

SOSYAL MEDYANIN KARANLIK YÜZÜ

Selva Ersöz KARAKULAKOĞLU
Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye
selvaersoz@maltepe.edu.tr

ABSTRACT

In this century, which we name as digital age, the information has being shown as numbers. Without a doubt, the internet has made a huge contribution to the structuring of digital process. Especially the social media, which has been in our lives since the mid-2000s, differentiated doing politics and transported it into the internet. Social media tools, alleged to be more democratic, more transparent, and more interactive, have received wide acclaim during the entire process. Within these tools which bring visuality in the foreground, the insurgencies are more romantic, elections campaigns are more colorful, and the protest actions are more attractive. In these terms, social media have been exalted regarding social participation and facility of organization. When we look at the other side, these freedom promising tools, in fact, shelter a market worth billions of dollars behind. Is social media really a tool for freedom and progress? What lies beneath the back side of this market? Are the work of amateur spirit which is developing on the internet is of poor quality? Is Facebook really affective during the so-called 'Arab Spring'? From a critical point of view, this study aims to discuss the back and unseen side of social media. The theoretical framework will be based on the internet culture and the transformation of this culture in itself (Lovink, 2007) and YouTube, Facebook, Twitter, blogs and Wikipedia which are the part of internet culture and our visual culture since the mid-2000s, will be analyzed and what these tools really serve for will be discussed. As noted by internet critic Carr, " All the things Web 2.0 represents - participation, collectivism, virtual communities, amateurism - become unarguably good things, things to be nurtured and applauded, emblems of progress toward a more enlightened state. But is it really so? "(2005).

Keywords: İnternet culture, Sosyal media, web 2.0

1. GİRİŞ

Dijital kültürün giderek daha fazla önem kazandığı günümüzde, bu kültürün tanımının neleri kapsadığı, gerek akademisyenler gerek bu kültürün bir parçası olan herkes için merak konusu olmaktadır. Dijital kültür, internetin geniş kitlelere yayıldığı 1990'ların ortalarından itibaren değişim geçirmiştir. Kullanılan internet araçları çeşitlendiği gibi kullanım amaçları da farklılıklar göstermiştir. Dönüşen bu kültür içerisinde, interneti ve sosyal medyayı kendi amaçları doğrultusunda ve kendi istekleriyle kullandıklarını düşünenler önemli bir noktayı gözden kaçırmaktadır. Dünyada sürekli artan bir söylem sosyal medyanın herkesi ne kadar kapsadığını söylerken, bu göstermelik kapsamanın aslında nasıl dışlamaya döndüğünü görebiliyoruz. Aynı zamanda yine eleştirel kuramlardan yola çıkarak, sosyal medyanın kapsamının, toplumu ne kadar dahil ettiği de tartışılır. Daha demokratik, daha etkileşimli ve daha şeffaf olduğu iddia edilen sosyal medya araçları, tüm süreçte büyük övgüler almıştır. Görselliği ön plana çıkaran bu araçlar; ayaklanmaları olduğundan daha romantik, seçim kampanyalarını olduğundan daha renkli ve protest eylemleri ise olduğundan daha cazip bir hale çevirmektedir. Bu da, sosyal medyanın toplumsal katılım ve organizasyon kolaylığı açısından göklere çıkarılmasına vesile olmuştur. İnternet ve demokrasi ilişkisinin, internetin olası demokrasi potansiyelinin bu kadar tartışıldığı bir ortamda, ne kadar etkin olduğu sorusuna hiç şüphesiz ülkeye ve o ülkedeki demokrasi anlayışına göre cevap verebiliriz. Bu bildiride öncelikle dijital kültür ve onun öğeleri tanımlanacak, sonrasında dönüşen siyaset ve günlük yaşam en çok konuşulan web 2.0 araçlarının işlevleri açısından sorgulanacaktır.

1.1.Dijital Kültür Ya Da Kültürün Dijitalleşmesi

“Siberuzay. Matematiksel kavramların öğretildiği çocuklar tarafından, her milletten milyarlarca yasal operatörün deneyimlediği, her gün yaşanan içgüdüsel ve tepkisel bir halüsinasyon... İnsan sistemindeki tüm bilgisayar kümelerinden oluşturulmuş verilerin grafiksel gösterimi. Düşünülemez bir karmaşıklık. Belleğin mekansızlığında, verilerin kümelerinde ve takımyıldızlarında gezinen ışık çizgileri. Şehir ışıkları gibi, geri çekilen.”
(Gibson, 1984:69-70).

1984 yılında “Neuromancier” adlı romanı yayınlanan William Gibson, ortaya attığı sanal gerçeklik, siber uzay ve yapay zeka gibi kavramların, günümüzde dijitalleşen kültürün bir parçası olacağını tahmin edebilir miydi? Yazar siberuzay kavramını ilk olarak yazdığında kelimenin gerçekten acayip olduğunu ve söyleniş biçiminin hoşuna gittiğini ve bir şey ifade ediyormuş gibi gelmesine rağmen, temel olarak boş olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. (Gibson, 2011).

Bugün geldiğimiz noktada ise, siberuzay katılım ve etkileşim kavramlarıyla birlikte anılmaktadır ve her geçen gün kullanıcılara sunulan yeni bir uygulamalarla bu ortamın içeriğini genişletilmektedirler. Tim Lee Berners ve ekibi tarafından 1993 yılında İsviçre CERN merkezinde geliştirilen World Wide Web’in kuruluşundan bu yana geçen zaman içerisinde internet kültürü kendi içinde dönüşüm yaşamıştır. Bu yeni medya ortamını inceleyen araştırmacılar baş döndürücü bir hızla gelişen siber kültür karşısında disiplinlerarası çalışmalara yönelmişlerdir. İnternetin toplumlar için ne kadar yararlı olup olmadığı sorusu ise çoktan tarihe karışmıştır. Bugün geldiğimiz noktada kültürümüzün ayrılmaz bir parçası olan internet ve onunla birlikte gelişen kültürün tanımlanması ve bu kültürün içerdiği kavramların açıklanması yönündeki çalışmalar hız kazanmıştır.

2000’li yılların ortalarına doğru hayatımıza giren web 2.0 ve sosyal medya kavramlarıyla birlikte, internet hakkında geliştirilen teorik çalışmalar, internetin geleceği ve toplumsal sonuçlarını açıklamakta ne kadar yetersiz olduğu da ortaya koymuştur. Elihu Katz ve Everett Rogers (1999:144-145) tarafından ortaya konan yayılma teorisi ve ‘S modeli’nde yeni iletişim teknolojilerinin adaptasyon süreci açıklanabilir. Buna göre ilk başlarda yavaş bir oranda topluma uyum sağlayan yeni teknolojiler, yayılma seviyesi doygunluk noktasına doğru zirve yapar. Bu bağlamda topluma ve günlük hayatımıza giren internet, dijitalleşen kültürün de en önemli unsuru olarak karşımıza çıkar.

19. yüzyıl basılı kültür, 20. yüzyıl elektronik kültür ve 21. yüzyıl da dijital kültür olarak adlandırılmasıyla; dijital kültürün neyi ifade ettiği ve içeriğinde neleri barındırdığı sorusu karşımıza çıkmaktadır. Dijital kültür pek çok araştırmacı tarafından farklı kavramsallaştırılmıştır. Manovich (2001:19) belirttiği üzere “ Bugün yeni medya devriminin tam ortasındayız- bütün kültürlerin, bilgisayar ortamı üretim, dağıtım ve iletişim biçimlerine dönüşmesi ”. Bu kültür Lévy (2001) tarafından ‘siber kültür’ olarak adlandırılırken; Manovich (2001) ‘enformasyon kültürü’ kavramını ortaya atmıştır. Ya da Castells’a (2001) göre ‘internet kültürü’, Johnson’a (1997) göre ‘arayüz kültürü’, Jones’a (1998) göre ise ‘sanal kültür’ ve ‘siber toplum’ kavramlarıyla isimlendirilmiştir.

Tüm bu kavramsallaştırma çabaları içinde sorulması gereken önemli bir soru vardır: “ Dijital kültür içinde ne tür değer ve beklentiler tarif edilmektedir?” (Gere, 2002). Deuze’a göre dijital kültür, gelişen değerler sistemi ve bir dizi beklentinin online kullanıcılar ve bilgi ve haber medyasının inşa edicileri tarafından ifade edilmesidir ve bu kültürün tabikati bireyselcilik, post nasyonalizm ve küreselleşme olarak kendini göstermektedir. (2005:3).

Bu bağlamda Deuze dijital kültürün bileşenlerini; medya katılımı, medyanın iyileştirmesi ve sosyal medya karşısında İngilizce ‘do it yourself-DIY’ şeklinde tabir edilen içeriğin kullanıcı tarafından yaratılması olguları olarak sıralar. Ancak dijital kültürü açıklayan bu bileşenlerin ‘yeni’ olup olmadığı sorusu ayrı bir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bileşenler diğer bir deyişle medya katılımı, iyileştirmesi ve sosyal medya karşısında içeriğin

kullanıcı tarafından yaratılması olguları, aslında bilgisayarlar hayatımıza girmeden önce de vardı: Lessig'e göre (2004:184): *“Gelecek on yıl içerisinde dijital teknolojilerin patlamasına tanık olacağız. Bu teknolojiler hemen herkesin içeriği ele geçirilmesi ve paylaşılmasına olanak tanımakta. İçeriğin ele geçirilmesi ve paylaşılması aslında insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. Bu aslında bizim iletişim kurma ve öğrenme sürecimiz. Ancak dijital teknolojiler aracılığıyla bilgi içeriğinin ele geçirilmesi ve paylaşılması süreci faklılaşmaktadır”*.

Dijital kültürün bir parçası olan ‘katılım’, özellikle web 2.0 uygulamalarıyla ve uygulamaların kullanıcı katılımına olanak sağlayan araçlarıyla birlikte artış göstermiştir. Yukarıdaki savdan yola çıkarak Wellman’ın bu teknolojik gelişmelerin yeniliği hakkında söylediklerine yer vermek yerinde olur: *“ bileşik yapıli sosyal ağlar her zaman vardı, ancak son gelişmeler bu sosyal ağları güçlü bir sosyal organizasyon yapısına dönüştürmüştür”* (2002).

İnternetin ilk yıllarında da varolan ‘katılım’ özelliği, kendini başka formlarda göstermiştir. Özellikle seçim anlayışına dayalı demokratik toplumlar düşünüldüğünde, katılımın siyasi bir boyutu da vardır. Daha fazla bilgi sahibi olmaya başlayan vatandaşlar kendi seslerini daha fazla duyurma ihtiyacı duymuşlardır. Böylelikle, gelişen uygulamalarla birlikte karşımıza topluluk blogları, sayfa imleme (bookmarking), etiketleme (tagging) ya da wikiler gibi çeşitli ve katılıma olanak sağlayan araçlar çıkmıştır. Özellikle her an ve her yerden içerik üretimine izin veren akıllı telefonlarla birlikte katılımın boyutu üst noktalara ulaşmıştır. Katılım aracı olarak bloglar ise basit birer web günlüğü olmaktan çıkmış, pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler alanlarında değişik uygulamalar için kullanıldığı kadar siyasetçilerin de halka temasine olanak veren ilk web 2.0 araçlarından biri olmuştur.

Dijital kültürün bir diğer bileşeni olan ‘iyileştirme’ kavramı yeni medyanın her yeni aracıyla eski medyayı yenilemesi- bir anlamda iyileştirmesi- hatta eski medyayı tekrar üretmesi söz konusu olur (Bolter ve Grusin).

Sosyal medya ortamında insanları bir araya neyin getirdiği sorgulandığında ise Deuze (2005) ‘mesafe’ kavramına değinir:

“İnsanlar dijital medya ile meşgul olmaya başladıklarında ne yaptıkları ya da birbirlerinden ne bekledikleri esas olarak özel ilgi alanlarıyla şekillenmektedir ve ender olarak alternatif, aktivist, radikal duyguların ifadesi olarak tezahür eder. Bu bağlamda ‘mesafe’ sosyal bir eğilim olarak bireyselleşme vurgu yapar. Toplum üyeleri giderek bireyselleşerek, ana akım medya ürünlerini bozarak ve yeniden yapılandırarak eski medyanın yeni medya biçimleriyle iyileştirilmesine hizmet ederler”.

Bloglar ya da son yıllarda popülerlik kazanan mikro blog örneği olan Twitter’da gönderilen ve ‘tweet’ olarak adlandırılan iletiler bireysel olmasına karşın sosyal çevreye bir katkı sağlamaktadırlar. Aynı şekilde eski medyaya özgü hız ve yer limiti sorunları bu araçlarla ortadan kalmıştır. Dijital kültürün bir özelliği olarak ortaya atılan “ iyileştirme” kavramı yeni medyanın sunduğu iletişim araçlarıyla bir sosyal eyleme dönüşmüştür.

Dijital kültürün bir diğer bileşeni olan ‘bricolage’ yani İngilizce’de ‘do it yourself’ olarak adlandırılan ve Türkçe’de kendi kendine yapılabilen kavramına denk gelmektedir. Hartley (2002), Lévi-Strauss’a atıfta bulunarak ‘bricolage’ ı “objelerin var olan artefaktları ve parçaları birleştirilerek yaratılması” olarak tanımlar. İnternet ortamında ‘bricolage’ ise, web 2.0 araçları üzerinden kullanıcıya yeniden ve tekrar içerik yaratma imkanı verilmesiyle ortaya çıkar:

“(...) sanal ortamlarda kullanıcının tatmini doğrultusunda parçalar tekrar seçilerek ve tekrar düzenlenerek yaratılır. Ve son metin diye bir şey söz konusu değildir. Varolan metin her zaman tekrar seçilip düzeltilebilir” (Chandler, 1998). ‘Bricolage’ kavramı kendi içinde hibridlik, karışım ve alıntı özelliklerini barındırır ve bu da bize Baudrillard’ın (1998 [1981:174]) ‘ikinci el gerçeklik’ tanımlamasına götürür. Blog yazarlarının metinlerini

oluştururken eklektik bir biçimde internette buldukları metinleri kendi yazılarına eklemeleri ya da internet gazeteleri – Indymedia örneği- ve wiki siteleri buna güzel bir örnek oluşturur.

Buraya kadar özetlemeye çalıştığımız konular dijital kültür ve bu kültürün özellikleri, eski medyadan farkı ve yarattığını yeni toplumdan oluşmaktadır. Bu bölümün ikinci kısmında ise, dijital kültürü tam olarak anlamak ve açıklayabilmek için bu kavramın bir başka boyutu olan dijital ekonomi ve beraberinde getirdiği değişimlere değineceğiz.

1.2. Dijital Ekonomi: Vikinomi, Dotcom Balonu Ve Uzun Kuyruk Teorisi

1990'lı yıllardan itibaren karşımıza çıkan internet ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte adından sıkça söz edilen bir kavram ile karşılaştık: Yeni Ekonomi. En basit tanımı ile internet üzerinden yapılan her türlü ticarete verilen bu isim, Web 2.0'ın ortaya çıkması ile birlikte boyut değiştirdi. İnternet üzerinde yapılan ilk e-ticaret işlemi 11 Ağustos 1994'te Net.Market.com firması tarafından yapılmış be satın alınan ürün Sting'in bir müzik CD'si idi (Tanyol, 2011:97). Özellikle Web 2.0 araçlarıyla sunulan ve yukarıda dijital kültürün öğeleri olarak sıraladığımız katılım, iyileştirme ve bricolage özellikleriyle; web üzerinden yapılan ilk e-ticaret işleminin üzerinden geçen 18 yıldan sonra, bugün geldiğimiz noktada bu kültürün bir parçası olarak milyar dolarların döndüğü bir ekonomiden bahsediyoruz. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile desteklenen ürün ve hizmet üretimi ile dağıtımının çeşitli endüstriler üzerinde oynadığı bu önemli rol, dijital ekonomi düşüncesinin doğmasına yol açmıştır (Ayres ve Williams, 2004:2).

Bu yeni ekonominin en emel özelliği olarak kitlelesel işbirliği öne çıkıyor ve vikinomi olarak adlandırılıyor:

"(...) isminin de çağrıştırdığı üzere bu kavram 'wiki' altyapısının popüleritesini baz almaktadır. Wiki altyapısının en bilindik ve en popüler uygulaması Wikipedia liberal ansiklopedi sitesi. Bilindiği üzere bu ansiklopedi sitesine dileyen herkes ansiklopedi maddesi ekleyebilmekte ya da mevcut maddelerdeki açıklamalara ekleme ya da düzeltme yapabilmektedir. Öte yandan wiki kendisi bir yazılım altyapısı olup, dileyenler bu yazılımdan istifade ederek, kendi web 2.0 sitesini kurabilirler" (Tanyol, 2011:80)

Vikinominin bir diğer önemli özellikleri arasında açık olmak, peering, yani insan kitlelerinin, firmaların faaliyet gösterdikleri sektörde inovasyonu ve gelişimi arttırmaya yönelik olarak katılıma açık işbirliğine gitmeleri, paylaşım ve global hareket etme ön plana çıkmaktadır. (Tapscott ve Williams, 2007). Bugün yaşadığımız bu gelişmeler, geçmişte yaşanan ve dotcom balonu olarak ifade edilen bir dönemi hatırlattığına ve hatta bu dönemin tekrar yaşanabileceği konusunda yorumlara yol açmaktadır. Dotcom balonu 2000 yılının Mart ayında teknoloji firmalarını yer aldığı borsa endeksi olan NASDAQ'daki senetlerin büyük değer kaybı yaşamasıyla sönen ekonomik balonu ifade eder. Sözkonusu kriz, gelişen bilgisayar ve internet teknolojilerine yatırım yapan risk sermayesi şirketlerinin yatırımlarının geri dönüşünü sağlayamamaları sonucunda bu sektörlerden çekilmeleri sonucu yaşanmıştır (Tanyol, 2011:111).

Ekonomistler tarafından sıkça dile getirilen ikinci dotcom balonu ise internet şirketlerinin piyasa değerlerindeki tırmanışa dikkat çekmektedir. ABD merkezli Kauffman Vakfı'nın Silikon Vadisi'nde faaliyet gösteren Risk Sermayesi Eğitim Merkezi (Centre for Venture Education) CEO'su Phillip Wickham'a göre de; "Facebook, Foursquare, Xing, Groupon ve LinkedIn gibi astronomik değerlere sahip yeni internet liderleri türedi. Yatırımcılar bu gelişmeleri de elbette yakından izliyor. Bu beraberinde hiç risk getirmiyor değil. Bazıları yeni bir değerlendirme balonuna doğru gittiğimizden endişe ediyor"(Şenerdem, 2011).

İnternet üzerinden yapılan ticari faaliyetler kendi içerisinde internetin topluma uyum sağlama dönemleriyle benzerlik göstererek ilerlemiştir. Bu bağlamda internet kültürünü kendi içinde 3 döneme ayıran Lovink (2007); ilk dönemi bilimsel ve ticari olmayan, ikinci dönemi 1990'ların sonuna doğru yaşanan dotcom çılgınlığı ve kullanıcıların oluşturduğu keyfi dönem

ve üçüncü dönemi ise dotcom balonu sonrası web 2.0 balonu ile sona eren dönem olarak sınıflandırmıştır.

Yeni ekonomi, internet ekonomisi ya da dijital ekonomi; internetin geçirdiği süreçler içerisinde değişim yaşamış hatta Lovink'in (2007:29) belirttiği internet kültürü dönemlerinde -dotcom balonunda olduğu gibi- bir dönemden diğerine geçişi simgelemiştir. Dijital ekonominin bugün geldiği noktada, en çok kar eden işlerin aslında birer aracı olduğu anlaşılmıştır. Özellikle Google'ın geliştirdiği bazı uygulamalar, Google AdSense gibi, internet üzerinden e-ticaret yapan küçük ölçekli firmalar için bir kazanç kapısı olmuştur. Bu durum şüphesiz, küçük ölçekli firmalardan ziyade internet üzerinde e-ticaret ile ilgili uygulamaları geliştiren Google gibi dev firmaların işine yaramıştır:

“Şunu anladılar ki, iş Web üzerinden para kazanmaya geldiğinde, önemli olan değişimi kontrol etmek değil ama tıklamaları kontrol etmektir. Reklam tıklamaları online kar ortamlarının asıl aracı haline gelmiştir. En çok tıklamayı kontrol eden kazanır”. (Carr, 2004).

Yeni ekonomi ile birlikte özellikle medya ve eğlence sektörü ürünlerinin internet üzerinden satışında Amazon ve iTunes gibi firmaların artan satış grafikleri, yeni modellerin geliştirilmesine vesile olmuştur. Bu modeller içinde Chris Anderson (2004) tarafından ortaya atılan uzun kuyruk teorisi; talebi ya da satışı az olan ürünlerin toplam satışının, çok satan bir ürününün satışından daha fazla olabileceği yönündedir. Diğer önemli bir nokta ise, “The Long Tail” kitabında Anderson, tüketicilerden sürekli alınan girdilerle oluşturulan süzgeçlerin (filters) Uzun Kuyruk üzerinde yol gösterici makenizmalar olarak işlev gösterdiğini söylüyor. Böylece tüketiciler çeşitler arasında dolaşım seçim yapabiliyorlar. Amazon tavsiye sistemi, Google PageRank, YouTube oy sistemi veya Flickr etiketleri en belirgin örnekler arasında sıralanabilir.

Tüm bu gelişmeler olurken, sosyal medya hakkında olumlu olduğu kadar olumsuz ve eleştirel kuramlar çerçevesinde söylemler de meydana gelmiştir. İkinci bölümde öncelikle genel olarak sosyal medya söylemlerini ele alıp, alt bölümlerde ise sosyal medyanın siyaset ile bağlantısına değineceğiz.

2. SOSYAL MEDYA SÖYLEMLERİ

Web 2.0 kavramının ortaya çıkmasıyla, bir kaç yıl öncesine kadar alt kültüre ait olarak algılanan terim, günümüzde internet çalışmaları için bir dönüm noktası olmuştur. İnternete ilişkin araştırmalar, özellikle sosyal bilimcilerin ilgisini çekmekle birlikte, kavramın teknolojik boyutu da farklı incelemelere konu olmaya başladı. 90'lı yılların ortalarından itibaren iki kutuba ayrılan araştırmacılar, yerini yavaş yavaş inkar edilemez bu olgunun sosyal etkilerini araştıran bilim adamlarına bırakmıştır. 2005'li yıllarda user-created web yani kullanıcıların kendi içeriklerini üretmeleri ve webin patlamasıyla yeni bir medya biçimi ortaya çıkmıştır. Uygulanış bakımından bu evren, özgür web platformları ve ucuz yazılım araçlarıyla, kullanıcılara yarattıklarını paylaşma imkanını da sağlamıştır. Ancak bu evren, 20. yüzyıl medya kültürünün bir üst versiyonu olarak algılanmamalıdır. Gerçekte olan medya olgusundan sosyal medya olgusuna geçtiğimizdir. Bu geçişle birlikte, internet kullanımında ciddi artışlar görülmüştür.

Böylelikle ortaya çıkışından on yıl sonra, internet kültürü ile ilgili, örneğin bu teknolojinin iyi mi yoksa kötü mü bir yöne gittiğine dair söylemlerden bahsetmek imkansız hale gelmiştir. Sürekli değişimle yeniden şekillenen internet kültürü aynı zamanda kontrol rejimlerini de yaratmıştır ve her ay internete eklenen on milyonlarca kullanıcı internette sunulan yeni araçları pazar gözlemcilerinin asla tahmin edemeyeceği şekillerde kullanarak, bu aracın dönüşümüne neden olmuştur.

Web her zaman katılımı ilgili bir olgu olarak ele alınmıştır. Sosyal imleme sitesi olan Digg'in kendi tanımına baktığımızda “ Digg sadece içeriğini kullanıcı gücünden alır”. (Davis,

2005). Digg üzerinden yayınlanan her makale kullanıcı tarafından oylanır ve yayınlanır. Kullanıcıya yeni gelen herşeyin keşfi, paylaşımı ve promosyonu yapılır. İnternet girişimcisi ve Wikipedia'nın kurucusu Jimmy Wales “ özgür ve ücretsiz olacak 10 şey” adında bir liste yapar ve ansiklopediden, sözlüğe, müzikten sanat eserlerine, haritalara kadar listeyi sıralar. (Zuckerman, 2005). Lovink'e göre, bu “özgür ve ücretsiz” söylemidir ve aslında ucuz bir postmodern klişedir(2007:9):

“(…) burada özgür ve ücretsiz arasında bir bağlantı yoktur. Ancak özgür ve ücretsiz söylemi, interneti kullanan milyonları ayartmak, tatmin etmek şaşırtmak adına kullanılırken, sosyal medyakullanımını teşvik eden sanal kullanıcıların genel olarak bu zincir içinde nakde çevrildikleri gerçeğini gizlemektedir”.

Liberal komünist olarak adlandırılan yeni medya devleri, Bill Gates gibi, internet üzerindeki herşeyin ücretsiz olarak verilmesini savunur. Ancak bu şekilde, amatörlerin desteği sağlanabilir:

“Yanılsamaya kapılmayalım: liberal komünistler bugünkü gerçek mücadelenin tek düşmanlarıdır. Liberal komünistler bir eliyle verdiklerini diğer elleriyle gasp ederler. Bu da; özgürlüğün başış ekonomisine katılmaktan mutluluk duyarken ne ödediğimizi görmeyecek kadar bizi körleştiren internet ideolojinin temelidir (Zizek, 2006). Bu körleştirme neticesinde de, sürekli değişimden bahseden iş dünyası karşısında, muhalifler ayağa kalkıp ‘özgür’ ve ‘açık’ kavramlarını arkasında yatan ikiyüzlülüğü sorgulamamıştır.

İnternet, geniş kitlelerce kullanılmaya başlamasından beri, demokrasi için iyi bir araç olup olmadığı sorusu tartışılmaktadır. Bu tartışmalar, Facebook ve Twitter gibi web 2.0 uygulamalarının yaygınlaşmasıyla daha derinlik kazanmıştır. Özellikle bu uygulamalar, yeni siyasi aktivite alanları yaratmıştır. Pek çok çalışma, sosyal medyanın politik akımları nasıl etkilediğini, sosyal hareketlerin ve aktivistlerin sosyal medyayı nasıl kullandığı araştırmaktadır.

2.1. Dönüşen Siyaset

Pesimist söylemler, internetin tek başına sosyal değişime imkan tanımayacağını çünkü vatandaşların interneti politik amaçlarla kullanmadığını savunmaktadır. Hatta internet kullanıcıları, politik gündemin de gerisinde kalabilir. Tewksbury and Althaus'ın (1999) ortaya attığı siyasi çözülme teorisine göre internette yer alan politik haberler, diğer haberlerle aynı önemdeymiş gibi verilir ve internet üzerinden politik haberleri takip edenler, diğer medya organlarından bu haberleri takip edenlere göre daha az bilgili olurlar. Bu da onların politikadan kopmalarına sebep olur. Bunun sonucunda da, internet politik hayat içerisinde yok edici değil ama ek bir araç olarak kalır (Margolis & Resnick, 2000). Pesimist ve optimist literatür aslında yalnızca internetin değil her yeni teknolojinin çıkışıyla söylemlerini çeşitlendirirler. Benzer söylemler radyo ya da televizyon içinde yapılmıştır. Tek fark, bazı ütöplistler için, örneğin Negroponte ya da Gates gibi, internet ile birlikte enformasyon ya da bilgi çağının başlamış olmasıdır.

İnternetin olası demokrasi potansiyeli, bazı başarı hikayelerine imza atmış olsa da, kesin bir vargıya varmadan iyi analiz edilmelidir. Bu bölümde son olarak, popülerlik kazanmış bir başka kavramdan ve o kavrama yönelik eleştirilerden bahsedeceğiz: ‘diktatör ikilemi’. Siber optimist teoriler içinde, ‘diktatör ikilemi’, kavramı Christopher Kedzie (1997) tarafından kullanılmış ve interneti demokrasi için iyi bir olgu olarak tanımlamıştır. Bu teoriye göre, diktatör ikilemi, küreselleşme neticesinde artan ticari ve finansal baskılar sonucunda, diktatörlerin telekomünikasyon sistemleri üzerindeki monopolü kaldırmaları durumunda ortaya çıkar. Bu bir ikilemdir çünkü diktatörün medya üzerindeki kontrolünü kaybetmesi zayıf bir siyaset olarak algılanır ve vatandaşların artan özerkliği ortaya çıkar. Diğer taraftan bu gücü kaldırmadığı takdirde diktatörün yeni dünya düzeni içinde yaşama şansı kalmamış olur. Bu teorinin önemi, özellikle Hillary Clinton'ın Şubat 2011'de internet özgürlüğü ve politikaları hakkında yaptığı bir konuşmasında bahsedilince artmıştır: “İnanıyoruz ki internet özgürlüğüne karşı olan hükümetler- teknik filtreleme ya da sansürleme ya da kendi haklarını

internet ortamında arayanlara karşı saldırılar- sonunda kendilerini hapsedmiş olacaklar (Clinton, 2011). Morozov'un başı çektiği bazı araştırmacılar ise, siber optimisme karşı çıkmakta ve internetin ancak olumsuz yönleriyle ele alındığı takdirde demokrasi için iyi bir araç olduğunu savunmaktadır: "2009 İran'da meydana gelen ayaklanmalar sırasında, Twitter ve Facebook'un ne kadar etkili olduğu üzerinde durulmuş ancak; işin diğer tarafı göz ardı edilmiştir" (2011). Morozov'un etkili yorumları arasında, otoriter rejimlerin aslında sosyal medyayı kullanarak karşı eylemcileri nasıl yakaladığı ve bu yüzden sosyal medya kullanımı kendi lehlerine çevirdiği öngörüsü vardır. Ayrıca sosyal medyanın toplu eylemleri kolaylaştırdığı gerçeğini inkar etmeden sadece işin otoriter rejimler açısını anlatmaya çalışır.

Diğer taraftan Yochai Benkler "Wealth of Networks" kitabında internetle birlikte gelen özgürlüğün hem toplumu hem özgürlük anlayışımızı hem de medya sistemimizi olumlu yönde değiştirdiğini savunur: "*Bireylerin demokrasi olgusu ile nasıl iletişime geçtikleri ve vatandaş olarak rollerini deneyimledikleri ile ilgili olarak çok temel bir değişime şahit oluyoruz. Artık sadece okuyucu, dinleyici ve izleyici olmayacaklar. Bunun yerine aktif katılımcı olarak karşımıza çıkıyorlar*" (2006:272).

Çok şeyin yazılıp söylendiği sosyal medyanın gücü elbette bundan sonra da tartışılmaya devam edecektir. Ancak internetin demokratik potansiyeli hakkında iki kampta yer alan araştırmacılar, kendi fikirlerini güçlendirmek yerine bir uzlaşma durumuna da varmış gözüküyorlar. Şartlar ve çevreye bağlı olarak, internet hem bir demokrasi aracı hem de bir baskı aracı olarak da kullanılabilir.

2.2. Dönüşen Görsellik: Facebook, Tweeter, Wikipedia, Youtube

İnternet ve sosyal medya sadece siyasi yaşantımızı değil, günlük hayatımızı da değiştirmiştir. Bloglar, YouTube, Facebook, Twitter, Wikipedia gibi araçlar hem içerik hem de görsellik olarak çevremize daha farklı bakmamızı sağlamıştır. Weblog ya da bloglar, 1990'ların sonunda dot.com çılgınlığının gölgesinde ortaya çıkmıştır. Kullanıcıların belli bir konuda düşüncelerini içeren ya da günlük olarak tuttıkları bloglar, genel olarak sıklıkla güncellenen web tabanlı kronolojik yayınlar olarak tanımlanır (Lovink, 2007:21). Dijital kültürün önemli bir parçası olan bloglar, bize web uygulamalarının kullanıcı tarafından nasıl dönüştürüldüğü ve nasıl kullanıcı kültürünün ortaya çıktığının ipuçlarını vermesi bakımından önemlidir. İlk zamanlardaki elektronik posta bazlı net kültürü, muhalif bir kültür olarak ele alınırdı. Web 2.0 uygulamalarıyla birlikte bu durumun her zaman için geçerli olmadığını savunan taraflar ortaya çıktı. Aynı durum bloglar içinde söz konusu oldu. Örneğin Lovink, blogların kitle iletişim medyasının hegemonyasına kırıdığından bahsetmektedir: "*Bloglar merkezi anlamlandırma yapısına karşı, temel olarak haber medyası söylemleri dışında kalan kişisel tecrübelerle odaklanır*" (Lovink, 2007:21). Diğer taraftan yapılan araştırmalar blogların zannedildiği gibi bir karşıt kültür hareketi olmadığını ve çoğu zaman devlet politikalarıyla örtüşen bir tutumla muhafazakar yapıda olduğunu ortaya koyar (Liu, 2004:47). Diğer taraftan Morozov da bloglar hakkında şevkinin kırıldığını ve blogların para ödenerek yapılan bir propaganda aracına dönüştüklerine değinir (2011:14-15).

Sosyal medyanın özgürlük dağıtmadığını ve sanılanın aksine otoriter rejimlerin elinde, bir baskı aracı olarak kullanıldığı söylemi bazı çevreler içinde yaygınlık kazanmıştır. Özellikle Facebook ve Twitter gibi sosyal medya araçları için geçerli olan bu söylem, bu araçların bir taraftan sunduğu kolaylıklar ile eylemlerin daha organize olmasını sağlarken diğer taraftan bizim her an ve herkes tarafından kolaylıkla görünebilir olmamızı sağlamıştır. 'Arap Baharı' diye tabir edilen, Kuzey Afrika ve Ortadoğu'daki ayaklanmalar acaba sosyal medya, özellikle Twitter ve Facebook olmadan da aynı oranda etkili olur muydu? Bu sorunun cevabı vermek oldukça güç gözükmektedir. Ancak getirdiği bütün bu kolaylıkların ve özgürlüklerin arkasında dönen büyük bir ekonomi olduğu gerçeği çoğu zaman sıradan kullanıcıların dikkatinden kaçmaktadır. Bizlerin ne amaçla Facebook ya da Twitter'ı kullanmaya bu kadar teşvik edildiğimiz göz ardı edilmektedir.

“Facebook ya da elektronik posta hesabınıza girip arkadaşlarınızın kim olduğunu öğrenmek isteyen hükümetler değildir. Bu bilgiyi gönüllü olarak siz veriyorsunuz. Ayrıca pazar ortamında bu bilgiyi otoriter hükümetler için toplamaktan mutlu olan pek çok firma var. Neden? Çünkü bu bilgi işleyici ve veri işleyici teknolojiyi onlardan alan otoriter bir hükümet ya da yoksa Wall Street olmasını çok önemsemiyorlar” (Morozov, 2011).

Sosyal medyanın bir parçası olan Wikipedia ve Youtube da eleştirel kuramlar içinde karşı söylemlerin hedefi oluyorlar. Her gün ortalama 100 milyon videonun paylaşıldığı ve izlendiği Youtube, özellikle son yıllarda milyonlarca kişinin komik videolarını paylaştığı bir meca olarak popülerliğini artırıyor (Toeman, 2007). Buna karşın Youtube’un kitleleri apolitize ederek, ideolojik söylemlerden uzaklaştırması, bir şeylerle meşgul olması sistemin devamını sağlamak gibi fırsatlar yaratıyor. Aynı şekilde Wikipedia da, amatör kültürünü yaratması ve içeriğindeki bilgilerin doğruluğunun tartışılır olması bakımından eleştirilere maruz kalmaktadır. (Carr, 2006).

3. SONUÇ

“Web 2.0’in temsil ettiği herşey, katılımcılık, kolektivite, sanal topluluklar, amatör ruh hiç tartışmasız iyi ve alkışlanması gereken ve ilerlemenin bir göstergesi, daha aydınlanmış bir durum olarak kabul edilmektedir. Ama gerçekten öyle midir?” (Carr, 2004). Bu makale, Carr’ın ortaya attığı bu sorudan yola çıkarak ana akım söylem karşısında sosyal medyanın görünmeyen yüzünü ortaya koymaya çalışmıştır. Sosyal medyanın görünmeyen ya da karanlık yüzünde yatan, trilyon dolarlık bir ekonomi, hükümetlerin uyguladığı kontrol ve ‘büyük birader’ senaryoları ve kitlelerin giderek daha apolitize olması gibi sonuçlar yatmaktadır. Bu durumda sosyal medya, söz verdiği gibi bir çözüm oluşturmaktan ziyade bir yanılsama olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konuda Morozov’dan gelen çarpıcı bir anekdot aktarılmaya değerdir. Yasal olmadığı halde Türkiye’nin özellikle kırsal kesiminde uygulanan çok eşlilik, kırsal kesimde bir kasabaya bir internet kafenin açılmasıyla artmıştır. Bunun sebebi araştırıldığında, kasabanın erkeklerinin interneti kullanarak kendilerine yurtdışından ikinci eş bulmak için kullandıkları anlaşılmıştır. Bu durumu ironik bir şekilde eleştiren Morozov

“kasabanın erkeklerini kadın hakları için savaşıyor bir gruba dönüştürmekten ziyade, internet onları küresel çok eşli erkeklere dönüştürmüştür” aynı zamanda yeni medya söyleminin fanatiklerini de bir kez daha düşüncemeye zorlamıştır” (2011:246).

KAYNAKLAR

- Anderson, C.(2004).The Long Tail, *Wired*, October 2004. www.longtail.com [12.Ocak.2012].
- Baudrillard, J.(1998 [1981]).*Simulacra and Simulations. In Jean Baudrillard, Selected Writings*, ed. Mark Poster, pp. 166-184. Palo Alto: Stanford University Press.
- Benkler, Y.(2006).*The Wealth of Networks How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press.
- Bolter, J.D.,Grusin, R.(1999).*Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press.
- Carr, N. G.(2004).*Does IT Matter? Information Technology and the Corrosion of Competitive Advantage*, Boston: Harvard Business School Press.
- Carr, N. (17.02.2006). The New Narcissist, Rough Type. [URL:http://www.roughtype.com/archives/2006/02/the_new_narciss.php](http://www.roughtype.com/archives/2006/02/the_new_narciss.php) [16 Aralık 2011].
- Castells, M.(2001).*The Internet galaxy*. Oxford: Oxford University Pres.
- Chandler, D.(1998).*Personal Homepages and the Construction of Identities on the Web*. Paper presented at Aberystwyth Post-International Group Conference on Linking Theory and Practice: Issues in the Politics of Identity, 9-11 September 1998, University of Wales, Aberystwyth. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html> [15 Ocak 2012].
- Clinton, H. (15.02.2011). China faces Internet "dictator's dilemma. <http://www.reuters.com/article/2011/02/15/us-usa-internet-clinton-idUSTRE71E0P120110215> [11 Aralık 2011]

- Davis, I.(4.07.2005)<http://blog.iandavis.com/2005/07/04/talis-web-2-0-and-all-that/> [26 Kasım 2011].
- Deuze, M.(2006). Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. In: *The Information Society* 22(2), pp.63-75.
- Everett, R.(1995).*Diffusion of Innovations*. New York: Routledge.
- Hartley, J.(1996).*Popular reality: journalism, modernity and popular culture*. London: Arnold.
- Johnson, S.(1997).*Interface culture*. New York: Perseus Books.
- Jones, S.(1998).*Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Community and Technology*. London: Sage.
- Gere, C.(2002).*Digital culture*. London: Reaktion Books.
- Gibson, W. (2011).The Art of Fiction No. 211 2011 *Interviewed by David Wallace-Wells Paris Review*. <http://www.theparisreview.org/interviews/6089/the-art-of-fiction-no-211-william-gibson> [17 Kasım 2011].
- Katz, E. (1999).Theorizing Diffusion: Tarde and Sorokin Revisited. ‘*Annals of the American Academy of the Political and Social Sciences*’. 566 (3): 144-155.
- Lessig, L.(2004).*Free culture : how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. New York: Penguin Press.
- Lévy, P.(2001).*Cyberculture*. Translated by Robert Bononno. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Liu, A.(2004).*The Laws of Cool, Knowledge Work and the Culture of information*, Chicago: University of Chicago Pres.
- Lovink, G.(2007).*Zero Comments Kernels of Critical Internet Culture*. New York: Routledge.
- Manovich, L.(2001).*The language of new media*. Cambridge: MIT Press.
- Margolis, M., Resnick, D.(2000). *Politics as Usual: The Cyberspace Revolution*. London: Sage.
- Morozov, E. (2011).*The Net Delusion Dark Side of Internet Freedom* , New York: PublicAffairs.
- Morozov, E.(25.01. 2011). The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom Public Affairs Program.<http://www.carnegiecouncil.org/resources/transcripts/0349.html> [1 Eylül 2011].
- Slavoj Zizek, S. (6 Nisan 2006). Nobody has to be vile, London Review of Books. Vol. 28, no.7. http://www.lrb.co.uk/v28/n07/print/zize01_.html [18 Ocak 2012].
- Şenerdem,M. (10.04.2011). İkinci Bir Dotcom Balonunagidiyoruz. 10.04.2011] <http://ekonomi.milliyet.com.tr/-ikinci-bir-dot-com-balonuna-gidiyoruz-ekonomi/ekonomidetay/10.04.2011/1375727/default.htm> [19 Aralık 2011].
- Tapscott, D. , Wiliams, A. D.(2010).*Vikinomi Kitlese İşbirliği Herşeyi Değiştiriyor*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Tewksbury, D., & Althaus, S.(1999). *Differences in knowledge acquisition among readers of the paper and online versions of a national newspaper*. Paper presented at the Annual Meeting of International Communication Association, San Francisco.
- Toeman, J. (18.07.2007). Ins and Outs: Does YouTube fit on the boob tube?. <http://www.engadget.com/2007/07/18/ins-and-outs-does-youtube-fit-on-the-boob-tube/> [15.Ocak.2012].
- Türkoğlu, T.(2011).*Dijital Kültür*. İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Wellman, B.(2002). Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism. In *Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches*, eds. Makoto Tanabe, Peter Van den Besselaar, and Toru Ishida, pp.10-25. New York: Springer.
- Zuckerman,E.(6.10.2005).Ten or Maybe a Dozen Things That Will Be Free. <http://www.worldchanging.com/archives/003593.html> [18 Aralık 2011].