

YENİ MEDYANIN OLANAKLARI: SEMANTİK WEB

Deniz YENGİN
İstanbul Kültür University, Turkey
d.yengin@iku.edu.tr

ÖZET

Bireyler için her şey metinlerden ibarettir. Bu metinler iletişim süreciyle hedefe aktarılmakta ve bu aktarmalarda da kanal ya da ortam önemlidir. Bu çalışmada da iletişim sürecince ortamın teknolojiyle birlikte geçirdiği evrim ve bu evrimin olanakları tartışılmaktadır. İnternetin gelişimi teknolojik determinizm bağlamında açıklanmakta ve bu açıklamalar doğrultusunda akıllı veri ve semantik web kavramları açıklanmakta ve gelecekle ilgili öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yeni Medya, internet, akıllı veri, semantik web*

OPPORTUNITIES OF NEW MEDIA: SEMANTIC WEB

ABSTRACT

Everything has a text format for individuals. These texts are being transferred to the destination with the communication process and during this transfer process channel or media is important. In this study, during communication process how the environment evolve with technology and this evolution's possibilities are discussed. Development of the internet is expound in the context of determinism and smart data and semantic web concept are explained with offered suggestions about the future.

Keywords: *New media, internet, smart data, semantic web*

GİRİŞ

Teknik; bir şey elde etmenin, üretmenin bilgisidir. Teknoloji ise bu bilginin toplumsallaşması, toplumsal yansımaları olması ve toplumsal anlam kazanması demektir. (Atabek, 2005, s.63) Atabek'in belirttiği gibi teknik; bir şey elde etmenin, üretmenin bilgisidir. Teknoloji ise daha çok bu bilginin toplumsallaşması, toplumsal yansımaları olması, toplumsal bağlam, toplumsal anlam kazanmasıdır. Toplumsal olarak kabul görmüş ve anlam kazanmış bilgiler teknoloji olarak ifade edilmektedir. Teknoloji; olguların amaçlarımız doğrultusunda programlanmasıdır. Her yeni bir şey üretildiği veya toplumun kullanımına sunulduğunda genellikle yeni bir teknoloji olarak nitelendirilir. Birey ve toplumun kullanımına sunulan teknoloji; artık daha da hızlı bir biçimde yenilenmektedir. Bilimsel çalışmalarla birlikte teknolojik ürünler ve bunların kullanımları artmaktadır. Teknolojinin değişimi ve güncellenmesi bireye ve topluma bilgi aktarım yollarını da geliştirmiştir. İletişim ortamlarının teknolojik biçimleri sürekli yenilenebilmektedir. Bu değişim beraberinde birbirinden farklı değişkenleri de doğurmaktadır. Değişkenler kimi zaman olumlu kimi zaman ise olumsuz nitelikleriyle karşımıza çıkabilmektedir. Bu değişkenler Harold Innis ve Marshall McLuhan tarafından incelenerek teknolojik bağlantılı yaklaşımlar üretilmektedir.

Harold Innis

Döneminin teknolojik araçları olan papirüs, parşömen ve kağıt; bilginin geçmişten günümüze aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu teknolojik araçlar üzerinde araştırmaları olan Harold Innis, iletişim ağlarının gelişmesinde en önemli neden olarak yazının matbaa ve elektronik kaynaklar aracılığıyla yaygınlaşmasını göstermektedir. El yazmasıyla başlayan bilgi aktarımı süreci alfabenin gelişimiyle görsel kodlarla biçim bularak; tek-biçimli, tekrarlanabilir, çoğaltılabilir bir kültürel

gerçeklik getirmiştir. Innis; yeni teknolojinin, geleneksel bilgi tekelleriyle nasıl 'kapıştığına' ve başka bir grup tarafından yönetilen yeni bir bilgi monopolü ortaya çıkardığını açıklamaktadır. Innis, iletişim teknolojilerinin toplum biçimlerini etkilediği ve şekillendirdiğini göstermeye çalışmıştır. (Postman, 2004, s.18) Innis'e göre sözlü gelenek bir tür doğal yetkinliğe, hiçbir itiraza yer bırakmayacak bir yetkinliğe sahiptir. (Innis, 2006, s.95) İletişim ortamları üzerine yoğunlaşan Innis, yazıyla birlikte iletinin kuşaklara aktarılmasının kolaylaştığını vurgulamaktadır. Papirüsün kendini yenileyememesi beraberinde parşömene olan talebi arttırmaktadır. Özellikle de kağıdın ortaya çıkışıyla bilgi aktarımı daha da yaygınlaşmaktadır. Kağıt ortamıyla birlikte düşüncenin aktarılması hem daha ucuza hem de daha ekonomik bir malzemenin geçmesine olanak sağlamaktadır. (Innis, 2006, s.204) Innis'e göre bir yazı yazma ortamı olarak papirüs, taşın aksine son derece hafiftir. (Innis, 2006, s.41) Yazının papirüse aktarılması sonucunda hafifleyen ortam beraberinde düşünmeyi hareketlendirmektedir. Düşünce hafiflik kazanmış, ses ve düşünce bir kalıba girmiştir. Alfabeyi teknoloji olarak niteleyen Innis'e göre karmaşık yazı sistemleri üzerine kurulu alfabeyle birlikte tekeller baltalanmaktadır. Alfabenin esnekliği ve makineleşmeye uyarlanabilir olması, basılı sözcüğün, sözlü gelenekle yakınlaşmasını kolaylaştırmaktadır. Genellikle telematik ya da enformatik olarak adlandırılan bilgisayarlarla elektronik iletişim hatlarının birleşmiş olmaları en önemli yeniliktir. (Innis, 2006, s.255)

Innis'e göre; insan kendi teknolojisi ile birlikte vardır; toplumsal biçimlerdeki ve kültürdeki değişiklikler iletişim teknolojisindeki değişimlerin bir fonksiyonudur. Teknolojik araçların çoğu insanın fiziksel yeteneklerini geliştirmek çabası içindir; iletişim teknolojisi düşüncenin, bilincin, insanın ender kavramsal yeteneklerinin uzantısıdır. (Erdoğan & Alemdar, 2005, s.139) Innis'e göre teknoloji insanın fiziksel yetilerinin uzantısıdır. İletişim teknolojisi ise insan bilincinin uzantısıdır. (Güngör, 2011, s.152) İnsan ve teknoloji arasında bir bağ bulunmaktadır. Innis, insanların kullandığı iletişim teknolojilerini toplumsal ve ekonomik yapının temel belirleyicisi olarak kabul etmektedir. Teknoloji her zaman içeriği belirler ve teknolojinin belirlediği bilgi iktidarın dağılımını da belirlemektedir. (Yaylagül, 2010, s.68) Bu durum teknolojinin ne denli önemli bir yönetim aracı olduğunu göstermektedir. İktidar ve teknoloji ilişkisine yoğunlaşan Innis'e göre bireyi, toplumu yönetmenin bu aygıtlara bağlı gerçekleştiğini ifade etmektedir. Innis'e göre uygarlık tarihini yapan ve değiştiren iletişim teknolojisi. İletişim teknolojisi her ne kadar özgürlükçü bir yapıya sahip olduğu belirtilse de aslında sansürlü bir yapıyla işletilmektedir. İmparatorlukların iletişim teknolojileriyle türediğini ve bu araçları kontrol edenlerin ayrıca dünyaya hükmedebileceğini vurgulayan Innis'e göre iletişim araçları ve teknoloji birbirinden kesinlikle ayrılmaz. İletişim teknolojisi geliştikçe ve yenilendikçe bu hükümdarlığın devam edeceğini belirtmektedir. Buradaki tek değişken, imparatorlukların kimlikleridir.

Marshall McLuhan

McLuhan; yaptığı çalışmalar ve araştırmalarla medyanın medya olmasını sağlamıştır. Özellikle kitle iletişim araçlarına yoğunlaşan McLuhan, medya teknolojilerinin toplumda bireylerin nasıl düşüneceği, hissedeceği ve hareket edeceğini ya da toplumun biçimini ve çalışmasını şekillendirdiğini belirtmektedir. (Erdoğan & Alemdar, 2005, s.142) Sözcük oyunları ile McLuhan dünyaya farklı bir bakış açısı kazandırmayı başarmıştır. Bunlardan bazıları şu şekildedir:

İnsanlar yaşantılarını, bir önceki dönemde yapılmış olanların akla uygun taklitlerini yaparak geçirirler. (McLuhan, 2001, s.11)

Görsel ve işitsel uzamlar arasındaki ilişkinin temeli, arayüzeydir. (McLuhan, 2001, s.40)

Elektriksel olarak konfigüre edilmiş bir toplumda, otomobillerden bilgisayarlara kadar üretim ve dağıtım için gerekli bütün kritik enformasyon, herkes için aynı anda ulaşılabilir. Kültür, tıpkı bir elektrik devresi gibi organize olur; ağdaki her nokta, diğer bir nokta kadar merkez odaklıdır. (McLuhan, 2001, s.153)

Kitle iletişim aracının önemli etkileri onun içeriğinden değil, biçiminden gelir. (Severin, 1994, s.441)

Tüm medya insanın psikik ya da fiziksel yetilerinin uzantısıdır. (McLuhan, 2005, s.26)

Araç, mesajdır. (McLuhan, 1965, s.7)

Bu ifadeler içinde en önemlisi "araç, mesajdır" cümlesidir. İleti aktaran, iletiyi kodlayan ve açımlayan olan araç ya da ortam bu cümleyle birlikte farklı bir bakış açısı kazanmıştır. İletişim süreci araştırmalarında genellikle iletiyi aktaran iletişim aracı, McLuhan'ın bu yaklaşımıyla birlikte artık tek

başına ileti olarak gösterilebilmektedir. McLuhan, iletişim aracının da ileti olduğunu, esasında her iletişim aracının başlı başına bir ileti olduğu vurgulanmaktadır. Alfabeyle başlayan teknolojik gelişim süreci; özellikle tipografinin matbaanın bulunmasıyla büyük kitlelere ulaşmayı başarmıştır. Matbaa başlangıçta, Shakespeare dışında herkes tarafından, hatalı olarak, bir ölümsüzlük makinesi gibi kabul edilmiştir. (McLuhan, 2007, s.284) Yazı, alfabe ve teknoloji birlikte yol almaktadır. Bu yolda McLuhan'ın belirttiği önemli yaklaşımlar ve çalışmalar bulunmaktadır. “Gutenberg Galaksisi”nde (*The Gutenberg Galaxy*) McLuhan'a göre; okuma fonksiyonu herkesin ulaşabileceği bir görünüm kazanmış ve aynı zamanda kitlesel olarak sağır-dilsiz halklar üretmiştir. (Virilio, 2003, s.39) Okuma ve yazma işlevi bir biçim içine girmiş ve kitlelere sunulmuştur. Bu yapı ya da biçim beraberinde iletinin paylaşımını kolaylaştırmıştır. İletinin kolay paylaşımıyla birlikte bilgilendirme işlevi de hız kazanmıştır. Bilginin paylaşımı matbaayla birlikte hızlanmıştır.

“Global Köy” (*War and Peace in the Global Village*) adlı kitabında McLuhan; iletişim araçlarının bilgiyi sınırsız bir biçimde paylaşabilmesiyle bireyler ve toplumlar her konuyla ilgili bilgiyi kolaylıkla öğrenebilmektedir. McLuhan; iletişim araçlarının sınırları ortadan kaldırdığını ve her türlü bilginin paylaşılabilir olmasının global bir köy üreteceğini belirtmektedir. McLuhan, medyanın en önemli yönünün kültürel içerikle bağlantılı meselelerde değil, iletişimin teknik aracında bulunduğu şeklindeki teziyle tanımlamaktadır. (Stevenson, 2008, s.200) “*matbaa bireyciliğin teknolojisidir*” cümlesiyle McLuhan'a göre toplumsal toplum anlayışı yerini bireysel bir yapıya bırakmaktadır. (1962, McLuhan, s.158) İletişim araçları bireylere sadece bilgi aktarmanın dışında duyu organına etki ederek nasıl düşünmesi gerektiğini belirler. (Erdoğan & Alemdar, 2005, s.147) Telefonun en büyük etkisi, arayanın kimliğini yok etmesidir. Bireyler bedensizleşir. Bilgisayarlaştırılmış yüksek hızlı veri yayınının süreçlerini ister anlasınlar ister anlamasınlar, bütün insanların, eski özel kimliklerini kaybedecek olmaları kaçınılmazdır. (McLuhan, 2001, s.209)

McLuhan'ın “*Teknolojik Determinizm kuramı*” teknolojinin keşfedilmesiyle ve yenilenmesiyle oluşmaktadır. (Hartley, 2011, s.244) Bu bağlamda teknoloji kitleleri belirlemektedir. Teknoloji, belirginliktir. Belirginlik ise, bir kerde tek bir şeyi, bir kerde tek bir duyuyu, bir kerde tek bir zihinsel ya da fiziksel işlemi dile getirmek anlamına gelir. (McLuhan, 2007, s.28) Teknoloji, duyularımızdan birini genişlettiği zaman, yeni teknolojinin içselleştirilmesi ile aynı hızda, yeni bir kültür aktarımı ortaya çıkarmaktadır. McLuhan; elektrik teknolojisinin ayrı bir organın değil, birincil ürün olarak enformasyon sunan merkezi sinir sisteminin yerini aldığı öne sürmektedir. (Barbier & Lavenir, 2001, s.303) McLuhan'a göre dünyanın her tarafı görüntülerle ve mesajlarla kaplanmıştır ve televizyon sayesinde de dünyanın her yerindeki olaylardan anında haberdar olmak mümkün olmaktadır. (Yaylagül, 2010, s.69)

McLuhan'a göre teknoloji; temelini maddiyatın belirlediği bir ortamda bireyi yenik düşmüş bir duruma sürüklediği, kişiliğini arka plana attığı, standartlaşmış bir yaşama zorlamalarla üretilen fantazyalara yönelme durumuna sokmaktadır. McLuhan; belirli bir dönemdeki teknolojinin, kendinden bir önceki dönemin mekanik düzenliliğini ve bunu oluşturan ilkeleri içeriği olarak kullanarak kendi etkinliğini bir sanat durumuna getirmesi savını savunmaktadır. (Oskay, 2000, s.208) McLuhan'a göre elektronik teknoloji çağında toplumsal sistemin içindeki çeşitli alt-sistemler karşılıklı etkileşim içinde bulduklarından ve çift yönlü akışlı bir enformasyona bütün alt-sistemler gereksinim duyduklarından, günümüz toplumlarındaki çözülmemiş sorunların pek çoğunun çözülmesi artık hem olanaklıdır, hem de gereklidir. McLuhan; teknolojinin toplumsal sistem için yararlı ve gerekli olduğundan teknolojik belirleyiciliğe dayanan iyimserlik sonucuna varmaktadır. (Oskay, 2000, s.216)

Tablo 1. McLuhan'ın Dönemsel Medya Toplumu Tablosu

Çağ	Araç Tipi	Araç	Dönem
Kabile	Sözlü	Konuşma	M.Ö. 1500'ler öncesi
Kabileleşmeden Çıkma	Mekanik	Basım	1500-1900
Yeniden Kabileleşme	Elektriksel	Televizyon	M.S. 1900'ler sonrası

(Kaynak: Laughey, 2007, s. 35)

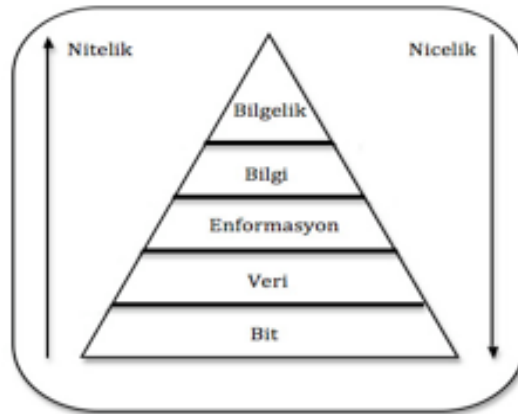
Çağ değişimlerinde kullanılan araç tipleri dikkat çekmektedir. Her çağ için birbirinden farklı araç kullanımları gerçekleşmektedir. Konuşma, basım ve televizyon araçları dönemselsel değişim ve gelişimlere yön vermiştir. İnnis'in de belirttiği gibi imparatorluk araçları yaşamlarımızı etkilemekte ve yönlendirmektedir. McLuhan; iletinin içeriğinin değil, aracın önemli olduğunu savunmaktadır. Bu varsayımı ise teknoloji ile desteklemektedir. Teknolojik yapının belirleyici olduğunu vurgulayan McLuhan'a göre teknolojinin ciddi gücü bulunmakta ve bu güç beraberinde yeni toplumlar ve yeni yaşam koşulları da üretmektedir.

Kitle iletişim araçlarının gücü üzerine çalışmaları bulunan İnnis'in yaklaşımı üzerine yoğunlaşan McLuhan; yazıyla parçalı bir toplum modelini, matbaayla birlikte toplumun bireyciliğe yönelimini (iletilerin yinelenmesi ve standartlaşması) ve elektronik medyanın yükselişiyle ise toplumun yeniden biçimlendiğini belirtmektedir. (Bourse ve Yücel, 2012, s.107) Bu yaklaşıma göre medyanın en önemli özelliği bireylerin ne düşüneceğini ve nasıl davranacağını belirlemesidir. Bu yaklaşımda medyanın yapısından çok, iletinin olanakları ön plandadır. McLuhan'a göre medya bireyleri biçimlendirmektedir. Özellikle de teknolojiyle birlikte bireyler teknokrata dönüşmektedir. Bu bağlamda medya kuramı; iletişim ortamlarında aktarılan ileteler doğrultusunda düşünmenin sistemli bir yolu olarak tanımlanmaktadır.

YENİ MEDYA VE İNTERNET

Dijital uzam; bireylerin yeni yaşam alanları olmaktadır. Bu yeni alanı anlayabilmek için Van Dijk'in yaklaşımından yola çıkmak gerekmektedir. Van Dijk; "Ağ Toplumu" (*The Network Society*) adlı çalışmasında dijitalliğin 'bit (*byte*)' katmanıyla başladığını belirtmektedir. Bit'lerle başlayan dijital yolculuk nitelik ve nicelik olarak birbirinden farklı şekilde değerlendirilerek aktarılmaktadır. Dijk, enformasyon işleminin başlangıç noktası olarak birler ve sıfırlardan oluşan ikili sistemi belirtmektedir. Bit olarak adlandırılan başlangıç noktası dijital kodlama sisteminin temelini oluşturmaktadır. Piramitte yer alan basamakları ise kısaca şu şekilde ifade etmektedir:

- Bit (bits and bytes) : Birler ve sıfırlar dizisi
- Veri (data) : Şekiller, yazılar, ve diğer işaretler
- Enformasyon (Information) : Yorumlanan veri
- Bilgi (Knowledge) : Gerçekler ve etkiler
- Bilgelik (Wisdom) : Derinlemesine deneyim (Dick, 1999, s.186)

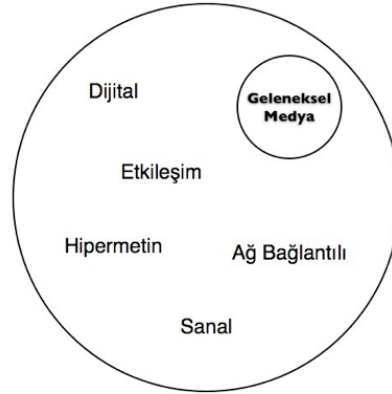


Şekil 1. Enformasyon İşlem Piramidi
(Kaynak: Dijk, Jan Van, 1999, s. 186)

Enformasyon işleminde ayrıca önemli iki özellik bulunmaktadır. Bunlar; nicelik ve nitelik faktörleri olmaktadır. Bit basamağından bilgeliğe giden yolda nitelik ya da kalite önemli bir özellik olarak belirtilmektedir. Bit basamağından yola çıkan enformasyon işleminde geçirilen basamaklar sonunda bilgeliğe ulaştığı noktadaki niteliğin seviyesi belirlenmektedir. Nicelik özelliğinde ise bitler sonsuz

sayıdadır ve işlem yukarı doğru gerçekleşirken genelden özele bir süreç yaşanmaktadır. Bu süreç içerisinde bilgelik basamağına ulaşan bit'ler azalmaktadır. (Yengin, 2012, s.22-25)

Ağ toplumu anlayışla örtüşen yaklaşımlarıyla Lister; 'yeni medya'nın birleştirici terimini aslında medya üretimi, dağıtımı ve kullanımında çeşitli değişikliklere atıfta bulunarak açıklamaktadır. Bu değişiklikler teknolojik, metinsel, geleneksel ve kültürel olmaktadır. 1980'lerin ortalarından beri, bir bütün olarak yeni medya alanının temel özelliklerini tanımlamayı teklif eden en az bir dizi kavramın ön plana çıktığı kabul edilmektedir. Bunlar, yeni medya söylemlerindeki bazı temel terimler olarak düşünülmektedir. Dijital, etkileşimli, hiper-metinsel, sanal ve ağ tabanlı özellikler yeni medyanın demirbaşlarıdır.



Şekil 2. Yeni Medya Kümesi
(Kaynak: Yengin, 2014, s. 140)

Van Dijk'e göre "entegre, etkileşimli ve dijital kodlamanın kullanılmasıyla 20. yüzyıldan 21. yüzyıla geçiş sağlanmıştır." Bu sayede eski ve yeni arasında bir ayrım yapmak kolaylaşmaktadır. (Dijk, 2006, s.9) Basit biçimiyle yeni medya kümesi, gelenekseli de içinde barındırmaktadır. Bu çalışmada geleneksel ve yeni medya biçimleri birbirlerinin tamamlayıcısı rolünde olmaktadır. Yeni medyanın yeni olmasını sağlayan özellikler; dijital, etkileşim, hiper-metin, ağ bağlantılı ve sanal olarak kümede yer almaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta geleneksel medyanın küme içerisindeki konumu olmaktadır. Geleneksel medya, yeni medya kümesinin içinde yer almaktadır. Bu kümenin içinde sadece diğer yeni medya özellikleriyle birbirinden ayrılmaktadır. Yeni anlayışı gelenekseli de kapsayarak yoluna devam etmektedir.

Kullanılmamış ve eskinin karşıtı olarak kullanılan yeni kavramı kullanılmaktadır. Eskinin yerine geçen yeni olarak ifade edilmektedir. Yeni ve eski kavramlarının kullanımı, medya kavramı açıklanırken farklı olmaktadır. Medya olgusunda eski ve yeni ifadeleri iç içe geçmektedir. Yeni olgusu, eski olgusunu da içinde barındırmaktadır. Buradaki en önemli belirleyici faktör teknolojik yeniliklerdir. Teknolojik yeniliklerle eski; biçim değiştirmekte ve yeni olarak ifade edilerek kullanılmaktadır.

Yeni medya olgusunu açıklayabilmek için belirtilen özellikler doğrultusunda "internet" olgusu tarihsel gelişimiyle açıklanmalıdır. Bilginin paylaşımı internet olgusunun doğmasına neden olmuştur. Başlangıçta ARPANET olarak adlandırılan sistemde 4 üniversitenin bilgisayarı bağlantı halindeydi. Bu sistem zamanla daha da genişledi. Bir kaç bilgisayarla başlayan bu süreç zamanla yayılmaya başladı ve yeni kavramların da ortaya çıkmasına sebep oldu. Elektronik posta (@), Telnet, Ftp, TCP/IP protokolleriyle birlikte yoluna devam eden ARPANET, 1989 yılında CERN (Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi) tarafından geliştirilen protokol ile önemli bir gelişme yaşamıştır. 1991 yılında www(world wide web) hipermetinlere dayalı bir internet protokolü kullanıma sunulmuştur. Kablo ağlarıyla bilginin protokoller üzerinden belirlenen bir ağ (web) sistemiyle

yayılması interneti vazgeçilmez kılmıştır. Bu geniş bilgi havuzu içinde yeni sistem ve ihtiyaçlar beraberinde gelmektedir. Bu gelişim; Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 olarak sınıflandırılarak açıklanmaktadır. İnternetin bağlantılarının büyümesi, artması, özgürleşmesi beraberinde medyanın da sürekli aktif olmasını sağlamaktadır. Rushkoff bu durumu “*online olmak*” (always on) olarak ifade etmektedir. (Rushkoff, 2010, s. 34) Rushkoff’a göre Dijital Çağ’da 10 gerekli özellik bulunmaktadır. Bunlar; zaman (time), mekan (place), seçim (choice), karışıklık (complexity), boyut (scale), kimlik (identity), sosyallik (social), gerçek (fact), açıklık (openness), amaç (purpose)’tır. Dijital ortamlarda bu özelliklerin gerekli olduğunu savunan Rushkoff’a göre bireyler ya programlamakta ya da programlanmaktadır. Dijital çağ bireylere etkileşimli medyanın önyargılarını fark etme fırsatı sağlamaktadır. Bu bilgiyle, gerçek yerlerde ve bizzat yaşayan insanlara özgü bir biçimde ne zaman yaşamak ve çalışmak istediğini bireyler seçebilmektedir. Dijital alan seçime eğilimlidir, çünkü her şey belirli bir evet ya da hayır sembolik diliyle ifade edilmelidir. Bu, sonuç olarak, dijital dünya içerisinde çalışan insanlara seçimler dayatmaktadır. (Rushkoff, 2010, s.55)

Rushkoff’a göre; *nette, her şey aynı soyutlanmış ve evrensel düzeyde meydana gelmektedir. Tamamıyla dijital bir alanda sağ kalmak, ölçeklendirebilmek anlamına ve kazanmak ise herkesin ötesindeki bir soyutlama düzeyine çıkmak anlamına gelmektedir. Online hayatta bireyler, yaptıklarından ve söylediklerinden dolayı sorumluluğu ne kadar az üstlenirse, doğalarının en kötü yanını yansıtacak şekilde davranmaya o kadar eğilimli olmaktadır. Dijital teknoloji kimliksizleştirmeye eğilimli olmaktadır. Bu bağlamda bireyler, kendisi gibi olmak zorundadır.* (Rushkoff, 2010, s.74-89)

Ağlar ağı olarak adlandırılan internette, kullanıcı içeriği denetleyebilir ve etkileşimli bir biçimde iletişim sürecine devam edebilmektedir. (Gülner ve Balcı, 2011, s.62) İnternet; her türlü veriyi birbirinden farklı formatlarda yayınlama ve paylaşabilme gücüne sahip olmaktadır. Var olan bütün iletişim araçları bilgisayarın erişebileceği sayısal verilere çevrildi. Sonuç olarak grafikler, görüntüler, sesler, şekiller ve metinler hesaplanabilir oldu, kısaca dijitalleşti. Dijitalleşmeyle birlikte medya yeni medya halini aldı. (Crowley ve Heyer, 2007, s.470) İnternetle birlikte, kullanıcı içeriği denetleme, seçme olanaklarına sahip olurken; aynı zamanda geleneksel tek yönlü iletişim yerine etkileşimli iletişim süreci gerçekleşmektedir.

YENİ MEDYANIN OLANAKLARI: SEMANTİK WEB

İnternet ortamında web sitelerinin aktif olarak yayılmasıyla birlikte, temel hedef kişisel eğlencedir. Kişisel eğlencede bilgiye ulaşma ve dosyaları indirme ön plana çıkmaktadır. Web 2.0’da ise bu durum yerini kişisel yayıncılığa bırakmaktadır. Kullanıcılar içeriğin bir parçası olarak güncelleme yapabilmekte ve yeni içerik üretebilmektedirler. Web 3.0 tamamiyle çevrimiçi çalışmakta ve dijital ortamdaki verilerin anlamsal olarak birbirleriyle ilişkili olma durumlarını temel almaktadır.

Tablo 2. Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0

	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
İletişim	Yayın	İnteraktif	Çevrimiçi
Enformasyon	Statik (sadece okuma)	Dinamik	Taşınabilir ve kişisel
Hedef	Kurum	Topluluk	Kişisel
Kullanım	Kişisel web sayfaları	Bloglar/ Wikiler	Dosya akışları
Üretim	Eğlence	Yayıncılık	Yaratıcılık
Etkileşim	Web Biçimleri	Web Uygulamaları	Akıllı Uygulamalar
Tarama	Dizinler	Anahtar kelimeler	Bağlam-Uygunluk
Reklam	Durağan	İnteraktif	Kişisel
Araştırma	Britannica Online	Wikipedia	Anlamsal Web
Teknoloji	Html/Ftp	Flash/Java/Xml	Rdf/Rdfs/Owl

(Kaynak: Textinart, 2012)

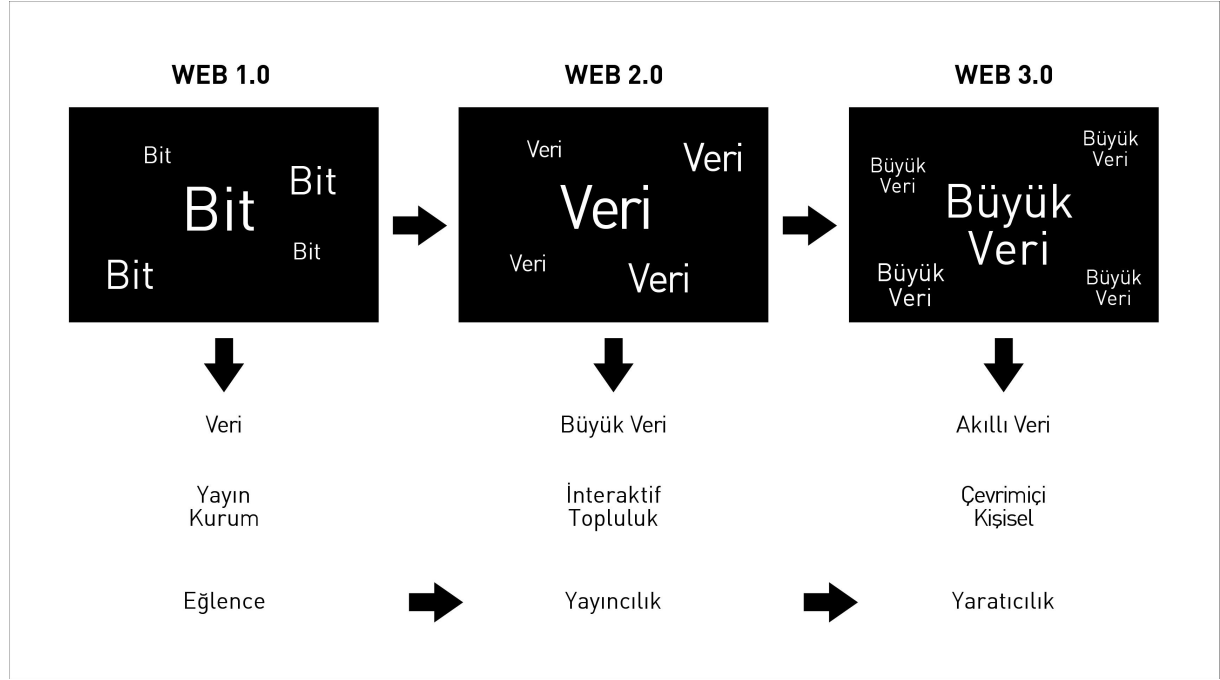
İnternetle birlikte; zaman ve mekanın yeniden yapılandırılması söz konusudur. Teknoloji, bilginin sistematik olarak işlenmesini amaçlamaktadır. Dijital teknolojiyle birlikte karmaşıklıktan çok, az bilgiyle çok işlem yapabilecek arayüzler üretilmektedir. Günümüz bilişim ortamında bilgiye ulaşmak

ve bilgiyi kontrol etmek önem kazanmaktadır. Kullanıcılar için bilgiye ulaşmak kolaydır, ancak bilgiyi güncellemek, paylaşmak ve güncellemek kullanıcılar için pek kolay olmamaktadır. Özellikle farklı yazılımlar, programlar, kodlamalar, html dilleri ya da protokoller kullanıcıları zorlamaktadır. Web 1.0'ın kişisel eğlence mantığı web 2.0'la birlikte kişisel yayıncılığa dönüşmüştür. Ancak bu yayıncılığı yapabilmek ya da yükleme(upload) mantığını sürdürebilmek için bazı program ve kodlamalara hakim olmak gerekiyor. Günümüzde bu tip kodlamalara gerek kalmadan web tasarımları ve güncellemelerini yapmak web 3.0 yaklaşımlarıyla hazırlanan uygulamalarla kolaylaşmaktadır. Bu noktada web 3.0'ın özellikleriyle birlikte bu karmaşıklık yerini görsel tabanlı sistemlere bırakmaktadır. “*Tut-sürükle-bırak*” mantığıyla çalışan bu sistemler kullanıcının içeriğe müdahalesini olanaklı kılmaktadır.

Web 3.0; toplayıp birleştirme devri olarak ifade edilmektedir. Anlamsal web teknolojisi ile toplanan veriler hem kullanıcılar tarafından kullanılmakta hem de bilgisayarların anlamlandırabileceği bir yapıya ulaşmaktadır. Geleneksel web mantığında merkezi yapı, dağıtım ve kapalı sistemin yerine artık anlamsal web'le birlikte dağıtılmış yapı, her yere dağıtım ve açık sistem olarak işlevini görmektedir. Google arama motorunun basit filtreleme sistemi anlamsal web teknolojisiyle birlikte karşılaştırılabilir filtrelemeye dönüşmektedir. Creamer'ın belirttiği gibi Web 2.0'daki “*içerik kraldır*” söylemi Web 3.0'da “*başkalarının içeriği kraldır*” olarak değişmektedir. (Creamer, 2008) Bu söylemden de anlaşılacağı gibi verinin toplanarak birleştirilmesi devri gerçekleşmektedir. Veri insanların anlayabileceği bir biçimde internet üzerinde aktarılmaktadır.

Konvansiyonel medyanın yeni medya olarak dönüşümünü açıklamak için dijitalleşme kavramının tam olarak anlaşılması gerekmektedir. İnternetle birlikte; zaman ve mekânın yeniden yapılandırılması söz konusudur. Teknoloji, bilginin sistematik olarak işlenmesini amaçlamaktadır. Dijital teknolojiyle birlikte karmaşıklıktan çok, az bilgiyle çok işlem yapabilecek arayüzler üretilmektedir. Web ve uygulama artık birbirinden ayrılmaktadır. Kullanımı basit, android ve ios tabanlı akıllı cihazlar, bireysel kullanıcı, internet tabanlı, sürekli çevrimiçi ve interaktif olan uygulamalarla gerçekleşmektedir. (Yengin, 2012, s.104) Günümüz internet ortamında yaklaşık 700 milyon web portalı ve bir milyon uygulama(ios) bulunmaktadır. 2014 başında 60 milyar uygulama indirilmiştir. Buradan da anlaşılacağı gibi veri, günümüz bilgi teknolojilerinin kaynağıdır. Dolayısıyla veri olmadan içerik üretmemiz imkansızdır. Gelişen teknolojiyle birlikte veri daha da değer kazanmıştır. Bu değer beraberinde verinin de kendi içinde sınıflandırılmasını ve birbiriyle ilişkilendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda verinin kendi içinde bağlantılı olması “*bağlantılı veri*”yi ortaya çıkarmaktadır.

Bağlantılı veri (linked data); bütün paylaşılan verilerin kendi içinde ilişkili olma durumudur. Bu ilişkiyle birlikte karşılaştırılabilir filtreleme gerçekleştirilebilmektedir. (The World Wide Web Consortium, 2013) Web 3.0'la ya da diğer adıyla anlamsal web teknolojisiyle birlikte bireyin ilgi duyduğu herhangi bir veriye farklı yöntemlerle ulaşabilmesi mümkün olacaktır. Buradaki en önemli farklılık *bağlantılı veri*'dir. Gelişen teknolojiyle birlikte veri daha da değer kazanmıştır. Bu değer beraberinde verinin de kendi içinde sınıflandırılmasını ve birbiriyle ilişkilendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda verinin kendi içinde bağlantılı olmasını “*Bağlantılı Veri*” (linked data) olarak tanımlıyoruz. Bağlantılı veri (linked data); bütün paylaşılan verilerin kendi içinde ilişkili olma durumudur. Bu ilişkiyle birlikte karşılaştırılabilir filtreleme gerçekleştirilebilmektedir. (The World Wide Web Consortium, 2013)



Şekil 3: Bit, Veri, Büyük Veri ve Akıllı Veri Süreci

Web 3.0; toplayıp birleştirme devri olarak ifade edilmektedir. Anlamsal web teknolojisi ile toplanan veriler hem kullanıcılar tarafından kullanılmakta hem de bilgisayarların anlamlandırabileceği bir yapıya ulaşmaktadır. Geleneksel web mantığında merkezi yapı, dağıtım ve kapalı sistemin yerine artık anlamsal web'le birlikte dağıtılmış yapı, her yere dağıtım ve açık sistem olarak işlevini görmektedir. Google arama motorunun basit filtreleme sistemi anlamsal web teknolojisiyle birlikte karşılaştırılabilir filtrelemeye dönüşmektedir. Veri insanların anlayabileceği bir biçimde internet üzerinde aktarılmaktadır. Ancak, anlamsal web'le birlikte veri-insan, veri-makine ve veri-ağ ilişkisi gerçekleşecektir. Web 3.0'la ya da diğer adıyla anlamsal web teknolojisiyle birlikte bireyin ilgi duyduğu herhangi bir veriye farklı yöntemlerle ulaşabilmesi mümkün olacaktır.

Bitlerle(web 1.0) başlayan internetteki veri akışı büyük veriye(web 2.0) ve sonrasında büyük verinin de kendi içinde bağlantılı olmasıyla akıllı veriye dönüşümü gerçekleşmektedir. Anlamsal web(web 3.0)'in her anlamda çevrimiçi olması verilerin daha da etkileşimli olabilmesini sağlamaktadır. Bu doğrultuda akıllı veriyle birlikte kişisel filtreleme rahatlıkla gerçekleşebilmektedir. Eğlenceyle başlayan internet süreci artık günümüzde yaratıcılıkla yer değiştirmiştir. Anlamsal web geleceğin yaratıcı ve düşünebilen akıllı verilerine olanak sağlayacaktır.

SONUÇ

İnsanlık teknolojinin uzantısı olmuştur. Teknolojik mantık, temel egemenlik mantığının kendisidir. Dijital yaşam tek bir tuşla gerçekleşmektedir. Gerçeğin simülasyonu üretilerek yaşam farkında olunmadan sıradanlaştırılmaktadır. Marcuse Herbert'in belirttiği gibi teknoloji, en olgun ve etkili biçimdeki şeyleşmenin büyük taşıyıcısı olmuştur. Teknolojinin önemli bir temsilcisi olarak yeni medyanın amacı tek tip bireyler üretmektir. Foucault'a göre bireyler bilginin nesnesi olmuştur. Bu bağlamda artık bireyler de teknolojinin nesnesi olmaktadır. Her yeni teknoloji insan beynini yeniden biçimlendirir. Sosyalleşmiş bilgi olarak ifade edilen teknoloji olgusu günümüzün vazgeçilmez düzen sağlayıcısı olmuştur. McLuhan ve İnnis'in teknolojik determinizm olgusu sıradanlaşmış ve içselleştirilmiştir. Bireyler teknolojiyi sorgulamadan kullanmaktadır. Dolayısıyla semantik web'le birlikte işler dijital yaşam daha da belirginleşecek ve akıllı veriler tarafından bireyler yönlendirilecektir. Bu noktada Fiske'nin görüşlerinden yararlanabiliriz. *İktidar yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda toplumsaldır ve teknoloji kurumsal ve iktisadi denetim aracılığıyla yönetilir.*

(Fiske, 2013, s.15) Teknolojide denetim zorunludur. Fiske'ye göre de toplumsal anlam bulan teknoloji belli bir otorite tarafından yönlendirilir. Dolayısıyla teknolojinin tarafsızlığı tartışılmalıdır.

McLuhan'ın belirttiği gibi “*araç mesajdır*” önermesi teknolojiyi içselleştirmektedir. Kelly'nin belirttiği teknoloji olgusu bireyler tarafından kabul görmektedir. Çünkü bireyler; dijital olanı, teknolojiyi benimsemiş, kabullenmiş ve bu pratikleri vücudunun vazgeçilmez bir parçası olarak görmektedir. Yeni medya olanaklarıyla bireyleri biçimlendirmektedir. İletişim sürecinde iletiler ya da veriler Apple'in “*siri*”si gibi aynı sorulara birbirinden farklı yanıtlar verebilmektedir. Çünkü veriler bağlantılı oldukça alternatifler de bir o kadar değişken olabilmektedir. Dolayısıyla anlamsal web, akıllı verilerle desteklenmektedir. Bu destek de beraberinde kişisel yaratıcılık olgusunun ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Bağlantılı verilerin kaynaktan(birey) aldığı her türlü enformasyon akıllı verilere dönüşmektedir. Kısaca kişisellenen bir dönem çok yakında. Dikkat edilmesi gereken ise teknolojiye nereye kadar güveneceğimizdir. Innis'in belirttiği iletişim araçlarıyla imparatorluk ilişkisi günümüzde de gözlenmektedir. Teknolojinin devletler(küresel iktidar) tarafından üretilmesi ve kontrol edilmesi belkide bu durumun en çarpıcı göstergesidir. Bilgiyi toplama ve kontrol etme durumu ülke yönetimlerinin değişmeyen ihtiyacıdır. Bu noktada bilgiye ulaşmada sürekli olarak görünür olmak yeterlidir.

Sonuç olarak; bireyler için her şey metinlerden ibarettir. Bu metinler iletişim süreciyle hedefe aktarılmakta ve bu aktarmalarda da kanal ya da ortam önemlidir. Bu çalışmada da iletişim sürecince ortamın teknolojiyle birlikte geçirdiği evrim ve bu evrimin olanakları tartışılmaya çalışılmıştır. İnternetin gelişimi, teknolojik determinizm yaklaşımı bağlamında değerlendirildiğinde bitlerle başlayan dijital süreç, akıllı veriyle anlamsal web'e giriş gerçekleşmektedir. Düşünebilen ve kişisellenen verilerle birlikte yakın bir gelecekte her şeyi düşünmemize bile gerek kalmayacaktır.

KAYNAKLAR

- Artut, Selçuk. **Teknoloji-İnsan Birlikteliği**. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014.
- Basalla, George. **Teknolojinin Evrimi**. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2013.
- Creamer, M. **It's Web 3.0 and someone else's content is king**. Advertising Age, 2008. (<http://adage.com/article/digital/web-3-0-s-content-king/126364/>)
- Çakır, Mukadder. **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2014.
- Dijk, Jan V. **The Network Society: Social Aspects of New Media**. London: Sage Publications, 1999.
- Fiske, John. **İletişim Çalışmalarına Giriş** (Süleyman İrvan). Ankara: Pharmakon Yayınevi, 2013.
- Fuchs, Christian. **Social Media: A Critical Introduction**. Great Britain: Sage, 2014.
- Güngör, N. **İletişim, Kuram ve Yaklaşımlar**. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011.
- Hendler, J. **Linked Data, Web 3.0 and the Semantic Web**. Fourth International Conference on Semantics, Knowledge and Grid, 2008. (<http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=4725887>)
- Kelly, K. **What Technology Wants**. New York: Penguin Books, 2010.
- Laughey, Dan. **Key Themes in Media Theory**. New York: Open University Press, 2007.
- Lister, M. ve Diğerleri, **New Media: A Critical Introduction**. New York: Routledge, 2010.
- Morozov, Evgeny. **The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom**. New York: Public Affairs, 2011.
- Mosco, Vincent. **To The Cloud: Big Data in a Turbulent World**. London: Paradigm Publishers, 2014.
- Özkaya, Tayfun(Editor). **Başka Bir Teknoloji Mümkün**. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi, 2015.
- Schönberger, V. ve Cukier, K. **Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think**. New York: Houghton Mifflin Harcourt Yayınları, 2013.
- Stevenson, Nick. **Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi**. (Çev: Göze Orhon-Barış Engin Aksoy). Ankara: Ütopya Yayınları, 2008.
- Tim Berners-Lee, T., Hendler J. ve Lassila, O. **The Semantic Web**. Scientific American, 2001. (<http://www.cs.umd.edu/~golbeck/LBSC690/SemanticWeb.html>)
- The World Wide Web Consortium (W3C), **Linked Data**, 2013. (<http://www.w3.org/standards/semanticweb/data>)

Uğurlu, Özge ve Karakulakoğlu, Selva. **İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter**. İstanbul: Heretik Yayıncılık, 2015.
Yaylagül, Levent. **Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**. Ankara: Dipnot Yayınları, 2010.
Yengin, Deniz. **Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum**. İstanbul: Derin Yayınları, 2014.