

MAĞARA DUVARLARINDAN SANAL DUVARLARA; İLETİŞİMİN DÖNÜŞÜMÜ

Serdar Tamgaç*

Özet

Antik çağlardan günümüze kadar insanlık, yaşama tarzını ve hislerini kimi zaman resimlere kimi zamanda yazıya dökmüştür. Sanatın ayrılmaz bir parçası olan resim, toplumların çeşitli özelliklerine, kültürlerine, geleneklerine ve yaşama biçimlerine ayna tutarak günümüze yansıtılmaktadır. İnsanlar, binlerce yıl boyunca birbirine ve diğer toplumlara mesaj iletmek için resimler ve göstergeler gibi birçok yöntem ihtiyacı duymuştur. İlk yazı Sümerler tarafından M.Ö 3500'li yıllarda kil tabletlere yazılmıştır. Çağdaş atasözleri olarak da değerlendirilen duvar yazıları, 1970'li yıllardan itibaren sokakların anlatım biçimi olmuştur. Duvar yazıları genellikle kısa metinlerden oluşmaktadır. Duvar yazısı yazarı, yazdığı yazılarla hem kendisiyle hem de duyurdukları şahıslarla iletişim kurarlar. Grafiti bir duvar yazısı şeklindedir. Grafiti çoğunlukla kamusal alanlardaki yüzeylere çizilmiş, karalanmış veya sprey boyalarla püskürtülmüş yazı, şekil ve çizimlerdir. Bireyler, internet alt yapısını kullanan sosyal ağlar ile dünyanın farklı bölgelerindeki insanlarla etkileşim halindedir. Sosyal ağlar yaygınlaşınca duvar yazıları, dijital ortamlara geçiş yapmıştır. Sabit duvarlar, dijital duvarlara dönüşerek duvar yazıcısının anlatmak istediğini ulus ötesi bir boyuta taşımıştır. Üreten tüketici modeliyle dijital duvar yazıcıları, bir yandan sosyal medyayı beslerken bir yandan da sosyal medyadan beslenirler. Sosyal medyayla birlikte görünür olmaya çalışan bireyler aynı zamanda gündem belirlemede etkin hale gelmişlerdir. Günümüzde birçok insan derdini, sevincini, kederini, fikrini, ifade etmek istediklerini veya duygularını topluma aktarabilmek için sosyal mecralara başvurmaktadır. Duvar yazıları, sosyal medya paylaşımlarına dönüşürken aynı düşünce ve duygularla dönüşmemektedir. Mağara duvarlarından, sanal duvarlara iletişimin dönüşümü bu çalışmanın araştırma konusunu oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mağara Resimleri, Duvar Yazıları, Grafiti, Sosyal Medya, Gündem Belirleme

* Sorumlu Yazar: Yüksek Lisans Öğrencisi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.tamgac@gmail.com. ORCID ID: 0000-0002-7586-1767

Geliş Tarihi: 23.02.2022 Kabul Tarihi: 02.03.2022 Yayın Tarihi: 29.04.2022

Atıf Bilgisi / Reference Information

Tamgaç, S. (2022). Mağara Duvarlarından Sanal Duvarlara; İletişimin Dönüşümü, Türkiye Medya Akademisi Dergisi, Cilt:2 Sayı:3, s. 83 - 105

FROM CAVE WALLS TO VIRTUAL WALLS; TRANSFORMATION OF COMMUNICATION

Serdar Tamgaç *

Abstract

From ancient times to the present, humanity has sometimes put its way of life and feelings into pictures and sometimes in writing. Painting, which is an integral part of art, reflects the various characteristics, cultures, traditions, and lifestyles of societies to the present day. Human beings have needed many methods, such as pictures and signs, to convey messages to each other and to other societies for thousands of years. The first writing was written on clay tablets by the Sumerians around 3500 BC. Graffiti, which is also considered as contemporary proverbs, has been the way of expression of the streets since the 1970s. Graffiti usually consists of short texts. The graffiti writer communicates both with himself and with the people through his writings. Graffiti is a form of writing on the walls. Graffiti is a combination of texts, figures, and drawings that are drawn, scribbled, or spray-painted often on surfaces in public spaces. Individuals interact with people in different parts of the world through social networks using the internet infrastructure. When social networks became widespread, graffiti made the transition to digital media. Usual walls have transformed into digital walls and carried what the wall printer wanted to convey to a transnational dimension. Digital wall printers are fed by social media and keep feeding it as well. Individuals who try to be visible with social media have also become active in setting the agenda. Today, many people use social media to convey their problems, joys, sorrows, ideas, feelings, and everything they want to express to the society. While graffiti turns into posts on social media, they cannot transform thoughts and feelings in the same way. The transformation of communication from cave walls to virtual walls is the research subject of this study.

Keywords: Cave Paintings, Writings On The Walls, Graffiti, Social Media, Agenda Setting

*Corresponding Author: Graduate Student, Sivas Cumhuriyet University Institute of Social Sciences, s.tamgac@gmail.com ORCID ID: 0000-0002-7586-1767

GİRİŞ

Çağlar boyunca insanlar sevinci, özlemi, aşkı, ihaneti, endişeyi, eleştiriyi, serzenişini ve birçok farklı duyguyu duvarlara çizerek anlatmaya çalışmışlardır. Duvar yazıları, geçmişten günümüze dünyanın pek çok yerinde birçok farklı duygu ve düşünceyi insanlara aktarmak için kullanılmıştır. Duvar yazıları web 3.0 teknolojisiyle birlikte sosyal ağlara geçiş yapmıştır.

İletişim araçlarının gelişmesiyle, medyanın toplumlar üzerindeki etkilerini inceleyen birçok model geliştirilmiştir. Bu modellerin başında da “Gündem Belirleme” kuramı gelmektedir. Bu kurama göre, medyanın istediği konular medyayı tüketenlerin gündemini belirleyip onları meşgul edecekken, medyanın gizlediği veya istemediği konular medyayı tüketenlerin gündemine gelemeyecektir.

Tarih öncesi çağlar döneminde yaşayan topluluklarda basit ve anlaşılabilir bir iletişim tekniğinin kullanıldığı bilinmektedir. Tarihi 40 bin yıl öncesine kadar uzanan duvar resimleri, içerisinde bulunduğu toplumun günlük yaşamı ve inanışları hakkında bize bilgiler sunmaktadır. İnsanlığın yaşamına yön veren olayları, kendi duygu ve düşüncelerini katarak etrafındakilere anlatma arzusunda olduğu düşünülmektedir.

Yazı insandan insana aktarılan, nesilden nesile, kültürden kültüre geçen iletişim kurma becerisidir. İnsanlar, karşılıklı antlaşmaları ve birçok olayları yazıyla kayıt altına almış ve bilim, sanat, teknoloji gibi birçok alanda yazılan yazılar sayesinde bilgiler edinmiş ve böylece medeniyet yazının icadıyla gelişme sağlamıştır.

Duvar yazıları, yazıldığı yerdeki toplumun; duyguları, değerleri, inanç dünyası, ekonomik, siyasal, kültürel veya demografik yapısı hakkında pek çok bilgiler barındırmaktadır. Duvar yazıları iletişim kanalıdır. Duvar yazarı, mekanları kendi yayın organı gibi görür ve istediği şekilde kullanmaktadır.

Sabit duvarlar, dijital duvarlara dönüşerek, duvar yazıcısının anlatmak istediğini ulus ötesi bir boyuta taşımıştır. Sosyal medyayla birlikte insanlar var olma çabasına girmişlerdir. Duvar yazılarıyla, grafitilerle ve sosyal medyayla görünür olmaya çalışan bireyler aynı zamanda gündem belirlemede etkin hale gelmişlerdir.

Mağara duvarlarından, sanal duvarlara iletişimin dönüşümü bu çalışmanın araştırma konusunu oluşturmaktadır. İnsanlara çağlar boyu birçok farklı duygu ve

düşünceyi öteki topluluklara aktarabilmek için çeşitli iletişim yöntemleri geliştirmiştir. Taş duvarlarla başlayan iletişim serüveni zaman içerisinde değişime uğrayarak, sanal duvarlarla devam etmektedir. Görünür olma çabasına giren bireylerin, iletişim kurma becerisini hangi dönemde hangi araçlarla yaptığını, nasıl dönüşüme ve değişime uğradığını ana hatlarıyla incelemek çalışmanın amacını ortaya koymaktadır.

İnsanlar, Antik çağlarda mağara duvarlarında, günümüzde ise sanal duvarlarda diğer bireylerin gündemini kurmaya devam etmektedir. Kuramsal temeli, değişen iletişim yöntemleriyle insanların neyi, nasıl ve ne kadar düşüneceğini belirlemede etkili olduğu varsayılarak Gündem Belirleme yaklaşımı çerçevesinde oluşturulmuştur. Bu çalışma, nitel araştırma yönteminden faydalanılarak, duvar yazılarının gelişim süreciyle sınırlandırılmıştır.

Bu çalışmada, iletişimin dönüşümüne kronolojik bir sıralamada yer vermeye çalışılmıştır. Çalışmada sırasıyla; antik çağlarda mağara duvar resimleri incelenecek, yazının icadı ve gelişim süreci açıklanmaya çalışılacaktır. Devamında Gündem Belirleme Kuramı ve bu kuramın savunduğu düşüncelere yer vermeye çalışılacaktır. Son olarak Yeni İletişim Teknolojileri ve Sanal Duvarlar başlığı altında çeşitli kavramlar açıklanmaya çalışılacak ve taş duvarlarla sanal duvarların incelemesi yapılacaktır.

Antik Çağlarda Duvar Resimleri

Tarih öncesi çağlar döneminde yaşayan topluluklarda basit ve anlaşılabilir bir iletişim tekniğinin kullanıldığı bilinmektedir. Bu dönemde iletişimin esas amacı, yaşayış biçimleri olan avcı-toplayıcılık faaliyetlerini örgütlemek olmalıdır. Tarihi 40 bin yıl öncesine kadar uzanan duvar resimleri, içerisinde bulunduğu toplumun günlük yaşamı ve inanışları hakkında bize bilgiler sunmaktadır. Bu bilgiler ışığında duvar resimleri, dönemine ait toplumların sanat anlayışını da gözler önüne sermektedir. Sanatın ayrılmaz bir parçası olan resim, toplumların çeşitli özelliklerine, kültürlerine, geleneklerine ve yaşama biçimlerine ayna tutarak günümüze yansıtmaktadır. Antik çağlardan itibaren mağara duvarlarına, döneme ait hayvanlar, av sahneleri, savaşlar, dini törenler vb. gibi sahneler resmedilmiştir. İnsanlığın yaşamına yön veren olayları, kendi duygu ve düşüncelerini katarak etrafındakilere anlatma arzusunda olduğu düşünülmektedir.

Resimlerin çizildiği duvar yüzeyleri kimi zaman insanoğlunun ilk konutları olan mağaraları, kaya yüzeyi, tabletler ya da tasarlanan bir yapının duvarları olmuştur.

Mağaralar ulaşılması güç, çeşitli doğa olayları ve iklim şartlarına karşı dayanıklı yaşam alanlarıdır. Bu yüzden sıklıkla mağara duvarları ve tavanları tercih edilmiştir (Başgelen, 1979, s. 1-2).

İspanya’da keşfedilen Resim 1’de gösterilen El Castillo Mağarasında boyalı insan eli izleri bulunmuştur. Yapılan karbon testleri sonucunda buluntuların M.Ö 33 ile 37 Bin yıl öncesine ait olduğu tespit edilmiştir. 1994 yılında Fransa’da keşfedilen Chauvet mağarasında yaklaşık M.Ö. 32 bin yıl öncesine ait duvar resimlerinde (Bkz. Resim 2) 442 adet hayvan figürü betimlenmiştir (Combier & Jouve, 2012). 1879 yılında İspanya’da keşfedilen Altamira Mağarası M.Ö. 19 bin ile 17 bin yıllık geçmişe sahiptir. Resim 3’te gösterilen Altamira mağara resimlerinde bizon, boğa vb. hayvan türlerini içinde barındıran figürler yer almaktadır (Walter, 2014). 1940 yılında Fransa’da keşfedilen Lascaux Mağarasında yaklaşık M.Ö. 17 bin yıl öncesine ait boğa ve başka hayvan türlerinden oluşan yaklaşık 600 figür (Bkz. Resim 4) tasvir edilmiştir (Walter, 2014).



Resim-1: El Castillo Mağarası- M.Ö 39.000



Resim-2: Fransa, Chauvet Mağarası – M.Ö 32.000’ler



Resim-3: İspanya, Altamira Mağarası, M.Ö. 19.000



Resim-4: Fransa, Lascaux Mağarası. M.Ö. 17.000'ler

Avrupa kıtasında bulunan mağaraların hemen hemen hepsinde birbirine benzeyen resimler tasvir edilmiştir. Topluluklar diğer topluluklarla iletişim halinde ve iletişimi duvar resimleri sağlamaktadır. Ayrıca duvar resimlerinin yaşam alanlarını süslemek olduğu da bilinmektedir. Avcı-toplayıcı gruplar sürekli hareket eden küçük topluluklardır. Gruplar arasında evlilik yoluyla da bir iletişim ve kültür aktarımı mevcuttur.

Türkiye, Konya sınırları içerisinde yer alan Çatalhöyük Neolitik Kenti Arkeolog James Mellaart tarafından 1950'lerin sonunda keşfedilmiştir. Yerleşim bölgesinin geçmişi Yaklaşık 9 Bin yıl öncesine dayanmaktadır. Duvar resimlerinde boğa, geyik, leopar vb. hayvanlar, geometrik şekiller ve insan figürleri (Bkz. Resim 5) tasvir edilmiştir (Hodder, 2006, s. 7-9).



Resim-5: Türkiye, Konya Çatalhöyük M.Ö. 9.000'ler

Duvar resimlerinin tarih öncesi çağlar döneminde yaşamış insanların, yaşama biçimlerini veya toplumsal koşullarını gelecek nesillere yansıtma isteğinden doğduğu düşünülmektedir (Belli, 1979, s. 20).

Resim yalnızca görüleni aktarmak değil, aynı zamanda söz ya da düşüncenin ifadesidir (Johnston, 1984, s. 6). Günümüzde bilim insanları, bu gerçeğe yakın resimlerden hareketle, dönemde yaşayan hayvanların ve bitkilerin anatomik yapıları, tür ve özelliklerini de belirleyebilmektedir. İnsanlık çevresindeki olup bitenleri betimlerken, aynı zamanda da ilk bilimsel kayıtları tutarak günümüze aktarmıştır. Duvar resimlerinde işlenen konular arasında av sahneleri, dans ve eğlenceler yer almaktadır (Yiğit, 2015, s. 81). Orta çağa gelindiğinde reformlar ve ilerleme reddedilmiştir. İlk çağlardaki betimlemeler, hayvan ve insan sembolleri yerini dini semboller ve motiflere bırakmıştır.

Türkiye’de bilinen en eski tarihli duvar resimleri, tarih öncesi çağlardan biri olan cıvalı taş devri veya bilimsel adıyla Neolitik dönemde, günümüzden yaklaşık 9 bin yıl önce yerleşik toplumsal hayata geçilen Konya-Çatalhöyük’ te bulunmaktadır (Per, 2012, s. 105).

Yazının İcadı ve Gelişim Süreci

İnsanlar, binlerce yıl boyunca birbirine ve diğer toplumlara mesaj iletmek için resimler ve göstergeler gibi birçok yöntem ihtiyacı duymuştur. Yazının henüz icat edilmediği dönem, tarih öncesi dönem olarak isimlendirilmektedir. Tarihin başlangıç noktasını belirtmek gerekirse, insanların yazıyı icat edip kullanmaya başladığı dönem diyebiliriz (Becer, 2015, s. 86). Yazı insandan insana aktarılan, nesilden nesile, kültürden kültüre geçen iletişim kurma becerisidir. Yazının icadından önce iletişim, sesli ve görsel

olarak belirli kalıplar içerisinde ve sınırlı olarak kuruluyordu. Fransız göstergebilimci Roland Barthes, dili ve anlatıyı nesne, yazıyı ise işlev olarak değerlendirmektedir (Barthes, 1987, s. 19).

Yazının çıkış nedeni olarak Georges Jean (2012, s. 12) hesaplar sözlü olarak tutulmaz bu çok basit nedenden dolayı yazı doğmuştur der. Yazı oluşturulduğu andan itibaren fiziksel bir etkiye maruz kalmadığı sürece varlığını korur. Yazı kalıcı, güvenilir ve yasal bir kayıt sistemidir. İnsanlar, karşılıklı anlaşmaları ve birçok olayları yazıyla kayıt altına almış ve bilim, sanat, teknoloji gibi birçok alanda yazılan yazılar sayesinde bilgiler edinmiş ve böylece medeniyet yazının icadıyla gelişme sağlamıştır. Yazının icadıyla birlikte kitleler birbirleriyle daha rahat ve anlaşılabilir bir iletişim kurmuştur.

İlk yazı Sümerler tarafından M.Ö 3500'lü yıllarda kil tabletlere yazılmıştır (Acar, 2013, s. 107). Sümer uygarlığının varlığını sürdürdüğü bölge olan Mezopotamya bölgesinde yapılan arkeolojik kazı çalışmalarında üzeri çivi ile yazılmış kilden yapılmış tabletler bulunmuştur. Yazılar şekil olarak çiviye benzediği için çivi yazısı olarak adlandırılmıştır (Sivas, 2016, s. 38). Karakterin çizilme şekli ile kelimenin telaffuzu arasında hiçbir bağlantı bulunmamaktadır (Cleminson, ve diğerleri, 2006, s. 7). Çivi yazısı soldan sağa doğru yazılır, nesne ya da olayları anlatmak için kullanılmıştır.

Mısır uygarlığının Mezopotamya medeniyetinden öğrendiği düşünülen yazı biçimleri arasında farklar vardır. Mısırlıların, Sümerlerin yazı biçimini birebir kopyalamadıkları ve kendi sistemlerini geliştirdiklerini göstermektedir (Sivas, 2016, s. 57). Mısırın yazı sistemi dünyanın dört bir yanından birçok medeniyetin yazı sistemini etkilemiştir (Ediz, 1962, s. 38).

Alfabe, alfa ile beta kelimelerinin bir araya getirilmesiyle türetilmiştir (Jean, 2012, s. 188). Harflerden oluşturulan yazıların atası Fenikelilerdir. Tacir olan Fenikeliler nesne ve varlıkları semboller yerine yazı biçimlerine dönüştürerek alfabenin gelişmesine katkı sağlamışlardır. Yunanistan bu harflerden esinlenerek kendi alfabetini oluşturmuş ve alfabede yer alan harfler diğer ülkelere yayılmıştır (Ediz, 1962, s. 34).

Latin alfabesi ilk olarak Antik Roma tarafından kullanılmıştır. Biçimsel olarak Yunan alfabetini anımsatmaktadır. Dünyanın en yaygın dili olarak kabul edilen

İngilizcede Latin alfabesini kullanmaktadır. Türkiye’de de Latin alfabesi 1928 yılında kabul edilerek benimsenmiştir.

Yazını gelişim sürecinde, papirüs ağacının yapraklarına, derilere ve taşlara çiviler vasıtasıyla yazılar kazılmıştır. Hintliler’ in mürekkebi icat etmesiyle yazmak artık daha da kolay hele gelmiştir. Yazı yolculuğuna taş üzerinde başlamış çeşitli aşamalardan geçerek uluslararası boyut kazanmış kültürden kültüre aktarılmıştır. Kaligrafi sanatı ile dekoratif bir biçim almıştır. Günümüzde bilgisayar ve telefon sayesinde farklı bir serüvene sürüklenmiştir.

Duvar Yazıları

Erken dönem medeniyetlerinde duvarlara daha çok hayvan motifleri çizilmiştir. Duvar çizimlerinin tarihi Mısır, Yunan ve Roma medeniyetlerine kadar uzanmaktadır. Bu medeniyetlerde duvar çizimleri resimden çok yazıya dönüşmüştür. Bu dönemde insanlık duvar yazılarını var oluşlarını kanıtlamak amacıyla kullanmıştır. Pompei duvar yazılarında dönemin siyasi gelişmeleri, sözler ve şiirler yer almaktadır.

Duvar yazıları genellikle kısa metinlerdir. Yazıcısı az sözle çok şey söylemek zorundadır. Anlatımlarda benzetme yolunun tercih edildiğini görürüz. Burada metnin ne ve niçin söylendiği kadar sözün nasıl söylendiğinin önemi ortaya çıkmaktadır. Bazen duvar yazılarında hiçbir benzetmeye yer verilmez, basit sözcükler zekice yan yana getirilerek istenilen mesaj verilir. Bazı yazarların hiçbir amacı yoktur sadece yazmış olmak için yazarlar.

Yaşadığı mağaranın duvarına yaşama şeklini kalıcılık ve estetiğe odaklanarak çizen insan, çağımız kentlerinde aynı estetik ve kalıcılığı düşünmeyerek şuursuzca tepkisini ve eleştirisini kentin duvarlarına çizmiştir. Hem mağaradaki kayalarda olsun hem de kentlerdeki duvarlarda olsun üst üste katmanlaşan resimleme süreci yaşanmıştır (Özden, 2009, s. 78). Çağdaş atasözleri olarak değerlendirilen duvar yazıları, 1970’li yıllardan itibaren sokakların anlatım biçimi olmuştur. Söyleyeceklerini söyleyemeyip, etkili bir iletişim kuramayan genç insan, duvar yazılarıyla toplumun değer yargılarını sorgular (Emecan, 2007, s. 157).

Duvar yazılarının işlevsel yönü vardır. Duvar yazıları, kişinin gündelik hayatta karşılaştığı bazı olaylar ve durumlar karşısında göstermiş olduğu tepkinin yansımasıdır.

Yazar görünür olma, bende buradayım yani var olma mücadelesi vermektedir. Duvar yazarı kendince gördüğü haksızlığı, çaresizliği, özlemi, aşkı, sevgiyi kimi zaman gülümseten kimi zaman düşündürülen sözlerle dile getirir. Duvar yazarı gündem belirleme ve kamuoyu oluşturma çabasındadır.

Duvar yazılarının tamamı okuyucuyu güldürmez. Duvar yazılarının sevgiyi dile getirme, sitem etme, protesto, saldırganlık, siyaset yapma gibi amaçlarla kullanıldığı da görülmektedir. Bu tür yazarlar isim vermeyerek gizli kalmayı tercih ederler.

Duvar yazıcısı metne deyim, kalıp vb. sözle başlar ancak metin beklentinin tersine hiç beklenmedik bir şekilde sona erer. Bu durum okuyanı şaşırtarak sorgulama ve düşünceye sevk etmektedir. Duvar yazılarında amaç okuyucusuna bilinmeyi anlatmaya çalışmak değil, anlatılmak istenenleri daha önce dillendirilmemiş biçim ve deyişle anlatmaktır (Doğan & Aksoy, 1995, s. 139).

Duvar yazıları incelendiğinde bu yazıların yaşamın her alanında olduğu görülmektedir. Yazarlar kendilerince uygun gördükleri, meydanlar, okul duvarları, sıralar, tuvaletler, metro istasyonları gibi birçok mekâna yazmışlardır.

Duvar yazıları toplumsal gelişmelere bağlı olarak sürekli değişim ve gelişim halindedir. Duvar yazıcısı yazdığı her yazı ile alıcısına bir mesaj iletmektedir. Bu yazılar binlerce insan tarafından okunur ve kendilerince farklı anlamlar yüklenir. Okurun yaşı, cinsiyeti, o an ki psikolojisi, toplumsal statüsü, yaşadığı coğrafya vb. mesajın anlamlandırılmasında etkilidir. Öyle ki duvarlara yazılan bazı sembol ve sözler o kuşağa veya yöreye ait olabilir.

Duvar yazıları, yazıldığı yerdeki toplumun; duyguları, değerleri, inanç dünyası, ekonomik, siyasal, kültürel veya demografik yapısı hakkında pek çok bilgiler barındırır. Duvar yazılarının hedef kitlesi arasında toplum, birey, aile, sevgili, yönetici, siyasetçi, eğitimci kişiler yer almaktadır. Yazıyı anlamak ve yorumlamak için kimi hedef aldığını bilmek anlamayı daha da kolaylaştırır.

Duvar yazısı yazarı, yazdıkları yazılarla hem kendileriyle hem de duyurdukları şahıslarla iletişim kurarlar. Duvar yazıları iletişim kanalıdır. Duvar yazarı, mekanları kendi yayın organı gibi görür ve istediği şekilde kullanır. Maruz kaldıkları herhangi bir olay ya da duruma tepki olarak yazarlar. Duvar yazıları, yazıcı ve okur arasında köprü

vazifesi görür, iletişim tam olarak bu noktada gerçekleşir. Duvar yazıları ifadeden ziyade bir iletişim biçimidir. Yazan kişi bizimle iletişim kurmak istemektedir (Borgomana, 1982, s. 100). Duvar yazısı yazarı, sokaktakilere hitap etmekte ve karşılıklı olmasa da onlarla konuşmaktadır. Okuyanlar değiştikçe yazının vermek istediği mesajda değişir. Okuyucu mesajı aldıktan sonra yarattığı etkiye bağlı olarak kendi hayal dünyasında bir yolculuğa çıkar. Kültürel yapısı ve deneyimleri bu yolculukta onunla birliktedir (Karakaş, 2018).

Yakın tarihe geldiğimizde ikinci dünya savaşının ardından Almanya'yı ikiye bölen Berlin duvarında, insanların sisteme karşı olan öfkeleri, özgürlük talepleri, yüksek sesle duvar yazılarından okunuyordu.

68 kuşağıyla birlikte duvar yazıları artık ülkemizde de revaçtadır. Duvar yazıları, Yeşilçam yapımlarında ya arka planda tesadüfen veya bilinçli ya da özellikle çekilmiş bir sahne olarak izleyiciye sunulmaktadır. Öyle ki Kemal Sunal, "Kibar Feyzo" filminde köyünde duygularını duvarlara yazar, büyük şehirde ise başkalarının duygularını para karşılığında yine boyayarak siler. Yeşilçam yapımlarında, genellikle siyasi ve toplumsal mesajlar içeren duvar yazıları göze çarpmaktadır.

70'li yıllar, Dünya'da farklı müzik tarzlarının ortaya çıkmasıyla bir duvar yazısı şekli olan grafitilerin daha yaygın olduğu dönemlerdir. Grafitiler şehirlerin hemen hemen her noktasında görülmeye başlanmıştır. Kelemler ve fırçalar yerini spreylere bıraktı. Metrolar otobüs duraklarının neredeyse tamamı grafitiyle doluydu. Yaygınlaşan ve gruplaşan grafiticiler boş gördükleri her yeri çiziyorlardı. Grafiti bu yıllarda altın çağını yaşadı. Daha çok siyasi konuların işlendiği duvar yazıları günümüze doğru geldikçe yerini duygusal sözlere bıraktı. Günümüzde duvar yazılarında aşk ve özlemin ifade edildiği yazılar daha ağırlıklı olarak görülmeye başlandı (Öztürk, 2021).

Grafiti, Türkçede duvar yazısı anlamını taşımaktadır. Grafiti İtalyan kökenli kazmak oymak anlamına gelen Grafito sözcüğünden türemiştir. Günümüzde Grafiti veya duvar yazısı deyince akla daha çok sanatsal resimler ve edebi metinler gelmektedir. Duvar yazısının ilk olarak görüldüğü yer antik çağ mağara süslemelerindeki el izleridir. Grafiti 2. Dünya Savaşında propaganda aracı olarak kullanılmıştır. 1960'lı yıllarda Amerika'da sokak çeteleri kendi bölgelerini ve seslerini duyurmak için Grafiti kullanmıştır (Hughes, 2009, s. 6). 1990'lı yıllarda grafiti kendine özgü giyim tarzı ve yaşam biçimi

oluşturmuştur. Grafitiler, Berlin duvarının yıkılmasıyla birlikte uluslararası bir ün kazanarak özgürlüğün sanatsal ifadesi olmuştur (Bal, 2014, s. 41).

Grafiti çoğunlukla kamusal alanlardaki yüzeylere çizilmiş, karalanmış veya spreyle boyalarla püskürtülmüş yazı, şekil ve çizimlerdir. Grafiti Amerikan Hip-Hop kültürüyle yaygın hale gelmiştir. Ulaşım araçlarındaki koltuklara, okul sıralarına veya parklardaki banklara sivri bir cisimle kazılan yazılar, kamusal alandaki duvarlara spreyle boyayla çizilen resimler hatta dijital ortamlarda kullanılan Emojiler ve Capsler Grafitinin kapsama alanına girmektedir. Kimi çevrelerce sanat olarak kabul edilen grafiti, kimi çevrelerce Vandalizm ve suç olarak değerlendirilmektedir. Grafitinin belirgin bir estetiği vardır: grafiti, imza atma, harfler, stiller ve spreyle boya uygulamaları ile farklı bölgelere ulaşma ile ilgilidir (Lewisohn, 2008, s. 23).

Gündem Belirleme Kuramı

İletişim araçlarının gelişmesiyle, medyanın toplumlar üzerindeki etkileri inceleyen birçok model geliştirilmiştir. Bu modellerin başında da “Gündem Belirleme” kuramı gelir. Bu alanda yapılan bilimsel çalışmalar 1970’li yıllarda gözükmeye başlasa da temelleri çok eskiye dayanır. Gündem Belirleme kuramının gelişmesini sağlayan başlıca kuramcılar arasında; Maxwell McCombs, Walter Lippman, Donald Lewis Shaw ve Bernard Cohen’i sayabiliriz.

McCombs ve Show, Chapel Hill’deki North Carolina Üniversitesi’nin akademisyenlerindedir. İlk gündem belirleme çalışmaları üniversitenin bulunduğu Chapel Hill’de yapılmıştır. Kuramcı Maxwell McCombs kitabının bir bölümünde Amerikan mizah yazarı Will Rogers’un “Bütün bildiğim sadece gazetede ne okuduğumdur” sözüne yer vermiştir (Yaşın, 2008, s. 1).

Cohen’e göre (1963) Medya insanlara ne düşüneceğini söylemede çoğu zaman başarılı olamamıştır ancak okuyucuya ne düşüneceğini söylemekte çok başarılıdır (Yaşın, 2008, s. 6). İnsanlar etrafındaki olup biteni anlamak için medyaya ihtiyaç duyarlar. Toplumda meydana gelen bazı olaylar kimi medya kuruluşlarında gündemini daha fazla meşgul ederken, kimi medya kuruluşlarında bu olaya daha az yer verilir hatta farkında değilmişçesine davranarak gündemi belirleyip kamuoyunu oluştururlar.

Medyayı tüketenler, medyanın onlara sunduğu bilgiler kadar bilgilenmekte ve medyanın sunduğu gündem sayesinde olayların hangi önemde olduğunu öğrenirler. Gündem Belirleme kuramına göre, medyanın verdiği bilgilerle, halkın tartıştığı ve konuştuğu konular belirlenmektedir. Bu kurama göre medya, insanlara hangi konularla ilgilenip hangi konularla ilgilenmeyeceğini anlatır. Medyanın yer vermediği olay ve bilgiler kamuoyunu meşgul etmeyecektir.

Gündem belirleme kuramının temelini daha çok siyasi olaylar oluşturur. Medyada haberler, haber havuzundan seçilirken değer sıralamasına göre gazete ve dergilerin ilk sayfalarında veya manşette, radyo ve televizyonlarda ise ilk haber olarak yer almaktadırlar. Medyanın etkileme gücüyle öne çıkardığı olay kamuoyunun da önceliği haline gelir.

Mülkiyet yapısından dolayı bazı meseleler medyanın gündemine gelmezken, egemen düşünceler sağduyu olarak medyanın gündemini işgal etmeye devam eder (Yaylagül, 2010, s. 70). Kısaca gündem kurma yaklaşımına göre medyanın istediği konular medyayı tüketenlerin gündemini belirleyip onları meşgul edecekken, medyanın gizlediği veya istemediği konular medyayı tüketenlerin gündemine gelemeyecektir.

Gündem belirleme sürecinin üç bileşeni vardır. Bunlar kitle iletişim araçlarının gündemi, halkın gündemi ve siyasetin gündemidir. Bu üç bileşen birbirini etkilemektedir. Kitle iletişim araçlarının gündemi sürecin ana bileşenini oluşturmaktadır. Dearing ve Rogers'un gündem belirleme süreci modelinde, süreç kitle iletişim araçlarının gündeminden halkın gündemi ve siyasetin gündemine doğru ilerlemektedir. Modelde ayrıca kitle iletişim araçlarının gündemini belirleyen "Eşik Bekçileri" ne de yer verilmektedir. Eşik bekçileri; haber ya da konuların nasıl yayınlanacağını belirleyen kitle iletişim araçlarının yöneticileridir (Atabek, 1998, s. 164-165).

Gündem belirleme süreci kitle iletişim araçlarında deprem, sel felaketi, terör, güvenlik, hayat pahalılığı, siyaset, ekonomi, enflasyon vb. olayların yer almasıyla başlar. Kitle iletişim araçları manşet, ilk sıra, vurgu ya da daha uzun süreli yayın gibi birtakım metotlarla hedef kitlenin fikirlerini etkileyerek halkın gündemi şekillendirilmiş olurlar. Halkın gündemini tespit edebilmek için tek soruluk anketlere başvurulmaktadır. "Ülkenin bugün karşı karşıya kaldığı en önemli sorun nedir?" sorusunun cevabı halkın gündemini işaret etmektedir (Atabek, 1998, s. 170).

Gündem belirleme sürecinde siyasetin gündemi, seçim, yasama, siyasi haberler, parti ve hükümet sözcülerinin demeçleri kısacası siyasetle ilgili konuları barındırmaktadır. Siyaset gündeminin oluşabilmesi için olayların kitle iletişim araçlarının gündeminde yer alması gerekmektedir. Kitle iletişim araçları ve halk siyasetin gündemini oluşturabilirken, siyasette kitle iletişim araçları ve halk gündemini belirlenmesine etki edebilir. Halkın gündeminde olan olayların öncelik sırasındaki değişim, hükümetlerin politika tercihlerine de etki ettiği varsayılmaktadır (Atabek, 1998, s. 168).

Yeni İletişim Teknolojileri ve Sanal Duvarlar

Yeni iletişim teknolojileri, cihazlar arasındaki çift yönlü iletişimi bir ve sıfır verileriyle sağlayan sistemler bütünüdür. Teknolojide yaşanan ve insan aklını zorlayan gelişmeler sayesinde internet hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmaktadır. İnternetle birlikte yeni bir medya türü sayılan “yeni medya” hayatımıza girmiştir. Bu gelişmeler neticesinde görsel, işitsel ve yazılı olarak nitelendirilen geleneksel medya, yeni medyaya uyum sağlama gayretine girmiştir.

Sosyal medya teriminin kullanılmaya başlanması, internetin Web 1.0 dönemiyle kullanıma açılması kadar eskiye gitmektedir. Web 1.0 arayüzünü kullanan internet sitelerinin içerikleri metinlerden oluşmaktayken, Web 2.0’da internet sitelerinin içeriklerine metin ve görsellik ekleme imkânı sunulmuştur. Web 3.0 ile zaman ve mekân kısıtlaması olmadan mobil cihazlar için internet erişimi sağlanmıştır (Karakoç & Taydaş, 2013, s. 212). İçeriklere görsel ekleme imkânı sunduğu için yeni medyanın gelişme süreci web 2.0’la başlamıştır diyebiliriz.

Bireyler, internet alt yapısını kullanan sosyal ağlar ile dünyanın farklı bölgelerindeki insanlarla etkileşim halindedir. Sosyal ağlar bir yandan insanların birbiriyle iletişimini ve etkileşimini kolaylaştırırken diğer yandan bireylerin fikirlerini açıkça söyleyebildikleri alanlara dönüşmüştür (Taydaş, 2018, s. 24).

İnsanlar sevinci, özlemi, aşkı, ihaneti, endişeyi, eleştiriyi, serzenişi ve birçok farklı duyguyu duvarlara çizerek anlatmaya çalışmıştır. Duvar yazıları sosyal ağlar yayınlanınca dijital ortamlara geçiş yapmıştır.

Duvar yazıları, geçmişten günümüze dünyanın pek çok yerinde birçok farklı duygu ve düşüncüyü insanlara aktarmak için kullanılmaktadır. Bugün hemen herkes derdini

sevincini fikrini veya ifade etmek istediği duygularını kitlelere ulaştırmak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, duygularına tercüman olan videoları, metinleri, capsleri ya da emojileri beğenip paylaşmaktadır.

Emek, zaman ve çeşitli araçlarla üretilen ayrıca grafitilerle bir sanat eserine dönüşebilen duvar yazıları dijital ortamlarda daha yalın, kolay ve hızlı tasarlanabilmektedir. Duvar yazıları, internet teknolojisinin kullanılmasıyla sabit duvarlardan taşınarak sanal duvarlarda görünür hale gelmiştir. Sabit duvarlar dijital duvarlara dönüşerek, duvar yazıcısının anlatmak istediğini geniş kitlelere dolayısıyla ulus ötesi bir boyuta taşımaktadır. Üreten tüketici modeliyle dijital duvar yazıcıları, bir yandan sosyal medyayı beslerken bir yandan da sosyal medyadan beslendiler.

Yeni medya, kendi kitle iletişim araçları olan sosyal ağları oluşturmuştur. Yeni medyanın hayatımıza girmesiyle, yukarıda tanımına yer verilen geleneksel medyadaki “eşit bekçisi” kavramı değişime uğramıştır. Yeni medyanın kitle iletişim araçlarında paylaşım yapan herkes, kendi “eşik bekçisi” konumuna gelmiştir. Sosyal medya kullanıcıları hangi konunun ne kadar gündemde kalacağını kendileri belirleyebilmektedir.

Sosyal medya, kullanıcılarının oluşturduğu içerikleri paylaşma imkânı sunan aynı zamanda diğer kullanıcılarla etkileşim yaratan (Sayımer, 2008, s. 123) yeni medya sistemidir. Sosyal ağlar ise sosyal medya içeriklerinin paylaşıldığı web siteleridir. Facebook ve Twitter yaygın olarak bilinen sosyal ağlardır.

Facebook, 4 Şubat 2004 tarihinde Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Kendisi de Harvard Üniversitesinde öğrenci olan Zuckerberg, Facebook’u Harvard Üniversitesi öğrencileri için kurulmuştur. Sonraki evlerde, civar okulları ve Amerika’daki bütün okullar sisteme dahil edilmiştir. Facebook, 2005 yılında çok hızlı büyüyerek gelişim sağlamıştır (Taydaş, 2018, s. 150-151). 2021 yılının dördüncü çeyreğinde 2,91 milyar kullanıcı bulunan Facebook bugün dünya üzerinde en çok tercih edilen çevrimiçi sosyal ağıdır. Ocak 2022 itibariyle, Türkiye Facebook’u tercih eden ülkeler arasında 14. sırada yer almaktadır ayrıca Türkiye’deki aktif kullanıcı sayısı 34,4 milyon kişi olarak kayıtlara geçmiştir (www.statista.com, 2022).

Facebook’un ilk yıllarında görüşlerin paylaşıldığı alanın adı duvardır. İnsanlar artık düşüncelerini sanal duvarlara yazmaya başlamıştır. Facebook’ta herhangi kullanıcının,

başka bir kullanıcının duvarına gelişigüzel yazı yazabilmesi veya herhangi bir görüntüyü başka birinin duvarında paylaşabilmesi kullanıcıların en çok şikâyet ettikleri konuların başında yer alıyordu.

Twitter, 2006 yılında on dört arkadaşın çabası ve Jack Dorsey'in öncülüğünde kurulmuştur (Taydaş, 2018, s. 152). Twitter, 140 karakterlik sınırlamasıyla, bireylerin duygu ve düşüncelerini paylaşabildikleri sosyal ağıdır. Ocak 2022 itibariyle Türkiye 16,1 milyon aktif kullanıcısıyla dünya sıralamasında 7. sırada yer almaktadır (www.statista.com, 2022).

Twitter'ın diğer bir önemli özelliği ise takipleşmenin zorunlu olmamasıdır. Sanatçılardan siyasetçilere, sporculardan gazetecilere, doktordan avukatlara kadar alanında birçok ünlü isim Twitter'ı tercih etmektedir. İnsanlar, Twitter'ın bu özelliği sayesinde alanında uzman ve ünlü kişilerle iletişim kurarak etkileşim halinde olabilmektedir.

Duygunun paylaşımından ziyade düşüncenin aktarımını Twitter devralmıştır. Kitleler örgütlenmelerini artık sosyal ağlarla sağlamaktadır. Duvarlarda gördüğümüz siyasi ve toplumsal içerikli mesajlar, Hashtag'ler kullanılarak Twitter Trend Topic listesinde yani sanal duvarlarda karşımıza çıkmaktadır. Daha fazla kişilere ulaşmak için kullanılan Hashtag'ler, bölge ve dünya Twitter Trend Topic listesini belirlemektedir. Duvar yazıları, Instagram da "keşfet", Whatsapp'ta ise "durum", olarak dijital dünyada karşımıza çıkmaktadır.

Bireyler, sosyal medya kullanımıyla görünür olma ve var olma çabasına girmişlerdir. Duvar yazılarıyla, grafitilerle ve sosyal ağlarla bende buradayım mesajı vererek görünür olmaya çalışan bireyler aynı zamanda gündem belirlemede de etkin hale gelmişlerdir. Sosyal ağlar, ulaşımı daha kolay bir platform olarak hayatımıza girmiştir. Sosyal ağlarda, duvar yazılarıyla çok sık karşılaşırız ve aslında bu yazılara maruz kalıyoruz.

Sosyal medyada yazının dışında çok fazla görsel ve kısa videolar da yer almaktadır. Bu durum dikkatimizin dağılmasına neden olmakta ve kısa bir süre içerisinde hafızamızdan silinebilmektedir. Duvar yazıcısı, gerçek duvarlarda duygusunu daha kolay aktarabilirken, sosyal medyanın sanal duvarlarında bu duygunun aktarımı o kadar yoğun

olamamaktadır. Sosyal medyada birçok şeye maruz kaldığımız için içerikler sıradan bir hal alarak, hissiyattan ziyade sadece paylaşıp geçtiğimiz bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır.

Duvar yazıları, sosyal medya paylaşımlarına dönüşürken aynı düşünce ve duygularla dönüşmedi. Öyle ki sokaklarda var olan duvar yazılarının görselleri, sosyal medyada paylaşılarak büyük ilgi görmektedir. Televizyonun radyoyu, internet gazetelerinin gazeteleri bitiremediği bu dönemde sanal duvar yazıları da taş duvar yazılarını bitiremeyecektir.

SONUÇ

İnsanlık var olduğu sürece, duygu ve düşüncelerini aktarma isteği hiç bitmeyecektir. Tarih öncesinde toplulukların basit bir iletişim tekniği kullandıkları bilinmektedir. Mağara resimleri kaya yüzeyi, tabletler ya da tasarlanan bir yapının duvarlarına çizilmiştir. Yazı oluşturulduğu andan itibaren fiziksel bir etkiye maruz kalmadığı sürece varlığını koruyabilmektedir.

Duvar yazıları kısa ve özdür. Yazıcısı az sözle çok şey söylemek zorundadır. Duvar yazıcısı, yazısını kimi zaman gülümseten kimi zaman düşündürülen sözlerle dile getirir. Okurun kültürel birikimi yazıyı anlamlandırmasında etkilidir.

Teknolojide yaşanan gelişmeler sayesinde internet hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmaktadır. İnternetle birlikte “yeni medya” hayatımıza girmiştir. Web 1.0 dönemiyle “Sosyal Medya” terimi de artık kullanılmaya başlanmıştır. Yeni medya, kendi kitle iletişim araçları olan sosyal ağları oluşturmuştur.

Duvar yazıları, sosyal ağlar yayınlanınca dijital ortamlara geçiş yapmaktadır. Sabit duvarlar dijital duvarlara dönüşerek, duvar yazıcısının anlatmak istediğini uluslararası bir boyuta taşımaktadır. Bugün hemen herkes derdini, sevincini, fikrini veya ifade etmek istediği duygularını, kitlelere ulaştırmak için sanal duvarlara yazmaya başlamıştır. Sosyal medya kullanıcıları hangi konunun ne kadar gündemde kalacağını kendileri belirleyebilmektedir.

Geçmişte duvar yazıcısı duygusunu daha kolay aktarabilirken, sosyal medyada bu duygunun aktarımı o kadar yoğun olmamaktadır. Duvar yazıları, sosyal medya paylaşımlarına dönüşürken aynı duygu ve düşüncelerle dönüşmemektedir. Duvar yazısı,

okuyucusunu günlerce hatta yaşamı boyunca etkisi altında bırakabilirken, sanal duvar yazısı sıradan bir hal alıyor ve burada hissiyattansa sadece paylaşıp geçtiğimiz bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal ağlar, aşağı sonsuz kaydırma mantığı ile çalışmaktadır. Tek parmakla yapılan bu harekette metinler veya medya içerikleri hızlıca görüntülenebilmektedir. Bu özellik video içeriklerinde otomatik oynatma olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir sosyal medya kullanıcıını karşısından gözlemlediğimizde, kullanıcının maruz kaldığı içeriklere gösterdiği tepkiler, gözlemciyi hayretler içerisinde bırakabilir. Sosyal medya kullanıcıı yapmış olduğu kaydırma hareketiyle, birkaç saniye içerisinde farklı duygu yoğunluğu yaşamaktadır. Bu duygu yoğunluğu bazen kahkaha bazen de boğaz düğümlemesi gibi birbirine zıt iki farklı kutup olarak ortaya çıkmaktadır.

İnsanlık, tarih boyunca duvarları ve duvar yazılarını kendisini ifade edebilmek için bir araç olarak kullanmıştır. Çivi, fırça ve kalemle başlayan duygunun aktarımı, sprey boyayla devam etmiştir. Duygu ve düşünceyi aktarma araçları, sosyal ağlar yaygınlaşınca yerini klavyelere ve bir sonraki aşama olan dokunmatik ekranlara bırakmıştır.

KAYNAKÇA

- Acar, M. (2013). *Osmanlıdan Bugüne Gözümüzden Kaçanlar*. İstanbul: Hem Yayınları.
- Atabek, N. (1998). Gündem Belirleme Yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 155-174.
- Bal, B. (2014). Grafiti ve sokak sanatında eser ve akımların tarihsel süreçte değerlendirilmesi ve analizi. *Diss. Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Barthes, R. (1987). *Yazı Nedir?*. (Çev: E. Batur). İstanbul: Hil Yayın.
- Başgelen, N. (1979). Arkeolojik Açından Mağarabilim. *Arkeoloji ve Sanat Dergisi*, 1-2.
- Becer, E. (2015). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Belli, O. (1979). Van Bölgesi'nde Boyalı Mağara Resimleri: Kızların Mağarası. *Arkeoloji ve Sanat Dergisi*, 19-28.
- Borgomana, L. (1982). Et vous? Lecture de graffiti dans la rue? *Français dans le Monde*, 94-103.
- Cleminson, R., Graham, F., Fiona, Mckinnon, C., Austin, C., Charatan, G., & Mansour, N. (2006). *The Complete Guide To Calligraphy*. Canada: Firefly Books.
- Cohen, B. (1963). *the press and foreign policy*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Combier, j., & Jouve, G. (2012). Chauvet cave's art is not Aurignacian: a new examination of the archaeological.
- Doğan, G., & Aksoy, C. (1995). Anlamda Dolaylılık. *Dilbilim Araştırmaları*, 138-151.
- Ediz, H. (1962). *Yazının Hikayesi*. İstanbul: Doğan Kardeş Yayınları.
- Emecan, N. (2007). "Duvar Yazıları Ne Diyor? *Turkish Linguistics*, 157-168.
- Hodder, L. (2006). Çatalhöyük-Leoparın Öyküsü (Çev. Şendil D). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hughes, M. (2009). Street Art & Graffiti Art: Developing an Understanding. *Ernst G. Welch School of Art and Design, College of Arts and Sciences, Georgia State University, Master Tezi*.

- Jean, G. (2012). *Yazı İnsanlığın Belleği*, (Çev: N.Başer). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Johnston, G. (1984). *Resim Sanatı* (Çev. Aynur Durukan). Remzi Kitabevi.
- Karakaş, R. (2018). Duvar Yazılarına Biçembilim Ve Göstergibilim Açısından Bir Bakış. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 1117-1127.
- Karakoç, E., & Taydaş, O. (2013). Sosyal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı. *Sosyal Medya Araştırmaları*, 201-224.
- Lewisohn, C. (2008). *Street Art, the Graffiti Revolution*. London: Tate publishing.
- Özden, L. (2009). Gizli Dehlizlerden Kent Alanlarına Dışavurum Yüzeyi Olarak "Duvar". *Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sanat ve Tasarım Dergisi*, 71-85.
- Öztürk, E. (2021, 12 01). Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UC7JBJVsnhpF8lBp8hZdh3A> adresinden alındı
- Per, M. (2012). Resim Sanatında Rengin Tarihsel Süreçte İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 103-119.
- Sayimer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta.
- Sivas, H. (2016). *Eski Mezopotamya Tarihi ve Uygarlığı, Eski Mısır Tarihi ve Uygarlığı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Taydaş, O. (2018). *Siyasal Karar Alma Sürecinde Sosyal Medyanın Etkinliği*. Konya: Literatürk Academia.
- Walter, C. (2014, 05 17). *İlk Sanatçılar*. http://www.nationalgeographic.com.tr/makale/ocak_2015/ilk-sanatcilar/2362 adresinden alındı
- www.statista.com. (2022). 4 6, 2022 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> adresinden alındı
- Yaşın, C. (2008). *Gündem Belirleme Kuram ve Araştırmaları*.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle iletişim kuramları: egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yiğit, T. (2015). Hurriler'e İlişkin Hititçe Çivi Yazılı Belgelerdeki İlk Kayıtlar. *Ankara Üniversitesi Tarih Araştırmaları Dergisi*, 55-69.

Görsel Kaynakça

Resim-1:https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/ispanyanin-magaralarindaki-duvar-resimleri,T6aX-_VDtEaGNExjti4sug/_-6cuhxqr0mTK9rQkLO_4w adresinden alındı. Erişim tarihi: 04.04.2022.

Resim-2:<https://www.britannica.com/place/Chauvet-Pont-dArc> adresinden alındı. Erişim tarihi: 04.04.2022.

Resim-3:<https://www.istockphoto.com/tr/foto%C4%9Fraflar/altamira-ma%C4%9Faras%C4%B1> adresinden alındı. Erişim tarihi: 04.04.2022.

Resim-4:<https://konusanattarihi.blogspot.com/2018/06/antik-cag-sanat-1-1.html> adresinden alındı. Erişim tarihi: 04.04.2022.

Resim-5:<https://www.rhm.org.tr/duvarimda-resimler-atolyesi/av/> adresinden alındı. Erişim tarihi: 04.04.2022.

EXTENDED ABSTRACT

From ancient times to the present, humanity has sometimes put its way of life and feelings into pictures and sometimes in writing. Painting, which is an integral part of art, reflects the various characteristics, cultures, traditions, and lifestyles of societies to the present day. Human beings have needed many methods, such as pictures and signs, to convey messages to each other and to other societies for thousands of years. The wall surfaces on which the pictures were drawn were sometimes caves, the rock surface, tablets or the walls of a designed building, which were the first dwellings of human beings. The first writing was written on clay tablets by the Sumerians around 3500 BC. Writing is a communication skill that is transferred from person to person, passed from generation to generation, from culture to culture.

Graffiti, which is also considered as contemporary proverbs, has been the way of expression of the streets since the 1970s. Graffiti usually consists of short texts. The graffiti writer communicates both with himself and with the people through his writings. Graffiti has a functional aspect. The graffiti is a reflection of the person's reaction to some events and situations he encounters in daily life. The author is struggling to be visible, I am here, that is, to exist. Graffiti is a form of writing on the walls. Graffiti is a combination of texts, figures, and drawings that are drawn, scribbled, or spray-painted often on surfaces in public spaces. Today, when Graffiti is mentioned, more artistic pictures and literary texts come to mind. The writings dug with a sharp object on the seats in transportation vehicles, school desks or benches in parks, pictures drawn with spray paint on the walls in the public space, and even Emojis and Caps used in digital environments are within the scope of Graffiti.

With the development of communication tools, many models have been developed that examine the effects of media on societies. At the beginning of these models is the "Agenda Setting" theory. According to this theory, while the subjects wanted by the media will determine the agenda of the media consumers and keep them busy, the issues that the media hides or do not want will not be on the agenda of the media consumers. According to the Agenda Setting theory, the topics discussed and spoken by the public are determined by the information given by the media. According to this theory, the media tells people which subjects they are interested in and which subjects they are not. The

agenda setting process has three components. These are the agenda of the mass media, the agenda of the people and the agenda of politics.

New communication technologies are systems that provide two-way communication between devices with one and zero data. Thanks to the developments in technology and forcing the human mind, the internet has become an inseparable part of our lives. With the internet, "new media", which is considered a new type of media, has entered our lives. The use of the term social media goes back as far as the Internet's introduction to the Web 1.0 era.

Individuals interact with people in different parts of the world through social networks using the internet infrastructure. When social networks became widespread, graffiti made the transition to digital media. Usual walls have transformed into digital walls and carried what the wall printer wanted to convey to a transnational dimension. Digital wall printers are fed by social media and keep feeding it as well. Individuals who try to be visible with social media have also become active in setting the agenda.

Today, many people use social media to convey their problems, joys, sorrows, ideas, feelings, and everything they want to express to the society. While graffiti turns into posts on social media, they cannot transform thoughts and feelings in the same way. The transformation of communication from cave walls to virtual walls is the research subject of this study.

People continue to set the agenda of other individuals on cave walls in ancient times and on virtual walls today. Its theoretical basis has been established within the framework of the Agenda Setting approach, assuming that it is effective in determining what, how and how much people think through changing communication methods. This study was limited to the transformation process of graffiti by using the qualitative research method.