



DR. TUBA KARAHİSAR

Hayran olmak için tıklayın... Üye olmak için tıklayın... Kazanmak için tıklayın... Yükleme için tıklayın... İndirmek için tıklayın... İzlemek için tıklayın... Haberin devamı için tıklayın...

İşletmeler, üniversiteler, marketler, bankalar, gazeteler, televizyonlar inanılmaz bir süratle sanal dünyada yerlerini aldılar. Bu sayede de (!) ihtiyaçlarımızın tümüne yakınına internetten sağlamaya başladık. Daha açık bir ifadeyle tıklamadan hiçbir işimizi yapamaz hale geldik. Bunu görmek için oturduğumuz semtte ufak bir alışveriş yapmak yeterli. Artık bakkala da gitsek, pastaneye de gitsek, esnafın bilgisayarlarıyla bir sosyal paylaşım sitesini takip ederken diğer taraftan para üstü uzattığına ya da bir önceki akşam kaçırmış olduğu diziyi internetten takip ettiğine şahit olmuşuzdur.

İnternet erişim mekânları tıka basa dolu. Anlık iletişim araçları (MSN), video paylaşım siteleri, iş ağıları, sosyal paylaşım siteleri özellikle bugün 10-20 yaşlarında olan Z kuşağının olmazsa olmazları.

"Tıkla gelsin", yeni neslin neredeyse hayat felsefesi olmuş durumda. Yani zahmet edip çaba harcamıyorlar. Dolayısıyla hazır olandan en hızlı şekilde faydalanmaya bakıyorlar. Ödevler okunmadan ilk bulunan siteden çıktısı alınarak sunuluyor. Hızlı olsun da yüzeysel olsa da olur düşüncesindedirler. Kitapları okuma gereği duymuyorlar çünkü özetleri var. Kitap okumak Z kuşağı için vakit kaybı olarak görülüyor. 10 satırdan fazla yazı okumaya, 5 dakikadan uzun video izlemeye tahammülleri neredeyse yok. Yazışmalarda kullandıkları semboller dahi kısaltmalarla dolu. Bu bağlamda kendilerini ifade etme ve cümle kurma yetileri oldukça zayıf.

Televizyonu baş tacı yapıp evin en güzel yerine koyduğumuz günler geride kaldı. Tek kanallı ve karşılıklı iletişimin olanaksız olduğu günlerden televizyon programlarında seyirciler tarafından e-postalarla katılımın yapılabildiği günlere geldik. Alışkanlıklarımız da hızla değişmeye devam

ediyor. Annemizin yemeklerini aratmadığını iddia eden paketlenmiş yiyecekler, özel günlerde gönderilen soğuk SMS'ler, hızlıca tüketilen diziler, 3 günlük şarkılar, yarışmalar kısacası tüketim toplumunun bizlere dayattığı pek çok şey istemese de hayatımıza girmiş durumda.

İnternetin insanları yalnızlaştırdığı, kendisine bağımlı kıldığı da bilinen gerçekler arasında. Pek çok kişi bilgisayarın başına oturduğunda saatlerini harcamakta ve bunu zaman kaybı olarak görmemekte. Ancak burada (aranıyorsa eğer) suçlu, tıklanan linklerden ziyade tıklayanlarda. İnternet günah keçisi olmamalı. Zira internetin mesafeleri sıfırladığını, işlerimizi kolaylaştırdığını, bilgi paylaşımına olanak tanıdığını, uzaktan eğitimle bilgiyi evimize kadar ulaştırdığını, kişisel gelişimimize katkı sağladığını asla ve asla göz ardı edemeyiz. O halde neyin, hangi amaçla tıkladığı burada önem kazanıyor. Sanal çiftlikler mi kuruluyor? Sanal çiçekler mi gönderiliyor? Bir topluluğa dahil olarak hissetmek için sosyal paylaşım sitelerine üye mi olunuyor? Saatlerce sohbet mi ediliyor? Öğrenmek istenilen konular ayrıntılı araştırmaların yerine internet sözlüklerinden ya da internet ansiklopedilerinden mi araştırılıyor?

Dijital devrim, 3G'ler, kameralar, web 3, hacker, medya sanatları, e-devlet, e-banka, e-alışveriş, e-kitap derken pek çok sözcük sosyal yaşantımızı da etkiler hale geldi. Aydınların, Paris'in "cafe"lerinde edebiyat, siyaset, felsefe konuştuğu günlerden; insanların bloglarda, forumlarda, sohbet odalarında özgürce yazıştığı, kitleleri bir eylem için örgütleyebildiği günlere geldik. İnternet bir kamusal alan olarak gittikçe güçlendi. İnternet gazeteleri, haber siteleri okurla yazar arasında çift yönlü iletişimin önünü açtı. Habere istenildiği zaman erişim sağlandı. Diğer taraftan ise reklamlar, tıklama esasına dayandığı için haber başlıkları olması gerektiği gibi değil sansasyonel şekilde sunulmaya başlandı.

Son kertede diyebiliriz ki elimizde mükemmel bir araç var: İnternet. Ancak bu mükemmel aracın kullanımına ilişkin sıkıntılar yaşıyoruz kanaatindeyim. Evet, tıklalayalım gelsin ama... Doğru gelsin, güvenli gelsin, gelip de bizi kendine tutsak etmesin... Peki, o halde nasıl yararlı kullanırız? Kaçınılmaz değişimi, gelişim yönüne nasıl çeviririz? Bunun cevabı ise ilköğretimden itibaren iyi bir medya okuryazarı olmakta saklı.

Dr. Tuba KARAHİSAR
İstanbul Gelişim Üniversitesi
tkhisar@gmail.com