Apostolidis, K. ve Apostolidis, E. ve Galanopoulos, D. ve Mezaris, V. ve Philipp, B. ve Bocyte, R. (2024). AI and Data-Driven Media Analysis of TV Content for Optimised Digital Content Marketing. Multimedia Systems, Ed. Changsheng Xu, Feifei Zhang, An-An Liu, Xiaoshan Yang, Min Xu, <https://link.springer.com/article/10.1007/s00530-023-01195-7>, 13.06.2025.

Okorie, C. R. ve Nsude, I. ve Nwodu, G. E. ve Udoh, W. Z. (2025). AI In Broadcasting: A Study of Implications on Information Dissemination within Broadcasting Corporation of Abia State, Nigeria. British Journal of Mass Communication and Media Research (BJMCMR), 5 (1): 92.109.

Rostamian, S ve Kamreh, M. M. (2024). AI in Broadcast Media Management: Opportunities and Challenges. AI and Tech in Behavioral and Social Sciences, 2 (3): 21-28.

Schmidt, h. (2023). Künstliche Intelligenz in den Medien Entwicklung neuer Geschäftsmodelle statt Doomsday-Szenarien. Einsatz künstlicher Intelligenz im Mediensektor Anwendungen, Möglichkeiten, Herausforderungen & Optionen, Wien: Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, s. 10-14.

Schmohl, T. ve Watanabe, A. ve Schelling, K. (2023). Künstliche Intelligenz in der Hochschulbildung. Chancen und Grenzen des KI-gestützten Lernens und Lehrens. Ed. Tobias Schmohl, Alice Watanabe, Kathrin Schelling, Bielefeld: Transcript, s. 227-252.

Zhang, X. ve Di, X. ve Liu, M. (2025). DBLDNet: Dual Branch Low Light Object Detector Based on Feature Localization and Multi-Scale Feature Enhancement. Multimedia Systems, Ed. Changsheng Xu, Feifei Zhang, An-An Liu, Xiaoshan Yang, Min Xu, <https://link.springer.com/article/10.1007/s00530-023-01195-7>, 13.06.2025.

Dijital Yayıncılıkta Yapay Zekâ Etkileri

“Dijital iletişim ve sosyal medya, yapay zekânın yenilikçi gücünden yararlanan çok sayıda alan arasındadır. İnsanların çevrimiçi etkileşim ve iletişim kurma biçimini muazzam bir şekilde dönüştürerek onlara daha verimli bir dijital iletişim deneyimi için sofistike araçlar, otomatik içerik oluşturma/denetimi, internet reklamcılığı için özelleştirilmiş öneriler vb. sağlamıştır. 2021 Statista kayıtlarına göre, dünya çapında sosyal medyayı kullanan yaklaşık 4,26 milyar kişi günde ortalama 2 saat 27 dakika harcamış ve bu artan sayıda sosyal medya kullanıcısı ile yapay zekâ teknolojisi, bu kullanıcıların taleplerini kolaylıkla karşılamak için çok önemli bir noktaya gelmiştir” (Ekwealor vd., 2024: 37). Yapay zekâ ve dijital yayıncılık hipermodern çağın temel teknikleri olmuştur.

Lea Uhlenbrock yapay zekâ konulu makalesinde okuyucuyu görseller, metinler ve videolar dahil olmak üzere yapay zekâ tarafından üretilen içerikte, teknolojinin mekanizmalarını ve medya dünyası üzerindeki büyüyen etkisini anlatırken, yapay zekâ tarafından üretilen medyayı tanımlamak ve eleştirel olarak değerlendirmek için araç görevi gören pratik kontrol listeleri de sunmaktadır (Beranek vd., 2024: 8). Yapay zekâ, aktif medya çalışmasının konusu ve aracı olabilmektedir.

“Küresel medya alanında, özellikle yayıncılık alanında, yapay zekâ, bilgi toplama, içerik üretimi, paketleme, dağıtım ve tüketimde önemli değişiklikleri yönlendiren ana güç olarak hüküm sürmektedir. Bu durum, Associated Press'in yapay zekânın "son on yılda" küresel yayıncılık sektöründe "bir yuva bulduğu" iddiasını desteklemektedir. Giderek daha da aşırı rekabetçi hale gelen ve haberi ilk veren olma arzusunun birçok yayıncının zihnine yerleştiği bir yayıncılık ekolojisinde yapay zekâ yayıncıların eşsiz hız, kendiliğindenlik, güvenilirlik ve çok yönlülüğün tadını çıkardığı bir temel sağlamaktadır” (Emwinromwankhoe, 2024: 40). Yapay zekânın dijital yayıncılıktaki yaygınlığı ve etkileri tüm dünyada sürekli artmaktadır.

Yapay zekâ (AI), algoritmalar ve otomasyon birkaç yıldır toplumsal ve politik tartışmalara hakim olmuştur. Konstantin Dörr 2016'da algoritmaların, otomasyonun ve yapay zekânın tüm medya markalarının portföyünün vazgeçilmez bir parçası olacağını

savunmaktadır. Siyasi aktörlerin yapay zekâ araçlarını kullanarak metin, ses, görüntü ve videoları çok gerçekçi ve büyük bir hızla manipüle etmeleri ve bunları propaganda amaçlı yaymaları, sosyal medyada yapay zekâ destekli kişiselleştirmenin neden olduğu çarpıtmalar ve yankı odaları sürekli tartışılmaktadır (Schützeneder vd., 2024: 1). Yapay zekânın medya sektöründe kullanımıyla ilişkili en büyük riskler, dezenformasyon, nefret söylemi ve çarpıtıcı kişiselleştirme yoluyla yankı odaları gibi manipülatif ve anti-demokratik içerikler oalrak ortaya çıkmaktadır.

Yapay zekânın (AI) uygulamaları medya için önemli fırsatlar sunmaktadır. Üretim tekniğinden içeriğe kadar çok boyutlu olarak yapay zekâdan yararlanan medya aslında tarihsel bir dönüşümü de yaşamaktadır (Wilczek, 2022: 47). Çünkü yapay zekâ olanaklarıyla medyadaki hemen her şey değişmektedir. Medya çalışanlarının insanların sosyal medya kanallarında ve belirli medya platformlarında iletişim kurmak için yapay zekâ araçlarını nasıl kullandıkları veya bunun yarattığı sosyal etkiler, olumlu ve olumsuz değişiklikler çok tartışılmaktadır (Steinhau, 2024: 41). Yapay zekâ doğal olarak diğer alanlarda olduğu gibi, medya çalışmalarında da sıklıkla kullanılmaktadır.

Yapay zekânın algoritması, medya içeriğinin seçimini, oluşturulmasını ve dağıtımını hızla değiştirmektedir. Bu gelişmeler her türlü medya içeriğini etkilemekte, veri, metin, fotoğraf, video ve ses öğelerini düzenleyebilmektedir (Goldhammer vd., 2019: 39). İçerik, yapay zekâ sistemleri kullanılarak otomatik olarak değerlendirilebilmekte, işlenebilmekte ve otomatik olarak üretilenbilmekte, kişiselleştirilebilmekte ve dağıtılabilirbilmektedir.

Yapay zekâ, çoğu kültürde elle tutulur fiziksel nesnelerle, çoğunlukla robotlar veya insan benzeri bir mantığa ve konuşma yeteneklerine sahip oldukça gelişmiş bilgisayar sistemleriyle ilişkilendirilirken, gelişmeler kurgu, resim ve filmler de dahil olmak üzere medyada kanıtlanmıştır ve sonunda son on yıllarda bir robot kültürü yaratmıştır (Karnouskos, 2020: 5). Yapay zekâ algoritmaları, geniş bir yetenek yelpazesine sahiptir ve medyanın ihtiyacı olan yeni metin, ses, video, sanat eserleri vb. oluşturabilmektedir.

Dijital medya teknolojileri ve yapay zekâ (YZ) alanındaki hızlı teknolojik değişim -en son olarak chat-GPT gibi üretken YZ'nin yayılması- nüfus için çok sayıda sosyal, kültürel ve etik zorluğunu sırasıyla, değişik olanaklar da sağlamaktadır. Yapay zekânın dijital medyaya entegrasyonu, içerik oluşturma, dağıtım ve analitiği devrim niteliğinde değiştirerek, benzeri görülmemiş düzeyde kişiselleştirme, verimlilik ve içgörü sunmakta, otomatik gazetecilik, YZ odaklı öneri sistemleri ve gelişmiş kitle analitiği olanakları sunmaktadır (Nasser ve Abu-Naser, 2024: 8).

Bilim kurgu anlatılarının veya tekno-iyimser anlatıların benimsenmesi, teknolojinin bir fırsat veya risk olarak değerlendirilmesini, teknolojinin tartışılma biçimini ve ilgili olarak nasıl kullanıldığını şekillendirmektedir (Sūna ve Hoffmann, 2024: 213). Yapay Zekâ teknolojileri sosyal medya platformlarında çalışmak üzere tasarlanmıştır ve sosyal medya artık neredeyse yapay zekâ uygulamalarıyla çalışmaktadır (Singh vd., 2023: 12). Bazı araştırmalarda, dijital medyayı daha az kullanan kişilerin, dijital medyayı daha yoğun kullanan kişilere göre becerilerini daha dikkatli değerlendirdikleri belirlenmiştir (Cousseran, 2023: 3). Koşullara göre değişen istatistikler, daha yıllarca araştırılacak ve değişik sonuçlara ulaşılacak gibi görünmektedir.

Hipermodern inovasyonlar, dijital dönüşümün ve yapay zekânın temel nitelikleri güncel ekonomik ve bilimsel perspektiflerden incelenirken, dijital teknolojiler ve yapay zekânın birlikte ne çok olanaklar yarattığı ortaya çıkmaktadır (Rossberger ve Markgraf, 2020: 91). Özellikle dijital medya ve dijital medyanın en popüler ürünü sosyal medya, yapay zekâyla çok ileri düzeylere gitmektedir. Medyanın öğretme ve eğitim işlevi de yapay zekâ uygulamalarıyla birlikte daha etkinleşmekte ve öğrenmeyi hızlandırmaktadır (Zierer, 2020: 382). Dijital medyanın ve yapay zekânın ortak gücü, hipermodern çağın pek çok sorununa da çözüm getirmektedir.

Kaynaklar

Beranek, A. ve Engelhardt, E. ve Rösch, E. (2024). Medienpädagogische Perspektiven auf Künstliche Intelligenz: Editorial. Merz | Medien + Erziehung, 68 (3): 7-9.

Cousseran, L. (2023). Studie: Künstliche Intelligenz und Kompetenz. Merz | Medien + Erziehung, 67 (5): 3.

Ekwealor O.U. ve Betrand, C. U. ve Ezuruka E. O. ve Okechukwu O. P. (2024). The Impact of Artificial Intelligence in Digital Communication and Social Media: A Review. Journal of Basic Physical Research, 13: 32-41.

Emwinromwankhoe, O. (2024). Intelligence and the Transformation of Broadcasting: Implications for Nigerian Broadcast Professionals. Educational Broadcasting in Nigeria in the Age of Artificial Intelligence, Ed. Unwana Samuel Akpan, Cham: Palgrave Macmillan, s. 39-56.

Goldhammer, K. ve Dieterich, K. ve Prien, T. (2019). Wissenschaftlicher Bericht «Künstliche Intelligenz, Medien und Öffentlichkeit». Berlin: Goldmedia GmbH Strategy Consulting.

Karnouskos, S. (2020). Artificial Intelligence in Digital Media: The Era of Deepfakes. IEEE Transactions on Technology and Society, 99: 1-10.

Nasser, B. S. ve Abu-Naser, S. S. (2024). Artificial Intelligence in Digital Media: Opportunities, Challenges, and Future Directions. International Journal of Academic and Applied Research (IJAAR), 8 (6): 1-10.

Rossberger, R. ve Markgraf, D. (2020). Innovative Geschäftsmodelle und Künstliche Intelligenz: Maledictio et Benedictio? Digitale Bildung und Künstliche Intelligenz in Deutschland - Nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsagenda, Ed. Ronny Alexander Fürst, Wiesbaden: Springer Wiesbaden, s. 81-96.

Schützeneder, J. ve Graßl, M. ve Meier, K. (2024). Grenzen überwinden, Chancen gestalten KI im journalistischen Newsroom –

Bestandsaufnahme, Perspektiven und Empfehlungen für Journalismus und Politik. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Steinhau, H. ve Matthieu, B. ve Merlin, M. ve Lena, B. (2024) : Künstliche Intelligenz und Beschäftigte im Journalismus, Working Paper Forschungsförderung, No. 345, Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf.

Sūna, L. ve Hoffmann, D. (2024). Verhandlungen von Künstlicher Intelligenz und zugehörigen Medienkompetenzen in Online-Kommentaren. MedienPädagogik (Occasional Papers), 195–220.

Wilczek, B. (2022). Wie kann Künstliche Intelligenz die Effizienz von Medienorganisationen steigern? Eine Systematisierung entlang der Nachrichtenwertkette mit besonderer Berücksichtigung lokaler und regionaler Medien. Medienwirtschaft, 19 (4): 44-50.

Zierer, K. (2020). Die Wirkung dijitalleştirci Medien im Schulunterricht – Chancen ve Risiken der Digitalisierung aus erziehungswissenschaftlicher Sicht. Digitale Bildung und Künstliche Intelligenz in Deutschland - Nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsagenda, Ed. Ronny Alexander Fürst, Wiesbaden: Springer Wiesbaden, s. 373-386.

Kültür Endüstrisi Aracı Olarak Dijital Yayıncılık

"Kültür Endüstrisi" kavramı Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer tarafından ortaya atılmıştır. İki filozof, Amerika Birleşik Devletleri'nde sürgündeyken Felsefe Parçaları'nı yazmışlardır ve daha sonra buna Aydınlanmanın Diyalektiği adını vermişlerdir (Kern ve Maier, 2021: 1). Bu çalışmada kültür endüstrisinin sonuçları çok da olumlu karşılanmamaktadır.

"Bilgi toplumu", "ağ toplumu" veya "bilgi toplumu" terimleri, kesin olarak tanımlanmış anlamları olmayan politik terimlerdir ve farklı kişiler için farklı şeyler ifade edebilmektedir (Uzelac, 2008: 8). Bu terimler daha fazla bilgi, daha fazla iletişim altyapısı, iş sektörü için daha fazla kazanç veya toplumudaki insanların özgürleşmesi anlamına gelebilmektedir. 1990'lardaki dijitalleşme süreçleri, İnternet ve Web'in hızlı yayılımı ve popülerleşmesiyle sonuçlanmıştır (Primorac ve Jurlin, 2008: 86). Dijitalleşme bazı araştırmacılar tarafından "toplum reformu" olarak adlandırılmaktadır (Langer ve Moldenhauer, 2023: 129). Bu da, sosyal yapının ve toplumsal kültürün evrimi anlamına gelmektedir.

Son yıllarda, çevrimiçi platformlar sosyal, politik ve beşeri bilimlerin çeşitli alanlarında hızla odak noktası haline gelmiş ve bu teknik eserler çok çeşitli faaliyetleri ve ilişkileri yeniden şekillendirmede ve yeniden yapılandırmada önemli aktörler olarak tanınmıştır. Kültürel endüstriler içinde, platformlar önemli bir rol edinmiş ve üreticilerin, araçların ve endüstrilerin içerik oluşturma ve dolaşımını organize etme süreçlerini giderek daha fazla etkilemişlerdir (Magaudda ve Solaro, 2020: 273). Kültür, dijital platformlar ve dijital medyayla birlikte daha farklı alanlara taşınmış, teknikler ve içerikler değişmiştir.

"Dijital medya, yeni çağda yaratıcı kültür endüstrisinin miras alınmasında ve gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Yaratıcı kültür endüstrisinin yapısal bileşenlerini, ürün bilgilerini ve ürün özelliklerini entegre ederek ve mevcut tüketicilerin gerçek ihtiyaçlarına göre kültürel ürünler üreterek, endüstri için makul ve etkili geliştirme planları ve stratejileri formüle etmek mümkündür" (Hui, ve Shukor, 2025). İnsanlar hızlıca çağın koşullarına uyum sağlamaya çalışırken, dijital teknoloji de daha hızlı biçimde çağın kültürünü üretmektedir.

Basılı gazeteler, televizyon ve radyo gibi fiziksel altyapılara ve yayınlanan içeriklere dayanan geleneksel medya biçimlerinin aksine, dijital medya tamamen çevrimiçi bir ekosistemde çalışmakta, dijital platformlara geçiş, içerik oluşturma ve dağıtımı için yeni kanallar açtı ve sosyal medya ağları, bloglar, podcast'ler, yayın hizmetleri ve çevrimiçi haber kuruluşlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Han, 2024: 2).

Değişik “dijital sanat yoluyla ortak alanlar yaratmanın en başarılı modellerinden birçoğu arşivlerin, sanat eserlerinin açık koleksiyonlarının, bilginin, verinin, içeriğin ve daha fazlasının yaratılmasını içermektedir. Bu erişim dijital kültürler için kelimenin tam anlamıyla temeldir. Geçmişini korumak ve dijital dünyanın karanlık bir çağını önlemekle ilgilenirler - "tarihi, elektronik olarak depolanan belgelerin ve medyanın içeriklerine erişmenin zor veya imkansız olduğu olası bir gelecek çünkü bunlar eski veya çözülemez bir formattadır” (Iaconesi, 2015: 140). Dijital kültür, bir yandan değişik olanaklarla yeni yaratımlara yollar açarken, bir yandan da birikimin korunmasında rol oynamaktadır.

“Dijital kültürel iletişim, yıllar önce başlayan bir alan olan Sanal Miras'ın evrimi nedeniyle ortaya çıkmış, inşa edilmiş çevrenin elle tutulur unsurlarını tanımlayarak ve son teknoloji görselleştirme, artırılmış gerçeklik ve dijitalleştirme projeleri üstlenen araştırmacılar tarafından domine edilmiştir” (Russo ve Watkins, 2005). Sürekli gelişen teknoloji, doğal olarak kültürel yapıyı ve yaşam biçimlerini de değiştirmektedir.

İlk dijital kültür örnekleri, ilk bilgisayarlarla birlikte başlamış, başta müzik üretimi olmak üzere, geleneksel yöntemler dijitalle yer değiştirmeye yönelmiştir (Allen-Robertson, 2013: 153). Gelişen teknolojinin etkisiyle dijital kültür zaman içinde koca bir endüstriye dönüşmüştür. Paul Baran (Rand Corporation, ABD) ve Donald Watts David'in (Ulusal Fizik Laboratuvarı, İngiltere) ön çalışmaları, bilginin gönderici ve hedef adresleriyle birlikte mevcut bağlantılar boyunca bağımsız olarak yolunu bulacak veri paketlerine nasıl bölünebileceğini göstermiştir (Becker, 2013: 183). Dijital kültür, bilimsel bir temelde gelişmiş ve teknolojiyle somutlaşmıştır.

Dijital kültür, ekonomiden siyasete, eğitimden günlük yaşama kadar tüm alanlara yayılırken, bazı ülkelerde yurttaşların dijital kültüre daha kolay uyum sağlamaları için kurumlar geliştirilmiştir (Hajsan ve Bäck, 2020: 33). Hipermodern çağın küreselleşmiş ve birbirine bağlı dünyasında, internetin gelişi kültürel mirasın anlaşılma ve deneyimlenme biçimini dönüştürmüştür. Yeni medya kanallarının müzelerin ve miras alanlarının sergilenmesini nasıl kolaylaştırdığını, fiziksel sınırları nasıl aştığını ve dünyanın dört bir yanından çeşitli bir izleyici kitlesini nasıl çektiği bilinmektedir (Afolabi, 2023: 20). Dijital teknolojinin olanakları pek çok kültürel yolu da açmaktadır.

Dijital teknolojinin e-öğrenme ve uzaktan öğrenme teknikleri ve açık erişimli yayınlara erişim olanakları, kültürü başta naşağı değiştirmiştir (Zawacki-Richter, 2012: 108). Dijital teknolojinin çocuklar ve gençler için sağladığı tasarım ve üretim olanakları da, yeni kuşaklar için yeni bir kültür yaratmıştır (Richter ve Allert, 2012: 136). Yeni modeller, figürler, danslar, müzikler, kavramlar ve daha başka pek çok unsur, dijital yayınlarla, internetle birlikte kültüre dönüşmüştür.

Kaynaklar

Afolabi, O. (2023). New Media as A Tool for Cultural and Heritage Digital Exhibitions. https://www.researchgate.net/publication/370925092_New_Media_as_A_Tool_for_Cultural_and_Heritage_Digital_Exhibitions, 18.06.2025.

Allen-Robertson, J. (2013). Digital Culture Industry A History of Digital Distribution. London: Palgrave Macmillan.

Becker, J. (2013). Internet und Smartphones. Die Digitalisierung von Medien und Kultur, Wiesbaden: Springer VS, Wiesbaden, s. 183-211.

Hajsan, M. ve Bäck, G. (2020). Digitale Medienbildung in Elementaren Bildungseinrichtungen. Wien: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung.

Han, L. (2024). The Rise of Digital Media: Transforming Communication, Culture, and Commerce. *Global Media Journal*, 22 (72): 472, <https://www.globalmediajournal.com/open-access/the-rise->

of-digital-media-transforming-communication-culture-and-commerce.pdf.

Hui, Z. ve Shukor, R: A. (2025). Digital Media Art in the Creative Cultural Industry Innovative Applications. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 14 (2), https://www.researchgate.net/publication/390475370_Digital_Media_Art_in_the_Creative_Cultural_Industry_Innovative_Applications.

Iaconesi, S. (2015). Digitale Kunst als Commons. *Die Welt der Commons*, Ed. Silke Helfrich / David Bollier / Heinrich-Böll-Stiftung, Bielefeld: Transcript Verlag, s. 136-141.

Kern, P. ve Maier, D. (2021). Kulturindustrie – zur Aktualität eines kritischen Begriffs. *Kritiknetz – Zeitschrift für Kritische Theorie der Gesellschaft*, Ed. Heinz Gess, https://www.kritiknetz.de/images/stories/texte/Kern_Maier_Kulturindustrie.pdf, 18.06.2025.

Langer, A. ve Moldenhauer, A. (2023). "für mich sind medien ein WERKzeug". *Zum Sprechen über digitale Medien im Anspruch von Schulentwicklung*, Ed. Proske, Matthias; Rabenstein, Kerstin; Moldenhauer, Anna; Thiersch, Sven; Bock, Annekatrin; Herrle, Matthias; Hoffmann, Markus; Langer, Anja; Macgilchrist, Felicitas; Wagener-Böck, Nadine; Wolf, Eike, *Schule und Unterricht im digitalen Wandel. Ansätze und Erträge rekonstruktiver Forschung*. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, s. 112-133.

Magaudda, P. ve Solaro, M. (2020). Platform Studies and Digital Cultural Industries. *Sociologica*, 14 (3): 267-292.

Primorac, J. ve Jurlin, K. (2008). Access, piracy and culture: the implications of digitalization in Southeastern Europe. *Digital Culture: The Changing Dynamics*, Ed. Aleksandra Uzelac; Biserka Cvjetičanin, Zagreb: Institute for International Relations, s. 71-90.

Richter, C. ve Allert, H. (2012). Design als epistemischer Prozess (Poster). *Digitale Medien - Werkzeuge für exzellente Forschung und Lehre*, Ed. Csanyi, Gottfried; Reichl, Franz; Steiner, Andreas, Münster: Waxmann, s. 132-137.

Russo, A. ve Watkins, J. (2005). Digital Cultural Communication: enabling new media and co-creation in Asia. *International Journal of Education and Development using ICT*, 1 (4): 4-17.

Uzelac, A. (2008). How to Understand Digital Culture: Digital Culture - A Resource for A Knowledge Society? *Digital Culture: The Changing Dynamics*, Ed. Aleksandra Uzelac; Biserka Cvjetieanin, Zagreb: Institute for International Relations, s. 7-24.

Zawacki-Richter, O. (2012). Eine vergleichende Impactanalyse zwischen Open-Accessund Closed-Access-Journalen in der internationalen Fernstudien- und E-Learning-Forschung. *Digitale Medien - Werkzeuge für exzellente Forschung und Lehre*, Ed. Csanyi, Gottfried; Reichl, Franz; Steiner, Andreas, Münster: Waxmann, s. 99-109.

Dijitalleşmenin Diyalektiği

“Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU), küresel internet kullanımının 2005'te dünya nüfusunun %16,8'inden 2023'te %62,8'e yükseldiğini ve dünya nüfusunun neredeyse %40'ının artık 5G tarafından kapsandığını bildirdiştir. Bu veri, dünya çapında dijital bağlantının geniş erişimini vurgulamaktadır. Sosyolojik olarak, bu devrim sosyal yapılarda, kültürel normlarda ve bireysel davranışlarda önemli değişikliklere yol açarak dijital bağlantının sosyal yaşamın merkezi bir yönü olduğu bir ağ toplumunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dünya Ekonomik Forumu'nun "Küresel Riskler Raporu 2023" tarafından vurgulandığı gibi dijital devrim, yalnızca yenilik ve verimlilik için fırsatları ön plana çıkarmakla kalmamış, aynı zamanda dijital uçurum, gizlilik ve otomasyon ve verileştirmenin sosyo-ekonomik etkileri gibi kritik konularla ilgili tartışmaları da güçlendirmiştir (Xiao, 2024: 38). Dijital teknolojiler, insanlara sağladığı sınırsız olanaklar kadar, pek çok çelişkiyi ve sorunu da beraberinde getirmiştir.

“Google, Facebook, Apple, Amazon ve Microsoft gibi büyük internet şirketleri inanılmaz derecede güçlüdür. Neredeyse çevrimiçi her aktiviteyi izler ve kontrol ederler. Ancak araçları ve aktiviteleri aynı zamanda gözetime karşı çıkan, bu mega şirketlerin dağılmasını talep eden ve onlara karşı başarılı bir şekilde yasal işlem başlatan insanları da güçlendirmektedir” (Wampfler, 2018).

“Modernizm, insanların bir parçası olduğu doğayla savaşmakta ve bu nedenle paradoksal olarak insanları kendiyle savaşmaya zorlamaktadır. İlerlemenin bedeli olan çevresel bozulma, bunun sadece bir örneğidir - köreltici çalışma, tüketicilik ve kopmuş sosyal bağlantılar diğerleri arasındadır. Bu çerçevede, dijitalleşmenin kendisi bir doğa kuvvetine benzetilmektedir - buna uyum sağlamak ve adapte olmak veya sürüklenmek dışında pek bir şey yapılamamaktadır. Ancak bu kesinlikle önceden belirlenmiş bir sonuç değildir” (Lindell, 2024). Eleştirel teorisinin ilk kuşakları dijitalleşmeyi teknik bir süreç olarak değil, teorik temelleri olarak ele almış, Max Horkheimer'ın 1930'lardaki denemeleri aklın mantıksal pozitivizme indirgenmesini eleştirmiştir (Bock, 2019: 1217). Frankfurt Okulu genelde teknolojiye ve dijitalleşmeye çok olumlu bakmamıştır.

ABD'li ekonomist Robert Gordon, seküler durgunluğun temel bir teorisini savunurken, çağdaş yeniliklerin öncekilerden daha az etkiye sahip olduğunu ve değer üretmenin gittikçe azaldığını vurgulamaktadır (Gnath, 2018). Dijital teknoloji tüm dünyayı sarıp insanlara büyük olanaklar sağlarken, insana dair bazı özellikleri ve eylemleri kısıtladığı görüşü tartışılmaktadır. Platon'un mağarasının dışında yüzen arketipler ile bilgisayarın sanal alanları ve maddi olmayan nesneler arasındaki ilişki hakkında çok şey söylenmiş olsa da, ideal aynı zamanda dijital teknolojiler tarafından da sarsılmıştır (Lunenfeld, 2020). Bilim ve mühendislik laboratuvarlarında geliştirilen yeni sanal gerçeklik (VR) ortamı, gerçeğin nasıl tanımlandığı, hatta bilinenlerin nasıl iddia edileceği konusunda beşeri bilimlerde yoğun tartışmalara neden olmaktadır.

Dijital medya ile yeni ve kapsamlı biçimlerde gerçekleştirilebilen kontrol ve egemenlik mekanizmaları sorunsallaştırılırken, algoritmaların sosyal süreçler üzerindeki etkisine ilişkin şeffaflık eksikliği ve belirsizlik, ayrıca dijital dönüşümün arkasındaki itici güç olarak kapitalist sömürü ve sömürü süreçleri de belli başlı çelişkileri nitilemektedir (Dander, 2020: 20). Dijital ütopyacılıkta teknoloji, ideal bir toplum, niteliksel olarak yeni sosyal ilişkiler ve bireyin güçlendirilmesini sağlamak için dönüştürücü bir güç (bir güç olarak teknoloji) olarak açıkça tartışılmaktadır. Dijitalleşme ve teknolojiler, toplumsal uygulamalardaki kurucu iç içe geçmişlikleri açısından değil, devlet dışı, bilgiye erişim ve bir iş modeli olarak tartışılmaktadır (Allert, 2020: 201). Dijital teknolojiler yaygınlaştıkça, bireysel ve toplumsal sorunlar daha çok ortaya çıkmaktadır.

Dijital teknolojinin, fantastik görüntüler ve sanatsal içerikler üretmesi, dünyayı yeni yapıtlarla tanıştırmak, dijital estetiğin geleneksel estetikle ilgisi olmadığı ve dijital estetiğin insan varlığından türeyen estetikle yarışamayacağı görüşü de savunulmaktadır (Zahn, 2020: 228). Araştırmacıların ve sanatçıların, yeni analiz birimlerine ve dijital araçların kullanımlarına odaklanarak yaratıcı hayal güçlerini nasıl geliştirdikleri, yeni yöntemler icat ederek metodolojik ajanslarını nasıl güçlendirdikleri ve yeni motifler ve değerler aracılığıyla araştırmacılar olarak kişiliklerini nasıl geliştirdikleri de söz konusu edilmektedir (Meng, 2024: 54). Dijital diyalekt, dijitalleşmenin olumlu ve olumsuz

yanlarını bir arada tartışmaktadır. Çocuklar açısından da dijital araçların avantajlı kullanımı, araştırmacıların diğer yaratıcı araçları aktif olarak uygulamalarını ve analiz için otantik verilerin elde edilmesine yönelik çocukların aktivite ortamlarına katılmalarını sağlayan bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Parkes, 2024: 57).

Kaynaklar

Allert, H. (2020). Plattformökonomie und Entstaatlichung: familienorientiert, ortsunabhängig und #freilernend. Kritische Betrachtungen der digitalen Transformation. Ed. Bettinger, Patrick; Ferraro, Estella; Leineweber, Christian; Rummler, Klaus, Opladen; Berlin; Toronto: Verlag Barbara Budrich, s. 183-212.

Bock, W. (2019). Neue Medien und Ideologie: Zur Dialektik der digitalisierten Aufklärung. Handbuch Kritische Theorie, Ed. Uwe H. Bittlingmayer, Alex Demirović, Tatjana Freytag, Wiesbaden: Springer VS, s. 1213-1246.

Dander, V. (2020). Digitalisierung - Subjekt - Bildung. Kritische Betrachtungen der digitalen Transformation. Ed. Bettinger, Patrick; Ferraro, Estella; Leineweber, Christian; Rummler, Klaus, Opladen; Berlin; Toronto: Verlag Barbara Budrich, s. 19-37.

Gnath, K. (2018). Dialektik der Digitalisierung. <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/unsere-projekte/produktivitaet-fuer-inklusives-wachstum/projektnachrichten/dialektik-der-digitalisierung>, 19.06.2025.

Lindell, R. (2024). The Dialectics of Digitalisation: A Critique of The Modernistic Imperative for The Development of Digital Technology. Futures, 162, <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1888517/FULLTEXT01.pdf>, 18.06.2025.

Lunenfeld, P. (2020). Digital Dialectic. Cambridge: The MIT Press.

Meng, (2024). The Individual and Collective Minds Behind the Role of the Educator- Researcher: An Integrated Educational Experiment. Cultural-historical Digital Methodology in Early Childhood SettingsIn Times of Change, Innovation and Resilience, Ed. Marilyn

Fleer, Glykeria Fragkiadaki, Elin Eriksen degaard, Prabhat Rai, Alicja R. Sadownik, Cham: Springer Nature Switzerland AG, s. 49-56.

Parkes, M. (2024). Researcher Inside A Diorama: A Digital Educational Experiment in Everyday Practices. Cultural-historical Digital Methodology in Early Childhood SettingsIn Times of Change, Innovation and Resilience, Ed. Marilyn Fleer, Glykeria Fragkiadaki, Elin Eriksen degaard, Prabhat Rai, Alicja R. Sadownik, Cham: Springer Nature Switzerland AG, s. 57-65.

Wampfler, P. (2018). Die Dialektik der Digitalisierung. <https://schulesocialmedia.com/2018/08/22/die-dialektik-der-digitalisierung/>, 19.06.2025.

Xiao, J. (2024). The Digitalization Dialectic: A Critical Analysis of Technology's Role in Cultural Formation and Social Change. *Advances in Social Behavior Research*, 6 (1): 38-42.

Zahn, M. (2020). Ästhetische Praxis als Kritik: Vom Aussetzen des Urteilens und der Erfindung neuer Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsmöglichkeiten. Kritische Betrachtungen der digitalen Transformation. Ed. Bettinger, Patrick; Ferraro, Estella; Leineweber, Christian; Rummler, Klaus, Opladen; Berlin; Toronto: Verlag Barbara Budrich, s. 213-233.

Dijital Yayın Güvenliği

“2007 baharında Estonya'nın kamu hizmetleri üç hafta boyunca siber saldırılara maruz kalmıştır. Bu olayın birkaç AB ulusal hükümetini internet tabanlı hizmetlerinin kırılganlığı konusunda uyarmış olması muhtemeldir. Kamu otoriteleri için dijital dayanıklılığın "baharı", dijitalleşmeyi bilgi güvenliğiyle ilişkilendirme ihtiyacının belirginleşmesiyle başlamıştır (Cavallini vd., 2023: 1). Günümüzde kamu sektöründeki bu ihtiyaç daha da acildir ve artan dijitalleşme, büyüyen bağlantı ve artan siber saldırı olayları tarafından yönlendirilmektedir.

Avrupa'nın kalbinde bir saldırganlık savaşı, Hamas'ın İsrail'e yönelik insanlık dışı terörist saldırıları, Rusya ve Çin'den gelen dezenformasyon kampanyaları ve siber saldırılar sonucu Orta Doğu'da yaşanan savaş: dünya, büyük rüsklerle karşı karşıya kalmaktadır. Dijital yayınlar aracılığıyla işlenen siber suçlar, kamusal ortamda bir gizem ve komploculuk yaklaşımıyla değerlendirilmektedir. Bilgi teknolojisi sistemlerinin bir araç olarak kullanıldığı çeşitli suçlar (örneğin, bilgisayar dolandırıcılığı ve çocuk pornografisinin dağıtımı ve bulundurulması) da dijital suçlar kapsamında yer almaktadır (Brodowski ve Freiling, 2011: 161). Dijital yaygınlaştıkça dijital suçlar da artmakta, güvenlik daha fazla söz konusu olmaktadır.

Suç içeren saldırılar, kimlik hırsızlığı, fidye yazılımları ve dijital endüstriyel casusluk kapsamında, dijital sistemlerin kullanımıyla ilgili endişeler sıklıkla ortaya çıkmaktadır. Siber suç, sabotaja ve casusluğa karşı etkili önlemler, verilerin şeffaf ve güvenli bir şekilde işlenmesi gibi dijital sistemlere olan güveni desteklemektedir (Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), 2021: 14). Siber güvenlik, mevcut ve gelecekteki dijital yayıncılık ve akıllı TV teknolojileri için iletişim platformunu kolaylaştıran küresel internet ve siber uzay altyapısı(ları) için olmazsa olmazdır. Kamera ve mikrofonun akıllı TV'nin entegre bir parçası olması koşuluyla, gizlilik ve güvenlik sorunları araştırma ve endüstri topluluğu için yeni bir zorluk haline gelmektedir (Babulak, 2013: 20). Teknolojik gelişmeler arttıkça, riskler ve tehlikeler de artmaktadır.

“İnternet'in ilk günlerinde tasarlanan protokollerdeki kusurlar, bazı durumlarda oluşturulduktan on yıllar sonra bile ciddi sorunlara yol açmıştır. SDR'nin yaygınlaşması, radyo iletişim protokollerine erişimi İnternet tabanlı protokollere erişim kadar kolaylaştırmaktadır. Bu, saldırganlar için çitayı düşürmektedir” (Dansarie, 2024: 91122). Dijital yayın güvenliğinde asıl kaygı, gizliliğin sağlanmasıdır. Bu sorun tüm yayın ağları için geçerlidir - uydu, kablolu TV ve karasal yayınlar - ve bu bölümde açıklanan mekanizmalar tüm yayın ağları için geçerlidir. “Tüm yayın ağları bir ağ altyapısının kurulmasını ve bakımını gerektirir. Bu ağlar video oynatma ve planlama ekipmanı; yayın siteleri arasındaki dağıtım ağları ve uyduda transponder kiralamayı gerektirebilecek yayın ağının kendisi gerektirebilmektedir (Tomlinson, 2008: 140). Dijital ağların geniş kapsamı dijital riskleri de geniş alanlara yaymaktadır.

Kaynaklar

Babulak, E. (2013). Digital Broadcasting, Smart TV and Cyber Security Challenges. Conference: The 9th International Forum of Digital TV and Wireless Multimedia Communication (9th IFTC), November 2013, Shanghai, China.

Brodowski, D. ve Freiling, F. C. (2011). Cyberkriminalität, Computerstrafrecht und die digitale Schattenwirtschaft. Berlin: Freie Universität Berlin.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2021). Digital. Sicher. Souverän. Bonn: Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).

Cavallini, S. ve Soldi, R. ve Casalini, G. ve Verdi, G. ve Grasso, A. (2023). Digital Resilience. Ed. Ruth Harland, Brussels: European Committee of the Regions.

Dansarie, M. (2024). Security Issues in Special-Purpose Digital Radio Communication Systems: A Systematic Review. Digital Object Identifier, 10 (12): 91101-91126.

Tomlinson, A. (2008). Security For Video Broadcasting, Smart Cards, Tokens, Security and Applications, Ed. Keith E. Mayes ,

Konstantinos Markantonakis, New York: Springer New York, NY, s. 139-154.

Dijital Devlet

Dijital devlet tüm aygıtlarının yanı sıra yurttaşlara ulaşma ve iletilerini aktarmak için de dijital yayın teknolojisini kullanmak zorundadır. Dijital yayın teknolojisini bir yandan dijital devletin işlerini kolaylaştırırken bir yandan da devletin en büyük ihtiyaçlarından biri olan ileti almayı ve ileti aktarmayı kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır.

Almanya’da Federal Kabine, 17 Eylül 2014 tarihinde, 18. yasama dönemi için idari modernizasyona yönelik bir hükümet programı olarak Dijital Yönetim 2020’yi kabul etmiştir ve bu program, federal hükümetin yaşamın ve ekonominin tüm alanlarını dijitalleştirme eylemlerine çerçeve sağlayan Dijital Gündem 2014-2017’nin bir parçası olarak uygulanmaktadır (Die Bundesregierung, 2020: 1). Almanya’nın yanı sıra, diğer Avrupa devletleri de dijital yönetim konusunda adımlar atmaktadır.

Dijital teknolojinin her alana yayıldığı dünyada, dijital devlete dönüşmemek olanaksız görünmektedir. Evrenin, yaşamın geliştiği dünyayı çevrelemesi gibi, dijital yaşamın da var olabilmesi için meta-evren (Meta + Evren) olarak adlandırılan kendi "evrenine" ihtiyacı vardır (Vasileios, 2024: 5). Dünya hızla değişmekte ve dijital tabanlı bir dizgeye doğru ilerlemektedir.

21. yüzyılda teknolojinin gelişimine koşut olarak tüm devletler kendilerini yenilemekte ve hızla dijital işlemlerin yaygınlaştığı dijital devlete dönüşmektedir. Dijital devlet, dijital araçların tüm potansiyelinden kamu yönetimlerinin modernizasyonunu desteklemek için yararlanıldığı, idari süreçlerin daha verimli ve kullanıcı odaklı hale getirilebildiği, esnek ve kişiselleştirilmiş etkileşimler sayesinde hizmet kalitesinin iyileştirilebildiği ve kamu sektörünün verimliliğinin artırılabilirdiği örgütlenmedir (Europäische Kommission, 2020).

Dijitalizasyon, devlet işleyişine büyük kolaylıklar sağladığı gibi, riskleri ve tehlikeleri de bulunmaktadır. Şeffaflık, erişilebilirlik ve vatandaşların kişisel verilerinin korunması gerekliliğinin yanı sıra mevcut teknolojik araçların kullanımını optimize etmek için devletler arasındaki uluslararası iş birliğinin değeri de önem kazanmaktadır

(Vasileios, age. 2024: 5). Uluslararası alanda, dijital devlet uygulamasına geçmeyen devletler hemen her alanda geri kalmaktadır.

Ekonomi, kamu sektörü, altyapı, sağlık, eğitim ve toplumun birçok alanı, zamanın zorluklarına hazırlıklı olmak için daha çok dijital desteğe ve hatta bazı durumlarda tamamen yeniden yapılandırmaya ihtiyaç duymaktadır (Zacharias, 2023: 1). Dijital temel üzerinde yeniden yapılanan devletler, yönetimden yurttaşlarla işbirliğine kadar hemen her konuda gelişme sağlamaktadır.

“Dijital devlet” uygulaması; “dijital hükümet”, “dijital demokrasi”, “dijital adalet”, “dijital seçim teknolojileri”, “kamu yönetiminin dijital kamusal denetimi”ni kapsamaktadır (Ponkin, 2021: 49). Eski teknolojilerin işlemleri ağırlaştırması ve sık sık da hatalara neden olması, devlet işlerinde dijital teknolojiyi zorunlu kılmaktadır (Cirri, 2025: 10). Dijital teknolojinin son ürünlerinden yapay zekâ da artık devlet işlerinde kullanılmaktadır.

Dijital devlet uygulamasının en büyük yararı, yurttaşlarla hızlı ve kolay iletişim kurmak ve yurttaşlara kolayca ulaşmaktır (Gorny, 2016: 55). İnsanların dijital teknolojileri ve araçları güvenli ve eleştirel bir şekilde kullanma becerisini tanımlayan “dijital yeterlilik”, devlet aygıtlarında da yerini bulduğu zaman, yetkin bir yönetime yaklaşılmış demektir (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), 2022: 8).

Dünya tarihinde hiçbir zaman mükemmel yönetim ve devlet uygulaması görülmemişken, dijital devlet de hipermoden çağda bir umut olarak belirmektedir (Abbt, 2022: 14). Dijital teknolojilerin egemen olduğu hipermodern çağda pek çok devlet dijital dizgelerle çalışmayı planlamakta ve uygulamaktadır.

Dijital politikalara ilişkin uluslararası iş birliği çabaları, AB'nin insan merkezli modelini ve düzenleyici çerçevesini teşvik etmeye, AB'nin ekonomik güvenliği de dahil olmak üzere AB'nin stratejik çıkarlarını korumaya ve AB'nin dijital dünyadaki küresel rolünü güçlendirmeye odaklanmaktadır (European Union, 2024: 24). Başta Avrupa'da olmak üzere, dijital dönüşüm sağlık hizmetleri başta olmak

üzere, pek çok resmi işlemde ve yurttaşlık hizmetlerinde kolaylık ve hızlilik sağlamaktadır.

"Dijital demokrasi" teriminin de gündeme geldiği dijital devlet uygulamaları, katılım, şeffaflık ve bazen karmaşık olan bürokratik süreçlerin basitleştirilmesini de kapsamaktadır (Borucki vd., 2020). Dijital devlet uygulaması, tüm zorluklarına rağmen savaşların ve çatışmaların arttığı hipermodern çağda, işlemlerin en kolay ve hızlı biçimde yürütülebileceği ve yurttaşlarla en yakın iletişim kurulabileceği dizge olarak görünmektedir.

Kurumlarını dijital yayıncılık donatılarıyla donatmış bir devlet rutin işlemlerin yanı sıra yurttaşlarla iletişim kurma ve Halkla İlişkiler faaliyetlerini yürütme konusunda da önemli bir yeteneğe kavuşmuş olacaktır. Yurttaşların da dijital yayıncılık sürecine adapte olmasıyla yetkin bir devlet yurttaş iletişimi gerçekleşmiş olacak ve işlemler sorunsuz sürdürülecektir.

Kaynaklar

Abbt, C. (2022). Gibt es den idealen Staat? Forschungsmagazin UNIZEIT, 14, <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/237663/>, 08.09.2025.

Borucki, I. ve Michels, D. ve Marschall, S. (2020). Die Zukunft digitalisierter Demokratie – Perspektiven für die Forschung, Zeitschrift für Politikwissenschaft, 30 (1): 359-378.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), (2022). Glossar zur Erklärung wesentlicher Begriffe der Digitalisierung. Berlin: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL).

Cirri, G. (2025). The State and Vision of Digital Government. <https://oxfordinsights.com/wp-content/uploads/2025/02/The-State-and-Vision-of-digital-government-.pdf>, 05.09.2025.

Die Bundesregierung (2020). Digitale Verwaltung 2020 – In Kürze. Berlin: Die Bundesregierung.

Europäische Kommission (2020). Digitale Regierung: Gemeinsam innovative öffentliche Dienstleistungen für Menschen und Unternehmen schaffen.

https://www.google.com/search?q=translate&oq=tra&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqDggAEEUYJxg7GIAEGIoFMg4IABBFGCcYOxiABBiKBTINCAEQLhiDARixAxiABDISCAIQRRg5GIMBGLEDGIAEGIoFMg4IAxAjGBMYJxiABBiKBTINCAQQABiDARixAxiABDIYCAUQLhhDGIMBGMcBGLEDGNEDGIAEGIoFMgYIBhBFGD0yBggHEEUYPNIBCDE0NzFqMGo0qAIAAsAIB&sourceid=chrome&ie=UTF-8,05.09.2025.

European Union, (2024). 2030 Digital Decade Report on The State of The Digital Decade 2024. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Gorny, P. (2016). Für die digitale Transformation müssen wir uns auch institutionell besser aufstellen. Eine Digitalagentur bietet die Chance, das erforderliche Wissen und Können zusammenzubringen. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).

Ponkin, I. (2021). The Concept of The Digital State: Definition, Nature, Structure, and Ontology. Public Administration, 23 (5): 47-52.

Vasileios, S. D. (2024). Digital States and the Future of Governance: Personalization, Borders, and the Emergence of the Metaverse. Creative Commons CC, 4: 1-5.

Zacharias, F. (2023). Zur Digitalstrategie der Bundesregierung. Berlin: Bitkom e.V.

Dijital Yayıncılık ve Sosyal Dezavantaj

İnsan aklının kendini aşan evresi ve teknolojinin göz kamaştıran ürünü dijital teknoloji, tüm görkemi kadar toplumsal yapıda neden olduğu sorunlarla da tartışılmaktadır. İnsan aklının yetkin ürünü dijital teknoloji sağlıktan eğitime bilimden günlük yaşama büyük olanaklar sağlayıp işleri kolaylaştırırken dijital teknolojiye erişebilen ve erişemeyenler arasında da ciddi bir ayrıma neden olmaktadır. Teknolojiye erişemeyenler için bir sosyal dezavantaja yol açmaktadır. Büyük veri, bulut bilişim, İnternet ve Nesneler ile blok zinciri, dijital dönüşümün teknolojik temellerini oluşturan ve onu şekillendirmede belirleyici bir rol oynayan trendlerdir. Uygulamaları çeşitli sektörleri ve departmanları kapsayan dijital teknolojilerin getirdiği tüm avantajlara rağmen, özel kişiler ve şirketler için önemli zorluklar ve dezavantajlar da bulunmaktadır. Bu çalışmada dijital teknolojinin niteliği açıklanarak, kullanım alanları bağlamında erişim olanakları ve yoksunluklar ele alınmıştır. Dünyada yaygın olarak kullanılan dijital teknolojinin aslında önemli bir eşitsizliğe de yol açması vurgulanmıştır.

Dijital teknolojiler, son yıllarda günlük yaşamı önemli ölçüde değiştirmiş ve toplumun hemen her alanında dijital dönüşümün önünü açmıştır. İlk ev bilgisayarları 1980'lerin başında hâlâ lüks bir eşyayken, akıllı telefonlar ve dizüstü bilgisayarlar bugün yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Tüketiciler tarafından yeni teknolojilerin benimsenmesindeki artan hız, artan dijitalleşmede kilit bir rol oynamıştır (Oswald vd.,2018: 27). Ancak dijital teknolojilerin yaygınlığı, herkesin eşit biçimde dijital teknolojilere ulaşabildiği ve yararlanabildiği anlamına gelmemektedir.

Dijital teknolojiler, başta ekonomi olmak üzere değişik alanlarda işbirliği ve ortak çalışma olanaklarını kolaylaştırmış, genişletmiştir. Ancak yine herkesin bu olanaklardan eşit biçimde yararlandığını söylemek olası değildir (Jones, 2012: 218). Toplumdaki sınıf farklılıkları, gelir ve eğitim konusundaki değişkenler, teknolojiyi kullanma becerisindeki farklılıklar, dijital teknolojilerden yararlanma olanaklarını da etkilemektedir.

Ekolojik, ekonomik ve sosyal açılardan kullanımı değerlendirilen dijital teknoloji, erişiminin olduğu sürece insanlara yararlı olabilme

özelğine sahiptir. Kullanıcı eğitimi ve yararlanma eğilimi de dijital teknolojinin değerini etkileyen etkenlerdir (Culotta vd., 2022: 42). İnovasyon süreçleri hızlandıkça, yöneticilerin değer yaratma zincirinin tamamını yeniden düşünmeleri ve dijital dönüşümün, gelişen toplumsal ortama örgütsel uyumun sürekli bir süreci olarak ortaya çıkması gerekmektedir (Värzaru ve Bocean, 2024). Dünyadaki her yenilik, tüm çevresel koşullardan ve geçmişten etkilenmektedir.

Dijital teknolojiler, bireylerin çalışma ve şirketlerin iş yapma biçimlerini ve kamu kurumları ve özel şirketlerle iletişim kurma, bilgi alışverişinde bulunma ve etkileşim kurma biçimini de dönüştürmüştür. Bu nedenle Avrupa'daki işletmeler ve vatandaşlar, bir yandan uygun bir politika çerçevesine, diğer yandan da dijital ekonominin muazzam potansiyelinden yararlanmak ve dijital dönüşümü bir başarı öyküsüne dönüştürmek için gerekli beceri ve altyapıya ihtiyaç duymaktadır (Europäisches Parlament, 2019: 1). Tüm ülkeler için geçerli olan bu ihtiyacın, eşit biçimde karşılanması çokça tartışılmaktadır.

Yaklaşık son elli yılda bilgisayarlar, modern kuruluşların bilgi işleme ve iletişim süreçlerinde uzmanlaşmış ve sınırlı bir rolden, neredeyse her yerde, ancak aynı ölçüde olmasa da, kullanılabilen genel amaçlı bir araca dönüşmüştür. Bir zamanlar "elektronik bilgisayarlar", özel olarak inşa edilmiş ve klimalı merkezlerde çalışan uzman teknik personel tarafından yönetilen, çevre birimleri ile çevrili büyük makinelerken, bugün bilgisayar ekipmanları sekreterlerin, fabrika işçilerinin ve nakliye memurlarının masaüstlerinde ve çalışma alanlarında, genellikle kuruluşları tedarikçilerine ve müşterilerine bağlayan telekomünikasyon ekipmanlarıyla yan yana bulunmaktadır (David, 2000: 88). Ancak bu gelişme, dijital araçların verimliliğinin herkes için eşit ölçüde olduğu anlamına gelmemektedir.

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından incelenen bazı ülkelerde, çevrimiçi metin okuma ve problem çözmede hem en yüksek hem de en düşük puanları alan insan oranının yüksek olduğu, dijital teknoloji kullanarak yaşayan ve kullanmadan yaşayan insanlar arasında derim uçurumları olduğu belirlenmiştir (Sturm, 2021: 86). Araştırmalar, yüksek teknoloji kullanmanın yalnızca bir gelişmişlik

göstergesi olmadığını, toplumsal farklılıklar, dezavantajlar ve sorunlar konusunda da önemli veriler sağladığını göstermektedir.

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'ne (OECD) üye 20 ülkede 2004-2017 yılları arasında Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) ve internet kullanımının gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi araştırılmış ve önemli sorunlar belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar, BİT ithalatındaki artışın ve internet kullanımının, analiz edilen ekonomilerdeki mevcut dijital uçurumun olumsuz etkileri nedeniyle gelir eşitsizliğinin azaltılmasına katkıda bulunmadığını göstermektedir (Yunga vd., 2024: 19). Dijital teknolojilerin edinilmesi ve kullanımı açısından da büyük eşitsizlikler olduğu belirtilmektedir.

Son yıllarda dünya, çevrimiçi ticaret platformları, robotik, yapay zekâ (AI), 3D baskı, bulut bilişim, blok zinciri ve finansal teknoloji (fintech) dahil olmak üzere birçok özel dijital teknolojinin yükselişine tanık olmuştur. Dijital teknolojiler, firmaların ve bireylerin (hem çalışan hem de tüketici olarak) iletişim kurma, arama yapma, ticaret yapma ve yatırım yapma biçimlerini kökten dönüştürmüş, ayrıca, hükümetlerin ticaret ve yatırım politikalarını ve programlarını tasarlama ve uygulama biçimlerini ve bunu yaparken firmalar, bireyler ve birbirleriyle etkileşim biçimlerini de önemli ölçüde değiştirmiştir (Chen ve Martincus, 2022: 41). Ancak her teknoloji gibi dijital teknolojiler de cazibeleri ve kolaylıklarının yanı sıra sorunlarla da birlikte gelmiştir.

“Pierre Bourdieu'nun sermaye ve habitus teorisine dayanarak, toplumsal geçmiş ve sermaye kaynakları tarafından şekillendirilen medyal habitusun, insanların dijital teknolojileri nasıl kullandıklarını ve dolayısıyla toplumsal katılımın kapsamını önemli ölçüde belirlediği gösterilmiştir. Sosyal, kültürel ve ekonomik olarak ayrıcalıklı gruplar genellikle dijital teknolojileri kendi avantajlarına daha üretken bir şekilde kullanabilirken, dezavantajlı gruplar daha fazla tüketim odaklı internet kullanımında bulunma eğilimindedir. Bu durum, mevcut toplumsal eşitsizlikleri daha da kötüleştirmektedir” (Hiller, 2024: 37). Toplumsal yapıya büyümlü bir iyileştirici ve sorun giderici olarak sunulan dijital teknoloji, aslında büyük sosyal sorunları da beraberinde getirmektedir.

Nesnelerin İnterneti ve yapay zekâ (AI) gibi yeni ve geleceğe yönelik dijital teknolojilerin getirdiği sürekli ilerlemeye ayak uydurabilmek için, dijital becerilerin toplum genelinde başarılı bir şekilde öğretilmesi giderek daha önemli hale gelmiştir. Ancak söz konusu öğretimin herkese eşit biçimde uygulanması tartışma konusudur (Lanzl vd., 2024: 154). Herkesin eğitim olanaklarına ve teknolojiye eşit biçimde erişemediği artık seçik bir gerçektir.

Dijital yerlilerin varlığı, eğitimcilerin, öncelikle yeni bir dijital okuryazarlık kavramının tanımlanması yoluyla, gençlerin dijital farkındalıklarını artırmalarının önünü açmaktadır. Web 2.0 araçlarının eğitim ortamına uygulanmasına ilişkin deneyimler üzerine yapılan değerlendirmeler, katılımcı kültür ve gayri resmi öğrenmenin artan önemini vurgulamaktadır (Sia, 2023: 14). Ancak dijital gelişim ve farkındalık için yalnızca teknolojiye sahip olmak yetmemekte, teknolojiye erişimin ve kullanım olanaklarının da eşit biçimde dağıtılması gerekmektedir.

Bilgi toplumunda yaşamak, bilgi ağına bağlı olanların, sürekli değişen dijital teknolojiler dünyasında gelişmek için gerekli araç ve kaynaklara sahip olması ve bu bilgileri kullanmayanlara göre avantajlara sahip olması anlamına gelmektedir. Sosyal katılım kavramı, toplumda yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyo-kültürel düzeyde de fırsatlar biriktirme fırsatlarını kapsamaktadır. Dijital medya okuryazarlığının katılımcı bileşeni, bu statüye ulaşmak için bir yoldur. Dijital ortam, ağ toplumuna erişim sağlayanlar için muazzam fırsatlar yaratmıştır. Dijital medya okuryazarlığı, insanların içinde yol alması gereken bir şeydir (Park, 2012: 10). Ancak dijital okuryazarlıktan önce, dijital teknolojiye sahip olma ve dijitale erişim öncelikli sorunlardır.

Dijitalleşmenin ilerlemesiyle ilişkili istenmeyen gelişmeler arasında ciddi eğitim eşitsizlikleri yer almaktadır. Ailenin konumu, sahip olunan teknolojik olanaklar ve sosyolojik ortam, hem yetişme çağında, hem de eğitim alanında eşitliği etkilemekte ve dijital teknolojiye rağmen ciddi farklar ortaya çıkmaktadır (Bollag vd., 2022. 153). Tüm dünyada ve hemen her alanda büyük olanaklar sağlayan dijital teknoloji, her zaman eşitliği sağlayamamaktadır. Özellikle dijital yayıncılık ve

eğitimde kullanılan dijital yayınlar konusunda önemli eşitsizlik sorunları bulunmaktadır.

Özellikle internete erişim sorunu, dijital ortamdan yararlanma eşitsizliğini de beraberinde getirmektedir. Bir azınlığın önce göreceli, sonra da mutlak anlamda giderek daha dezavantajlı hale gelme riskine bağlı olarak, internet kullanmayanların çeşitli bilgilerden ve gelişmelerden mahrum kalma tehlikesi vardır ve bunlar arasında kırsal nüfusun en dezavantajlı ve savunmasız kesimleri de yer almaktadır (Warren, 2007: 382). Bir bakıma, dijital ortama erişemeyen herkes dezavantajlı duruma düşmektedir.

Medya eğitim biçimleri ve uygulamaları farklı şekillerde şekillenmektedir; böylece hem aile içinde hem de sosyal ağ ilişkileri aracılığıyla mevcut olan kültürel sermaye, dijital medyayı kullanmanın eşitsiz yolları ve medya alışkanlıkları ve dolayısıyla bunların eğitim açısından önemli bağlantıları, eşitsiz eğitim fırsatlarının yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır (Kutscher, 2019: 381). Her birey için doğal bir hak ve zorunluluk olan eğitim, değişik ekonomik ve sosyal nedenlerle bazı sorunlarla karşılaşabilmektedir.

Dijital dönüşüm, başta ekonomi alanında şirketler için büyük olanaklar sağlarken, sağlıkta ve eğitim alanındaki yararları da ekonomiden aşağıda kalmamaktadır. Ancak her durumda, dijital teknolojiden yararlanma, nitelikli bir eğitim ve eşit erişimi de gerektirmektedir (Pfaffl VD., 2022: 17). Büyük çoğunluğun kullandığı teknoloji, çoğu zaman eşitsizlikleri ortadan kaldırması beklenirken, ciddi bir eşitsizliğin de aracı olmaktadır.

Sosyal eşitsizlik ve dezavantaj üzerine yapılan araştırmalar, yaşam tarzlarının görünürdeki çoğulluğunun ötesinde, farklı sosyal koşulların ve ortamların insanların eğitim ve gelişim fırsatlarında önemli bir rol oynamaya devam ettiğini göstermektedir (Niesyto, 2009: 3). Her zaman bireyin yetişmesinde ve eğitimde etkili olan çevresel etkenler, teknolojiye erişim söz konusu olduğunda sosyal soruna dönüşmektedir.

Özellikle çocuklar ve gençler arasında dijital teknolojiyi kullanma yeteneklerinin, sosyal farkları kapatabildiği veya arttırabildiği de belirlenmiştir (Athique, 2013: 23). Bu noktada ailenin maddi

durumundan sosyal çevresine, çocuğun yaşadığı ortamdan ebeveynin eğitim düzeyine kadar değişik etkenler rol oynamaktadır.

Sosyal geçmiş, farklı dijital medya ekipmanlarını, medya kullanım modellerini ve çocukların kendi hedeflerine ulaşmak için dijital medya ve sosyal ağları kullanmaktan elde ettikleri farklı faydaları da etkilemektedir.

Dijital televizyon, katılımcı internet, multimedya hizmetleri, sosyal ağ siteleri ve mobil iletişim teknolojisi gibi dijital medyanın hızlı gelişimi sosyal yapıyı da etkilemiş ve değiştirmiştir (Vagianos, 2023: 114). Yeni dünya düzeni dijital teknoloji üzerinde biçimlenmiş, internet, genel işleyişin temel aracı olmuştur.

Elektronik medyanın dijital medyaya geçişi, özellikle yeni medya olmak üzere medyanın merkezileşmesiyle birleşmiştir. Yeni medya özellikle genç kuşak içinde yaygın bir iletişim ve kişilik kanıtlama aracı olarak benimsenmiştir. Ancak her bireyin yeni medyaya erişemediği veya medyanın gönüllü olarak reddedilmesi gerçeği de sosyal ayrımı ve dezavantajları ortaya koymaktadır (Faschingbauer, 2022: 65). Gençlerin internet ve yeni medya kullanımı ve sonuçları, dijitalleşmeyle ilgili sorunların önemli bölümünü oluşturmaktadır.

1990'larda internetin ortaya çıkmasıyla birlikte, medya alanı, medya üretimi, bilgi ve medya temsillerinin izleyici tarafından dağıtılma, alınma ve tüketilme süreçlerinden, medyanın devlet veya piyasa tarafından nasıl düzenlenip kontrol edildiğine kadar önemli ölçüde yeniden yapılandırılmıştır. Sosyal medya, kullanıcıların talep üzerine etkileşim kurmasına, kendilerini seçici bir şekilde sunmasına ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerik oluşturmaya olanak tanıyan internet tabanlı kanallar ve platformlar olarak tanımlanırken, herkesin sosyal medyayı aynı şekilde kullanmadığı da dikkate alınmaktadır (Sindermann, 2021: 179). Hipermodern çağın en yaygın araçları olan sosyal medyanın herkes tarafından farklı biçimlerde kullanılması, sosyal ayrımlara ve dezavantajlara dikkat çekmektedir.

Sosyal ve eğitim eşitsizlikleri dijital bir toplumda kendini yeniden üretirken, aynı zamanda altta yatan adaletsizliklere dair artan bir farkındalık da yaratmaktadır (Heinz, 2023). Teknoloji kullanıcıları

tarafından çoğu zaman fark edilmeyen, dijital teknolojiye sahip olma v kullanmadan kaynaklanan eşitsizlik, toplumsal dinamikleri etkileyerek çeşitli sorunlara da neden olmaktadır.

Dijital medya, 1980'lerde analogdan dijitalle geçişle birlikte bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Her anlamda verimliliği arttırmak için kullanılan dijital teknolojiler, herkes eşit biçimde sahip olduğu ve yararlandığı zaman en yüksek verime ulaşmaktadır (Pusch vd., 2024: 358). Dijital teknolojilerin kullanımındaki dezavantajlar ve eşitsizlik, teknolojinin verimliliğini de etkilemektedir.

İşgücü piyasası son yıllarda giderek daha fazla beceri yoğun hale gelmiş ve bu da bazı ülkelerdeki işgücü piyasası ve gelir eşitsizliğini artırmıştır (Area, 2022). İngiltere’de yapılan bir çalışma, bireylerin sosyal dezavantajları ile dijital hizmetlere erişememeleri ve kullanamamaları arasında güçlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur (Helpser, 2008: 37). Araştırma sonuçlarında ortaya çıkan, gelir durumuyla dijital teknolojiye erişim veya dezavantajlı olma durumu aslın pek çok ülke ve toplum için geçerli sayılmaktadır.

Dijital medyanın yaygınlaşması, yaşamın sosyal, politik, ekonomik ve kültürel alanlarını dönüştürmenin yanı sıra medya alanında da devrim yaratmıştır. Ancak sosyal medyanın bir olasılık haline gelmesi ve kullanımının doğrudan veya dolaylı olarak bireylerin sosyal yaşamın bir veya daha fazla alanından dahil edilmesine veya dışlanmasına yol açması internet sayesinde olmuştur (Nyabuto, 2023: 1683). İki şekilde ortaya çıkan dışlanma ve sosyal dezavantaj sorunu, bazen kişinin gönüllü olarak teknolojiyi reddetmesi bazen de çevresel etkenlerle teknolojiden uzak kalması biçiminde kendini göstermektedir (Flecker, 2018: 20). Ancak her durumda, dijital teknoloji temeli üzerinde kurulu hipermodern dünya dizgesinde, dijital teknolojiden uzak yaşamak ciddi bir sorun olarak görülmektedir.

Hipermodern toplumların kültürünün çok önemli bir bileşeninin, tüm boyutları ve biçimleriyle dijitalleşme olduğu bilinmektedir (Schmidt, 2023: 305). Toplumda dijital medyayı incelerken, dijital medyanın toplumu bir bütün olarak oluşturan sosyal, kültürel, politik ve ekonomik alanlardaki yeni dinamiklerinin de incelenmesi gerekmektedir

(eGyanKosh, 2025: 30). Karmaşık bir sorun olan dijital dezavantajlar ve eşitsizlik, çok yönlü ve derinlemesine analiz gerektiren önemli bir sorundur.

Yaşamdaki zorlukları kolaylaştırıp sorunlara çözümler getiren tekniklerle başlayan insan aklının fiziksel yansımaları zaman içinde yüksek noktalara doğru ilerleyip dünyayı baştan sona değiştirmiştir. Basit tekniklerle başlayan serüven analog dizgelerle büyük yol almış bilgisayarın başı çektiği dijital teknolojiyle görece bir zirveye ulaşmıştır. İletişim başta olmak üzere yaşamın her alanında özellikle ekonomi sağlık ve eğitim alanlarında büyük olanaklar sağlayan dijital teknoloji tüm dünyada geniş bir kitle tarafından kullanılmaya başlanmıştır.

Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin (BİT) yaygınlaşması ile sosyal ve ekonomik kalkınma arasındaki bağlantılar üzerine araştırmalar yıllardır yürütülmektedir. Sosyal ve dijital etkileşim, özellikle de internet bağlamında, arasındaki bağlantılara dair kanıtlar, uluslararası akademik ve kamu kurumları tarafından yürütülen birçok çalışmanın odak noktası olmuştur. Bu çalışmalar, telefondan internete kadar BİT'lere erişimi olan bireylerin, erişimi olmayanlara göre daha fazla eğitime, daha yüksek gelire ve daha yüksek statülü mesleklere sahip olma eğiliminde olduklarını tutarlı bir şekilde göstermiştir.

Dijital teknoloji bir bakıma da teknik üretimin ve gelişmişliğin göstergesi olarak önemsenmiş ve devletler tarafından da desteklenmiştir. Ancak dijital teknolojinin görkemli varlığı ve kullanım alanları her zaman refah anlamına gelmemiş, bazen ayrımcılık ve eşitsizlik anlamına gelmiştir. Özellikle gelir dağılımındaki eşitsizlikten kaynaklanan dijital teknolojiye sahip olamama veya erişememe sorunu ciddi bir dezavantaj olarak ortaya çıkmıştır.

Gelir dağılımındaki eşitsizliğe koşut olarak teknoloji kullanımında da kendini gösteren eşitsizlik dijital teknolojiyle birlikte anılan sosyal dezavantaj ve eşitsizlik örneklerinden biridir.

Kaynaklar

Area, L. E. (2022). Luxembourg: Digitalization and Rising Inequality in the Labor Market. Washington: International Monetary Fund.

Athique, A. (2013). Digital Media and Society: An Introduction. Cambridge: Polity Press.

Bollag, J. ve Fischer, E. ve Heierle, D. ve Zaugg, P. (2022). Schritte Richtung Digitalisierung: Wer kommt mit? Soziale Ungleichheiten im digitalen Bereich. Digitale Lehre nachhaltig gestalten, Ed. Standl, Bernhard, Münster , New York: Waxmann, s. 149-155.

Chen, M. ve Martincus, C. V. (2022). Chen ve Martincus, Digital Technologies and Globalization: A Survey of Research and Policy Applications. Washington: Inter-American Development Bank.

Culotta, C. ve Brüning, S. ve Schulte, A. ve Gesmann-Nuissl ve Märkel, C. ve Beck, R. (2022). Nachhaltigkeit im Kontext der Blockchain-Technologie Anwendungsbeispiele, Herausforderungen und Handlungsfelder. Amtsgericht Siegburg: WIK-Consult GmbH.

David, P. A. (2000). Understanding Digital Technology's Evolution and the Path of Measured Productivity Growth: Present and Future in the Mirror of the Past. Understanding the Digital Economy, Ed. E. Brynolfsson, B. Kahin, Cambridge: MIT Press, s. 49-95.

Europäisches Parlament, (2019). Der digitale Wandel. Brüssel: Europäisches Parlament.

eGyanKosh, (2025). Digital Media and Society. <https://www.egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/86156/1/Unit-2.pdf>, 08.09.2025.

Faschingbauer, F. (2022). Digitale Medien und soziale Anerkennung. Yayınlanmamış Master Tezi, Hochschule Offenburg.

Flecker, J. (2018). TINA und die technologische Revolution. Sozialpolitik, (1): 1-24.

Heinz, J. (2023). Bildungsgerechtigkeit in einer digitalen Gesellschaft Gerecht, digital, nachhaltig. MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung: Heft 52: 191-216.

Helpser, E. J. (2008). Digital Inclusion: An Analysis of Social Disadvantage and the Information Society.

Hiller, M. J. (2024). Soziale Ungleichheit im digitalen Zeitalter Einfluss des durch den medialen Habitus geprägten Digital Divide auf die Reproduktion sozialer Ungleichheiten in Bezug auf gesellschaftliche Teilhabe. Yayınlanmamış Bitirme Tezi, Hochschule Merseburg Fachbereich Soziale Arbeit. Medien. Kultur.

Jones, B. (2012). The Evolution of Digital Technologies—from Collaboration to eCollaboration—and the Tools which assist eCollaboration. Issues in Informing Science and Information Technology, 9: 209-219.

Kutscher, N. (2019). Digitale Ungleichheit als Herausforderung für Medienbildung. Deutsche Schule, 111 (4): 379-390.

Lanzl, J. ve Schnaak, F. ve Schöttl, F. ve Gimpel, H. (2024). Der Einfluss von digitalen Technologien auf Wissensarbeit: Kompetenzen im Wandel. HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik, 61 (3): 141-158.

Niesyto, H. (2009). Digitale Medien, soziale Benachteiligung und soziale Distinktion. MedienPädagogik Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung 17: 1-19.

Nyabuto, G. (2023). The Internet and Social Media Contribution to Inclusivity and Exclusivity in Society. International Journal of Scientific Research and Engineering Trends, 9 (6): 1679-1686.

Pfaffl, C. ve Czernich, N. ve Falck, O. (2022). Digitale Transformation – wie kann Deutschland zu den führenden Nationen aufschließen? ifo Schnelldienst, 2, 75 (16): 3-23.

Pusch, T. ve Kudic, M. ve Gerbracht, M. ve Hochhaus, J. (2024). Transformation der Arbeit durch die Einführung neuer digitaler Technologien. Wirtschaftsdienst, 104 (5): 356-358.

Schmidt, C. (2023). Schule, Medien Und Gesellschaft: Ein Systematisches Review Der medienpädagogischen Zuschreibungen an Die Funktionen Der Schule. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 19 (Jahrbuch Medienpädagogik): 281-310.

Sia, P. D. (2023). Looking at The Impact Of Digital Revolution in School Education: Considerations and Insights. *E-methodology*, 9 (9): 9-23.

Sindermann, C.ve Ebner, F. ve Montag, C. ve Scholz, R. V. Ostendorf, S. ve Freytag, P. ve Thull, B. (2021). Kapitel 5 Vulnerabilitätsraum: Soziale Medien. *DiDaT Weißbuch*, Ed. Roland W. Scholz, Markus Beckedahl, Ortwin Renn, Stephan Noller, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, s. 169-196.

Sturm, M. (2021). Digitalität als Ort der Ausgrenzung und sozialer Gerechtigkeit. Ed. Bernd Käßlinger, Christiane Ehses, Martin Dust, Frankfurt: Hessischer Volkshochschulverband e. V. s. 85-95.

Vagianos, D. (2023). *Digital Media and Society*. Kallipos: Open Academic Publications.

Warren, M. F. (2007). The Digital Vicious Cycle: Links between Social Disadvantage and Digital Exclusion in Rural Areas. *Telecommunications Policy*, 31 (6-7): 374-388.

Oswald, G. ve Setzke, S. ve Krcmar, R. H. (2018). Technologietrends in der digitalen Transformation. *Digitale Transformation*, Ed. Gerhard Oswald , Helmut Krcmar, Wiesbaden: Springer Gabler Wiesbaden, s. 11-34.

Park, S. (2012). Dimensions of Digital Media Literacy and the Relationship with Social Exclusion. *Media International Australia*, 142: 1-14.

Värzaru, A. A. ve Bocean, C. G. (2024). Digital Transformation and Innovation: The Influence of Digital Technologies on Turnover from Innovation Activities and Types of Innovation. *MDPI (Multidisciplinary Digital Publishing Institute)*, 12 (9): 359.

Yunga, F. ve Morquecho, C. A. T. ve Riofrío, P. Y. G. ve Chamba, J. E. F. (2024). The Effect of Technology on Income Inequality. Implications of The Digital Gap; Evidence for OECD Member Countries. *Contaduría y Administración*, 68 (1): 1-26.

Dijital Yayıncılık ve Sağlık

Video platformu YouTube'un ardından, kısa video platformu TikTok da artık sağlık konularında önemli bir dijital iletişim alanı haline gelmiş, bu platform, doğum kontrolü gibi cinsel sağlık ve üreme sağlığı konularını da içermekte, TikTok'taki en çok izlenen doğum kontrolü videoları çoğunlukla sıradan kişiler tarafından oluşturulmakta ve ağırlıklı olarak kişisel doğum kontrolü deneyimlerini ele almaktadır (Döring ve Lehmann, 2022: 25). Diğer pek çok alanda olduğu gibi, sağlık hizmetleri ve uygulamaları da artık dijital yayınlar üzerinde gerçekleşmektedir.

Çevrimiçi dünyaya zamandan ve mekandan bağımsız erişim sağlayan teknik cihazların yaygın kullanımı, "dijital devrimin" önemli bir parçasıdır. Instagram, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformlarına kullanım sırasında özellikle sık sık erişilmektedir. Teknik cihazlar ve sosyal medya, günlük okul hayatında da önemli bir rol oynamaktadır. Öğrenciler bunları öğrenme amaçlı, özellikle de sınıfta kişisel amaçlar için kullanmaktadır. Friedrich Naumann Özgürlük Vakfı adına farklı okul türlerinden ve sınıflardan 361 öğretmenle yapılan geniş çaplı bir anket, öğrencilerin sınıfta kişisel medya kullanımının hem öğrenciler hem de öğretmenler üzerinde olumsuz etkilere sahip olabileceğini göstermiştir (Brailovskaia, 2022: 4). Tüm teknolojilerin yararları kadar zararları ve riskleri de olduğu bilinmektedir.

"Dijitalleşme", 21. yüzyılın en önemli özelliklerinden biridir. Toplumun yaşamın çeşitli alanlarında yeni teknolojilerin yoğun kullanımına doğru dönüşümünü temsil etmektedir. Ancak bu dönüşüm, başta psikolojik sorunlar olmak üzere pek çok sağlık sorununu da beraberinde getirmiştir. Öte yandan dijital yayınlar sağlık bilgilerine erişimi kolaylaştırmış, hem sağlık çalışanları için hem de diğer insanlar için iletişim kurma olanakları sağlamıştır (Ho ve Lee, 2014: 5). Ancak dijital yayınların kullanımı, sağlık sorunlarının da nedeni olabilmektedir. Bu bağlamda, başta ergonomi olmak üzere, psikoloji, psikiyatri sorunların ilgili ana bilim dalı olabilmektedir (Meidert, 2025: 15). Teknolojilerin yararı ve zararı, teknolojiyi doğru veya yanlış kullanmakla ilgilidir.

Dijital yayıncılığın en büyük dezavantajlarından birisi, günlük hareketliliği engellemesi, sağladığı kolaylıklarla insanları hareketsizliğe itmesidir. Bu da pek çok fizyolojik sorunun başlangıcıdır. Fiziksel aktiviteyle ilgili güncel bulgular, ekran medyası kullanımı (TV, PC) ile fiziksel aktivite arasında zayıf negatif ilişkiler olduğunu göstermektedir (Wagner ve Wulff, 2020: 66). Dijital yayıncılık, olumlu anlamda da bilgi servis etmekte, yaşama katkıda bulunmaktadır. dijital medya - özellikle sosyal medya - sağlıkla ilgili bilgi ekosisteminin önemli bir bileşeni olarak ortaya çıkmıştır. Dijital medya, hedeflenen sağlık bilgilerini paylaşmanın, ilgili sağlık müdahaleleriyle ilgili konuşma eğilimlerini takip edip analiz etmenin ve geniş bir kitleye yönelik yanlış bilgileri önceden çürüterek yanlış anlatılara yanıt vermenin hayati bir yolu haline gelmiştir. Bazı araştırmalardaki bulgular, dijital medyanın sağlık sektöründe önemli ve yaşamsal bir rol oynadığını, insanların dijital medya platformunun farkında olduğunu, ancak dijital medyanın tam kapasiteyle kullanılmadığını ortaya koymaktadır (Baxi ve Khan, 2020: 29). Teknolojinin tam kapasiteli ve verimli kullanılması için de farkındalık ve bilinç gerekmektedir.

Dijital medya ve sağlık konusunda yapılan araştırmalarda, uzun medya kullanım süreleri, tatlı, yağlı ve tuzlu yiyeceklere yönelik tat tercihlerinin yanı sıra artan atıştırmalık ve enerji alımıyla da pozitif ilişkili görünmektedir. Uzun vadede, artan medya süresi aynı zamanda metabolik sendrom ve bunun bireysel bileşenleri riskinin artmasıyla da ilişkili olarak belirlenmiştir (Hebestreit ve Sina, 2024: 297). Yüksek teknoloji, özellikle hemen her alanda kullanılan dijital yayınlar, sağladığı olanaklar kadar riskleri de içermektedir.

Tüm dezavantajları bir yana, dijital medya salgın hastalık gibi durumlarda da yaşamsal rol oynamaktadır. COVID-19 pandemisi sırasında dijital medya, bir bilgi kaynağı, duygusal ifade aracı ve dolayısıyla psikolojik ve sosyal refahın bir belirleyicisi olarak önemli bir rol oynamıştır (Karsay vd., 2023: 628). Dijital medya artık ekonominin temelini oluşturmaktadır. Sürekli yenilik peşinde olan firmalar, isimleri ve ürünlerini, dijital medya aracılığıyla müşterilere ulaştırmaktadır. Markalar, kişiselleştirme için birinci taraf kimlik çözümlerinden yararlanmak ve tanınırlık erişimini artırmak ve daha geniş programatik ekosistemde hedeflemeyi kullanmaya devam edebilmek için üçüncü

taraf tanımlayıcıları kullanmaya yönelmiştir (World Health Organization, 2022: 44). Çok yakın bir gelecekte, ekonomi başta olmak üzere dijital bir eksen çevresinde dönen bir gezegenin varlığı olası görünmektedir.

İçeriğin kaydedilmesi, işlenmesi, sunulması ve oynatılmasının tamamen dijital olduğu dijital yayıncılıkta, internet, sosyal medya, dijital videolar ve televizyonun yanı sıra e-kitaplar ve bilgisayar oyunları yer almaktadır. Dijital medya kullanımında temelde iki sağlık riski kaynağı vardır: Cihazların kendileri tarafından üretilenler (elektromanyetik radyasyona maruz kalma gibi) ve cihazların kullanımından kaynaklananlar (uygunsuz içerik gibi). Bunlardan ilki fiziksel bozukluklara, hastalıklara veya ağrılara yol açabilmektedir (Nationaler Gesundheitsbericht, 2020). Bu veriler spesifik anketlere dayansa da, konuyla ilgili bir takım fikirler verebilmektedir.

Sağlıkla ilgili mesajların insanlara ulaştırılması yaşamsal önem taşımaktadır. Bir çalışma alanı olarak sağlık iletişimi, bu tür bilgilerin hedef kitleye ulaşmasını sağlamaktadır (Ikems, 2020: 101). Dijital yayıncılığın olanakları, sağlık alanında yeni açılımları ve modelleri de beraberinde getirmiştir. Tüm risklerinin yanı sıra, doktor-hasta ilişkileri yakınlaşmış, hastaların bilgilendirme olanakları artmış, sağlık hizmetleri hız kazanmıştır (Paschke ve Thomasius, 2024: 460). Dijital yayınların sağlık alanında daha etkili ve verimli olabilmesi için, toplumun da medya okuryazarlığı gibi bu konuda da eğitilmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

Baxi, B. O. ve Khan, A. (2020). A Study on Role Of Digital Media in Health Care Industry and Its Impact on Customers. Gap Interdisciplinarity – Open Access Journal of Interdisciplinary Studies, I (II): 20-31.

Brailovskaia, J. (2022). Umgang mit Digitalen Medien und Ihren Auswirkungen Auf Die Psychische Gesundheit. Potsdam-Babelsberg: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit.

Döring, N. ve Lehmann, S. (2022). Von Dr. Sommer zu Dr. TikTok: Sexuelle Gesundheitskommunikation mittels Online-Videoplattformen. Merz Zeitschrift für Medienpädagogik, 66 (1): 18-26.

Hebestreit, A., Sina, E. (2024). Wirkungen digitaler Medien auf die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen mit Schwerpunkt auf dem Verzehr ungesunder Lebensmittel. *Bundesgesundheitsbl*, 67: 292–299.

Ho, S. S. ve Lee, E. W. J. (2014). Digital Media and Health. *Encyclopedia of Health Communication*, Chapter: Digital Media and Health, Ed. T. L. Thompson, London: Sage Publications, s. 326-328.

Ikems, K. C. (2020). Media and Health Communication: An Overview. *European Journal of Public Health Studies*, 2 (1): 95-103.

Karsay, K. ve Camerini, A. L. ve Jörg, Matthes (2023). COVID-19, Digital Media, and Health: Lessons Learned and the Way Ahead for the Study of Human Communication. *International Journal of Communication* 17: 623–630.

Meidert, U. (2025). Digital Medien – Chancen und Risiken für die Gesundheit von Kindern und Jugendlichen. Bern: The Swiss Society for Public Health.

Nationaler Gesundheitsbericht (2020). Digitale Medien: Chancen und Risiken für die Gesundheit. <https://www.gesundheitsbericht.ch/index.php/de/08-digitale-medien-chancen-und-risiken-fuer-die-gesundheit/81-einleitung.html#main-content>, 24.09.2025.

Paschke, K. ve Thomasius, R. (2024). Digitale Mediennutzung und psychische Gesundheit bei Adoleszenten – eine narrative Übersicht. *Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz*, 1; 67 (4): 456–464.

Wagner, P. ve Wulff, H. (2020). Digitalisierung und körperliche Aktivität - Risiken und Nutzen digitaler Medien für Bewegung und Gesundheit. *Vierter Deutscher Kinder- und Jugendsportbericht*, Ed. Christoph Breuer, Werner Schmidt, Christine Josten, Stuttgart: Hofmann-Verlag GmbH & Co. KG, s. 64-75.

World Health Organization (2022). Understanding The Digital Media Ecosystem How The Evolution of The Digital Marketing Ecosystem Impacts Tobacco, Alcohol and Unhealthy Food Marketing. Geneva: World Health Organization.

Dijital Yayıncılık ve Eğitim

Çocukluk, gençlik ve aile eğitimi alanında, dijital medyaya ve gençlere odaklanma, uluslararası çalışmalarda önemli bir artışa yol açmış ve bu da nicel çalışmaların önemli ölçüde daha fazla seçildiği anlamına gelmiştir (Wilmers vd., 2023: 26). Araştırmalar, eğitim kurumlarındaki bireysel ön koşulların ve çerçeve koşullarının, öğretmen adaylarının sınıflarında dijital medyayı kullanmalarına nasıl katkıda bulunduğunu, okullar tarafından sağlanan ekipman ve medya didaktik yeterliliğine sahip öğretmenler tarafından sağlanan desteğin önemini, okullarda dijital medya ile ilgili gerçek pratik deneyimlerin olumlu tutumların geliştirilmesini ve becerilerin kazanılmasını desteklediğini göstermektedir (Capparozza ve Kathmann, 2023: 117). Dijital yayıncılık ve dijital medya, eğitim alanında da başlıca araçlardan biri olmaktadır.

Dijitalleşme sosyal etkileşimleri, demokrasiyi ve günlük yaşamı da etkilemekte, dolayısıyla dijital eğitim, dijital bir dünyaya katılımın anahtarı olarak ortaya çıkmaktadır. Dijitalleşme aynı zamanda, eğitim için yeni fırsatlar yaratmakta, yeni öğretim araçları, bilgi yayma kanalları ve bilgiye erişim olanakları sağlamaktadır (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), 2016: 19). Dijital yayıncılık, geleneksel analog sistemlere kıyasla gelişmiş kalite, verimlilik ve etkileşim sunarak medya iletiminde önemli bir gelişmeyi temsil etmektedir. Dijital teknoloji gelişmeye devam ettikçe, yayıncılık sektörü köklü değişimler yaşamakta; yayın hizmetleri ve yeni teknolojiler içeriğin sunulma ve tüketilme biçimini yeniden şekillendirmektedir (Veri, 2024: 2).

Yeni teknolojiler geliştikçe, eğitimde yayın teknolojilerinin kullanımı geride kalmış, geleneksel akademik ortam, eğitimcilerin sınıflara ek öğrenme materyalleri sunmak için ticari medya ürünlerini kullanmalarına bağlı duruma gelmiştir. Eğitimciler de sınıflarda sosyal medya kullanımını ilk kez keşfetmeye başlamıştır (Baltimore, 2017: 8). Dijital bağlamda eğitim yayıncılığı, öğretim ve öğrenme çıktılarına ulaşmak için radyo, televizyon, internet ve sosyal medya gibi yayın medyasının kullanımıyla ilgilidir. Ders boyunca öğretmenler, öğrenciler, yayın medyası uygulayıcıları ve diğer profesyoneller, ister gecikmeli ister anında olsun, geri bildirim veren geniş ve öğrenen, hedeflenen ve

uzak bir kitleye ulaşmak için yayıncılığı kullanma süreçleri ve teknikleri hakkında bilgi edinmektedirler (Nnaemeka, 2021: 16). Dijital yayın teknolojileri artık, eğitim dünyasının temel araçlarından biri olmuştur.

Bilgi teknolojilerinin hızla gelişmesi, bilgi, veri ve metinlerin hızlı, kolay ve dünya çapında dağıtımı için teknik ön koşulları oluşturmuştur. İnternet, her türlü metin ve bilgiye küresel bir okuyucu kitlesinin düşük engellerle ve gecikmeden erişebilmesini sağlar. İnternet, yalnızca mekânsal ve zamansal sınırlar arasında alışverişi teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda akademik çalışmaların vazgeçilmez bir bileşeni haline gelmiştir. Üniversiteler, araştırma kurumları ve akademik topluluklar bu teknolojiiden yararlanmaktadır (Engel-Haas, 2009: 51). Yaşamın her alanına yayılan dijital yayıncılık, eğitim alanında da etkin biçimde kendini göstermektedir.

Eğitimde dijital yayıncılık konusundaki bir araştırmada, öğrencilerin okul yayıncılığına katılımı ile okul yayıncılık programının bölümlerini hazırlamada interneti kullanmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir korelasyon olduğu görülmüştür. Buna ek olarak, çalışma, eğitim medyası uzmanları tarafından internetin kullanımı ile okul yayıncılık programını hazırlamada interneti kullanmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir korelasyon bulunmuştur (Azem, 2024: 1202).

Avrupa kamu yayıncılığı hizmetinin daha genel tarihinin bir parçası olarak, medya sisteminin evrimi ve platformların, yayıncıların ve içeriklerin kademeli olarak çoğalması, zaman içinde dijital kanalların işlevini kaçınılmaz olarak değiştirmiş, dijital yayıncılık her alana yayılmıştır (Carelli ve Sfardini, 2022: 7). Çocukluktan itibaren dijital eğitime duyulan ihtiyaç bugün tartışılmazdır. Çok sayıda girişim ve araştırma projesi, ortaokullarda, üniversitelerde ve sürekli mesleki gelişim programlarında dijital eğitimin yaygınlaştırılmasını ele almaktadır (Dengel, 2018: 24). Dijital yayıncılığın avantajları ve verimliliği, eğitim uygulamaları açısından da olumlu görünmektedir.

Dijital yayıncılığın sağladığı mobil öğrenme olanakları, nispeten yeni bir trend olarak, şaşırtıcı olmayan bir şekilde, eğitim için yeni fırsatlar sunmaktadır. Mobil cihazlar ve uygun olan yerlerde özel uygulamalar kullanan öğrenmenin, sabit erişim yöntemleri kullanan

öğrenmeden belirli hedef gruplar için farklı olumlu sonuçlar çerdiği belirlenmiştir (Koschorreck ve Gundermann, 2022: 170).”Dijital yayıncılıkta eğitim yayınları tekniği, toplumun deneyimlerine, güncel taleplerine, sosyo-ekonomik durumuna, dini inancına ve değerlerine, ayrıca yayının doğru uygulanmasına bağlıdır. Mesajın geniş bir kitleye nasıl iletileceği, yayının nasıl uygulanacağıyla belirlenmektedir (Hasan, 2018: 562). Dijital yayın teknolojileriyle birlikte, toplumun büyük bir kesimi eğitim olanaklarından yararlanmaktadır.

Artan dijitalleşmeyle birlikte, uygun destek kavramlarının geliştirilmesi ve uygulanması için yeni seçenekler ortaya çıkmaktadır. Özellikle dezavantajlı gençler için mesleki oryantasyon ve hazırlık aşamasında dijital didaktik kavramlar da gündeme gelmektedir (Enssen ve Hähn, 2022: 153). Dezavantajlı gençler için mesleki yönelim ve hazırlığın dijital didaktiği ile ilgili yaklaşımlar ve teknolojiler geliştirilmeye devam etmekte, toplumdaki her bireyin, eğitim için dijital yayın teknolojilerinden yararlanması amaçlanmaktadır.

Kaynaklar

Azem, A. (2024). The Reality of School Broadcasting in the Digital Transformation Perspectives of Educational Media Specialists and High School Students. *Journal of Research in the Fields of Specific Education*, 51: 1201-1328.

Baltimore, M. L. (2017). Broadcasting Education in The Age of New Media: Building Multimedia Products from the Academy. *Research in Higher Education Journal*, 33: 1-11.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2016). *Digitale Bildung Der Schlüssel zu einer Welt im Wandel*. Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).

Capparozza, M. ve Kathmann, J. (2022). Gelingensbedingungen für die Nutzung digitaler Medien von Lehramtsstudierenden in der Schulpraxis: Ein Critical Review. *Digitalisierung in der Bildung Forschungsstand und –perspektiven*, Ed. Michael Kerres, Sybille Stöbe-Blossey, Ulrike Creß, Marc Rittberger, Josef Schrader, Münster: Waxmann, s. 103.128.

Carelli, P. ve Sfardini, A. (2022). Educational Television Goes Digital. *VIEW Journal of European Television History and Culture*, 11: 1-9.

Dengel, A. (2018). Digitale Bildung: ein interdisziplinäres Verständnis zwischen Medienpädagogik und Informatik. *MedienPädagogik*, 33: 11-26.

Engel-Haas, C. (2009). Digitales Publizieren in der Erziehungswissenschaft – Konsequenzen und Perspektiven aus Verlagssicht. *Erziehungswissenschaft Mitteilungen der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE)*, Leverkusen: Verlag Barbara Budrich.

Enssen, S. ve Hähn, K. (2022). Digitalisierung in der beruflichen Orientierung und Vorbereitung Konzepte für benachteiligte Jugendliche digital gestalten. *Bildung im digitalen Wandel. Lehren und Lernen mit digitalen Medien*, Ed. Annika Wilmers, Carolin Keller, Michaela Achenbach, Münster: Waxmann, s. 129-159.

Hasan, T. (2018). Techniques of Educational Broadcasting in Distancen Mode and Its Social Implication. *Sociology and Anthropology*, 6 (6): 557-562.

Koschorreck, J. ve Gundermann, A. (2022). Orchestrierung von Blended Learning in der Erwachsenen- und Weiterbildung: Ein Critical Review. *Digitalisierung in der Bildung Forschungsstand und –perspektiven*, Ed. Michael Kerres, Sybille Stöbe-Blossey, Ulrike Creß, Marc Rittberger, Josef Schrader, Münster: Waxmann, s. 161-186.

Nnaemeka, F. O. (2021). *Educational Broadcasting Principles*. Enugu: Rhyce Kerex Publishers.

Veri, G. (2024). Digital Broadcasting: The Evolution of Media Transmission. *International Journal of Advancements in Technology*, 15: 1-2.

Wilmers, A. ve Keller, C. ve Achenbach, M. ve Rittberger, M. (2022). Reviews zur Bildung im digitalen Wandel: Methodisches Vorgehen im Reviewprozess. *Digitalisierung in der Bildung Forschungsstand und –perspektiven*, Ed. Michael Kerres, Sybille Stöbe-

Blossey, Ulrike Creß, Marc Rittberger, Josef Schrader, Münster:
Waxmann, s. 7-30.

Dijital Yayıncılık ve Sanat

Kültür teorisyonu Walter Benjamin, bir zamanlar kitlesel çoğaltım yoluyla bir sanat eserinin "aurasının" kaybolacağı konusunda uyarıda bulunmuştur ancak, günümüzde sanat artık hayranlık duyulan ve saygı duyulan durağan bir nesne değil; sürekli değişen ve gelişen dinamik bir sürece dönüşmüş durumdadır. Dijital sanat, yalnızca nihai ürüne değil, aynı zamanda yaratıcı sürecin kendisine de odaklanarak bunu çarpıcı bir şekilde dikkatlere sunmaktadır (Werk, 2024: 4). Yaşamın merkezi alanları şu anda küreselleşme ve dijitalleşme süreçleri tarafından şekillendirilmektedir. Bu süreçler, mevcut düşünce ve yaşam biçimlerini kökten değiştirmektedir ve değişim süreçleri o kadar derinden gerçekleşmektedir ki, onları ne denetleyebilmek ne de etkilerini değerlendirebilmek olasıdır (Martin, 2021: 37). Bu süreçte sanat da dijital teknoloji ve dijital araçların konusu olmuştur.

“Yeni medya teknolojisi, sanat yayıncılığı ve sunuculuğu alanına daha geniş bir platform ve zengin bir materyal kütüphanesi açmıştır. Yeni medya teknolojisi, sanat yayıncılığı ve sunuculuğu alanına yenilikçi bir etki getirmiştir. Ayrıca, yeni medya zengin görsel-işitsel kaynakları da bünyesinde barındırarak yayıncılık ve sunuculuk içeriğinin ifadesini ve çekiciliğini büyük ölçüde artırarak daha ilgi çekici hale getirmiştir (Kang, 2024: 91). Geleneksel sanat gibi dijital sanat da, başlangıcından bu yana, sürrealizm, ironi veya başka yollarla olsun, siyaset ve kültür kodlarını eleştirmiş, taklit veya belirli anlatı örgülerinin benimsenmesi yoluyla, mümkün veya gerçek olarak algılananın sınırlarını sürekli olarak zorlama eğiliminde olmuştur (Iaconesi, 2015: 141). Dijital yayıncılık, sanatın kapsamını yeni teknolojilerle genişletirken, sanatın içeriğinde fazlaca etki yaratmamıştır.

Bilgisayarı bir sanat aracı olarak ele almak, makinenin sanatta yeni ve çağdaş bir ifade aracı olarak olası kullanımlarının çeşitliliğini ortaya koymaktadır. Walter Benjamin'in sanat eserini teknolojik olarak yeniden üretilebilir olduğu bir çağda ele almasından 85 yıl sonra, “dijital sanat” kavramı giderek yaygınlaşmakta ve sanatın anlamı da değişmektedir (Ludwig ve Resch, 2021: 1). Dijital sanat, yaratıcı veya sunum sürecinin önemli bir parçası olarak dijital teknolojiyi kullanan sanatsal çalışmaları veya uygulamaların anlamına gelmektedir. Dijital sanat, dijital resim,

3B modelleme, dijital fotoğrafçılık ve etkileşimli enstalasyonlar gibi çok çeşitli ortamları içermektedir (Kennedy, 2024: 16). Dijital sanat, dijital teknolojinin olanakları ve araçları kullanılarak üretilen sanattır.

Dijital tasarım süreci, sanatçıların herhangi bir dijital sanat ortamında, ilk konseptten son çıktıya kadar sanat eseri yaratmalarında rehberlik eden yapılandırılmış bir yaklaşımdır. İster dijital fotoğrafçılık, ister dijital resim, grafik tasarım, animasyon, 3B modelleme veya video prodüksiyonu üzerinde çalışıyor olun, bu aşamaları anlamak ve takip etmek yaratıcılığı artırabilmekte ve nihai çalışmanın kalitesini garantileyebilmektedir (Altstatt vd., 2004: 141).

2B'den 3B sanata geçiş, internetin yükselişi ve yapay zekânın gelişimi gibi teknolojik gelişmeler, yalnızca yeni estetik olanaklar sunmakla kalmamış, aynı zamanda geleneksel eser sahipliği, mülkiyet ve yaratıcılık anlayışlarına da meydan okumuştur. NFT'lerin ve blok zinciri teknolojisinin ortaya çıkışı dijital sanat piyasasını dönüştürürken, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçekliğin (VR) artan kullanımı, izleyicilerin sanatı deneyimleme ve onunla etkileşim kurma biçiminde daha da devrim yaratmayı vaat ediyor. Ancak bu yenilikler, erişilebilirlik ve çevresel etki sorunlarından sanat yaratımında insan faktörünün rolü hakkındaki tartışmalara kadar önemli etik ve felsefi soruları da gündeme getiriyor. Özetle, dijital sanatın evrimi, modern dünyada sanat ve teknolojinin ne kadar iç içe geçtiğini göstermektedir (Wei, 2024: 8). Yaşamın tüm alanlarının dijitalleşmesi, sanatı ve sanat üretimini de büyük ölçüde değiştirmektedir.

Hipermodern çağda artık bilgisayarlar resim yapmakta, beste yapmakta, şiir yazmakta, enstrüman çalıp şarkı söylemektedir. Yapay zekâ, resim de yapmakta film de çekmektedir (Doms, 207: 2). Sanatın niteliği her zaman konuşulmuş içeriği her zaman tartışılmıştır. Ancak her zaman insanın ürettiği sanat konuşulmuş ve tartışılmıştır. Hipermodern çağın temel tartışma konusu ise teknolojinin ürettiği sanattır. Bir sorunu insandan başka bir varlığın yorumlaması ve biçimlendirmesi hâlâ akılcı bulunmamaktadır (Kyomugisha, 2025: 44). Teknoloji ne kadar gelişirse gelişsin, konuları ve sorunları insan gibi yorumlayamayacağı ve yaratımda bulunamayacağı görüşü ağırlık kazanmaktadır.

Dijital yayıncılık, sanat eğitimindeki ve sanatın eleştirisindeki teknikleri ve ölçütleri de değiştirmektedir (Graf vd., 2019: 196). Dijital yayıncılıkla birlikte, daha önce kullanılmamış teknikler ve yöntemler gündeme gelmektedir. Sanat eğitimi, dijital bir toplumda öğrenciler arasında yaratıcılığı ve eleştirel düşünmeyi geliştirmede önemli bir rol oynamaktadır. Geleneksel uygulamaların e-öğrenme metodolojileriyle bütünleştirilmesi, eğitimciler ve öğrenciler arasındaki iş birliğini ve iletişimi kolaylaştırarak öğretim ve öğrenme deneyimini geliştirir. Didart projesi, okullarda teknolojiye erişimle ilgili zorluklar devam etse de, yeni medyanın öğretmen eğitimi ve sanat eğitiminde etkili bir şekilde uygulandığını göstermektedir (Bajardi ve Rodríguez, 2012: 3).

Kaynaklar

Altstatt, R. ve Doegl, C. ve Blome, G. ve Breitsameter, S. (2004). Digitale Transformationen. Medienkunst als Schnittstelle von Kunst, Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft. Ed. Monika Fleischmann, Ulrike Reinhard, Heidelberg: Whois.

Bajardi, A. ve Rodríguez, D. A. (2012). Art Education to Develop Creativity and Critical Skills in Digital Society: Integrating the Tradition in an E-Learning Environment. Communications of the International Conference The Future of Education, Florence 7 - 8 June 2012.

Doms, A. (2017). Die Digitalisierung Gesellschaft, sond. KunstStoff, 24: 2-3.

Graf, G. ve Reinwand-Weiss, V. I. ve Knackstedt, R. ve Heid, U. ve Kutzner, K. ve Moskvina, A. ve Petzold, K. ve Roßkopf, C. (2019). Digitalisierung von Rezensionsprozessen in Literatur und Bildender Kunst als Bestandteil Kultureller Bildungsprozesse. Forschung zur Digitalisierung in der Kulturellen Bildung, Ed. Benjamin Jörissen/ Stephan Kröner/ Lisa Unterberg, Barleben: Kopaed, s. 185-199.

Iaconesi, S. (2015). Digitale Kunst als Commons. Die Welt der Commons, Bielefeld: Transkript Verlag, s. 136-141.

Kang, W. (2024). Diversified Development Path of Broadcasting and Hosting Art from the Perspective of New Media. Education Reform and Development, 6 (9): 87-92.

Kennedy, K. R. (2024). Introduction to Digital Art. Ed. Kelsey Smith, Lemoore: Lemoore College.

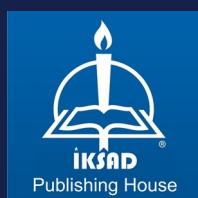
Kyomugisha, A. (2025). The Intersection of Art and Technology: Digital Creativity, Research Invention Journal of Current Issues in Arts and Management, 4 (1): 43-46.

Ludwig, T. ve Resch, M. (2021). Digitale Kunst. Informatik Spektrum, 44: 1-2.

Martin, K. (2021). Digitalisierungsprozesse und die Veränderung des Menschen – Folgen aktueller Entwicklungen aus musikpädagogischer Perspektive. Musikpädagogik in Zeiten von Globalisierung und Digitalisierung, Ed. Kai Martin; Christian Stick, Leibniz: Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation Informationszentrum (IZ) Bildung, s. 36-63.

Wei, W. (2024). The Evolution of Digital Art: From Early Experiments to Contemporary Practices. International Journal of Literature and Art Innovation, 1 (1): 1-9.

Werk, H. J. (2024). Digitale Kunst und die Ästhetik der Vergänglichkeit Versuch einer Bestandsaufnahme. Die Brücke, 44 (5): 4-5.



ISBN: 978-625-378-576-5