

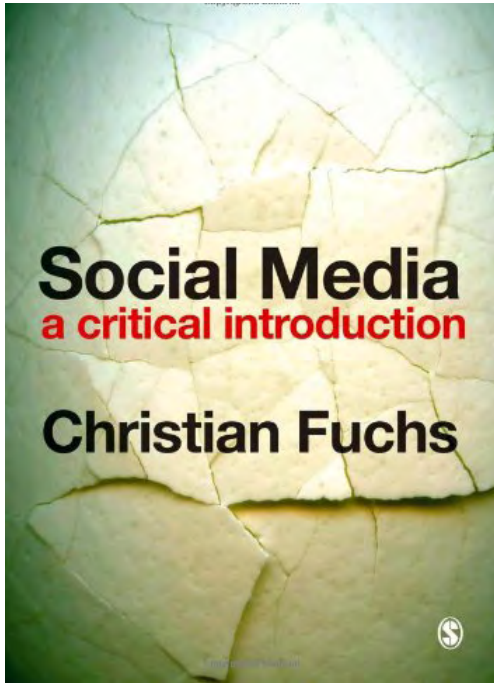
## Social Media: A Critical Introduction

Christian Fuchs, SAGE Publications, 2014.

Bilge Narin, Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, bilge.narin@hbv.edu.tr

### Kitap Eleştirisi

### Book Review



Halen Westminster Üniversitesi'nde öğretim üyesi olan ve üniversitenin İletişim ve Medya Araştırma Enstitüsü'nün direktörlüğünü de üstlenen *Christian Fuchs* eleştirel sosyal medya çalışmaları, internet ve toplum, iletişimin ekonomi politiği, bilgi toplumu teorisi, sosyal ve eleştirel teori alanlarındaki eserleriyle bilinen Marksist bir iletişim akademisyenidir.

*Christian Fuchs*'un bu yazıya konu olan eseri ise adından da anlaşılacağı üzere sosyal medya özelinde dijital kültüre yönelik eleştirel literatüre giriş niteliğindedir. Kitabın 2016 yılında "*Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*" adıyla *Diyar Saraçoğlu* ve *İlker Kalaycı* tarafından çevrilen ve *NotaBene Yayınları* tarafından yayınlanan Türkçe baskısı da bulunmaktadır. İlk baskısı 2014 yılında yayınlanan kitabın birinci, ikinci ve üçüncü baskıları arasında yeni eklenen sosyal medya ve çevrimiçi paylaşım platformları nedeniyle bölüm farklılıkları bulunmaktadır.

"Sosyal medya" kitabın başlığında güçlü bir biçimde vurgulansa da eser daha ziyade eleştirel teorinin tarihsel kapitalizm ve neoliberalizm sorgusunu merkeze almaktadır. Tam da bu nedenle kitap diyalektik akıl yürütme ve ideolojik eleştiri gibi daha metodolojik kaygılarla başlar. Bu açık ve belirgin metodolojik duruş, sonraki bölümlerde uygulanacak analizin temellerini ortaya koyar. Böylece, kitabın ilerleyen bölümlerinde herhangi bir medyayı "sosyal" olarak nitelemenin zorlukları sıralanarak; sosyal medyayı olumlu bulan argümanları çürütmek için güç, iktidar, sermaye ve sömürü ilişkilerini merkeze alan Marksist bir çözümleme yapılır.

*Fuchs* çalışmasında sosyal medyanın toplumsal, ekonomik ve siyasal sorunlarına değinmeksizin bu platformları coşku ile karşılayıp analiz edenlerin aksine, sosyal medyanın ekonomi politiğini güç/iktidar ilişkileri ve etik ekseninde tartışmaya açmaktadır. "Sadece bazılarımıza değil, hepimize fayda sağlayacak bir topluma ve sosyal medyaya ihtiyacımız" (s. 11) olduğunu belirten yazar, eserinde tam da bu nedenle eleştirel teorinin bir zorunluluk olduğunu vurgulamaktadır.

Yazar kitabına eleştirel teorinin belirli bir eleştirel düşünme biçimi olduğunu açıklayarak başlar. Eserin temel sorusu şudur: “Sosyal medya kullanımından kimler yararlanır ve sosyal medya kimin dezavantajıdır?” Bu soruya yanıt arayan kitap boyunca, yazar hem toplumun hem de sosyal medyanın çelişkili olduğunu göstermek için *Marks’ın* düşüncelerinden yararlanır ve diyalektik bir yöntem kullanır. *Theodor Adorno, Emile Durkheim, Jürgen Habermas, Michel Foucault, Alain Badiou, Henry Jenkins* ve *Manuel Castells* gibi teorisyenlerin geliştirdiği kavramları sosyal medya platformları bağlamında sorgular. Sosyal medyayı kurumsal çıkarlar, gözetim, mahremiyet ve sınıf eşitsizlikleri bağlamında sorunsallaştırır. Böylece sosyal medya bağlamında tahakküm ve sömürünün keskin bir analizini yaparak, mücadelenin entelektüel boyutuna güçlü bir katkı sunar.

Kitap üç ana başlığa ve bu ana başlıkların alt başlıklarından oluşan toplam on iki bölüme ayrılmıştır. İlk ana başlık olan “Temeller”, okurlara kitabın ana bağlamı olan sosyal medyaya ilişkin genel bilgileri eleştirel teori ve Marksizm ile ilişkilendirerek sunar. Kitabın ikinci ana başlığı en büyük kısmı oluşturur. Bu bölüm ayrı alt başlıklar altında belirli sosyal medya platformlarının daha derinlemesine incelendiği “Uygulamalar” başlığıdır. Söz konusu bölümde ayrı alt başlıklar altında eleştirel çözümlemesi yapılan sosyal medya platformları şunlardır: *Google, Facebook, Twitter, Weibo, Airbnb, Uber* ve *Wikipedia*. Son ana başlık olan “Gelecekler”de ise sosyalist, katılımcı bir alternatif sosyal medyanın, ana akım sosyal medyaya alternatif olup olamayacağı üzerine fikir yürütülür.

“Temeller”, eleştirel teorinin neliği ve sosyal medya analizlerinde neden gerekli olduğunun tartışıldığı ilk başlıktır. Bu başlık altında sosyal medya, katılımcı kültür, ağ toplumu, bilgi çağı ve büyük veri nosyonları merkeze alınır.

Fuchs, kitabın üçüncü bölümünde *Henry Jenkins’ın* kullanıcıların, izleyicilerin, tüketicilerin ve hayranların medya içeriğinin oluşturulmasına katılımını tanımlamak için kullandığı *katılımcı kültür* fikrini yapıbozuma uğratar. Kavramın arkasındaki örtük anlamı ortaya koyarak; dezavantajlarına ve neden olduğu sorun alanlarına işaret eder.

Dördüncü bölüm, *Arap Baharı* ve *İşgal (Occupy) Hareketi* bağlamında sosyal medya ve iletişimin gücüne yönelik olarak ortaya atılan olumlu savları sıralayarak eleştiriye tabii tutar. Bu bölümde *Manuel Castells’ın* sosyal medyayı bir *kitlesel öz iletişim* biçimi olarak tanımlayan ve iletişim gücü ile karşı gücün ortaya konduğu sosyal alan olarak ele alan fikirlerine değinilir. Bir önceki bölümde *Jenkins’ın* katılımcı kültür nosyonunda olduğu gibi, *Fuchs* bu bölümde de *Castells’ın* görüşlerine şüphe ile yaklaşır. *Fuchs* bu bölümü eleştirel bir sosyal medya ve toplum teorisinin gerekli olduğunu söyleyerek sonuçlandırır. *Jenkins* ve *Castells’ın* teorilerininse böyle bir yaklaşım sunmadığını belirtir.

Beşinci bölümde sosyal medyanın ekonomi-politiğini sorgulayan *Fuchs* büyük şirketlerin sosyal medyaya hâkim olduğuna dikkat çeker. Yönetici gurupların, pazarlama stratejistlerinin ve eleştirel olmayan akademisyenlerin sosyal medyanın demokratik olma potansiyelini müjdelediklerini ancak kapitalizmi göz ardı ettiklerini vurgular. Yazar kurumsal sosyal medyanın internet kullanıcılarının ücreti ödenmemiş emeklerinin sömürülmesine dayanan sermaye birikimi modellerini kullandığını söyleyerek, bu ortamda üretilen verilerin daha sonra meta olarak reklamcılara satıldığını hatırlatır.

Altıncı bölüm *Google’ın* gücünü, fırsatlarını ve risklerini analiz eder. Yazar *Google’ın* ideolojik sonuçlarını, *Google’daki* çalışma koşullarını, sermaye birikimi modelini ve son olarak da şirketin devletlerle ilişkisini eleştirel yaklaşımla değerlendirir. Platformun arama motoru pazarındaki tekel gücünü ortaya koyarak; vergi kaçırmasını örneklendirir.

En popüler sosyal ağ sitesi olan *Facebook*'a odaklanan bir sonraki bölüm, gözetleme ve mahremiyet konularındaki hak ihlallerini ortaya serer. Yazar bu bölümü alternatif bir sosyal ağ önererek ve sunarak bitirir. Bu platform reklamlarla değil bağışlarla finanse edilmektedir. Kişisel verilerin şirketler tarafından denetlenmesine karşıdır ve verilerin öz sahipliği ilkesini yaşama geçirir.

Sekizinci bölüm *Twitter*'ı kamusal alan bağlamında sorgulamaktadır. Yazar okurları *Twitter*'ın potansiyelinin ne kadar büyük olduğuna odaklanmak yerine sınırlarının ne olduğunu anlamaya çağırır. Ayrıca *Twitter*'ın karanlık tarafı olarak sivillere özgü olmayan iletişimi tanımlar. *Twitter*'ın ekonomi politişinin kamusal alanı nasıl olumsuz yönde etkilediğini örneklerle ortaya koyar.

Dokuzuncu bölümde Çin'in ünlü sosyal paylaşım mecrası *Weibo* incelenmektedir. Batı ülkelerindeki örtük gözetim reddedilmemekle birlikte, Çin'in internet erişimindeki siyasal denetimi tartışmaya açılmaktadır. Yazar bu bölümde, alternatif olarak pazarlanan bu platformun özünde kapitalist çalışma mantığını serimler.

Onuncu bölümde sosyal medyanın bir paylaşım ekonomisi olduğu ve paylaşım kültürü yarattığı mitleri *Airbnb* ve *Uber* örnekleri üzerinden ters yüz edilir. Bu uygulamaların araçsal bir sosyallik sağladığına değinen yazar, araçsal olmayan gerçek armağan verme ve paylaşım biçimlerine dayanan sosyal karşılaşmaların önemini belirtir.

*Wikipedia* ile ilgili bölümde Fuchs tüm bu olumsuzluklara karşın *Wikipedia*'nın altında yatan "bilgi-komünist" üretim tarzını makro problemleri çözme yolunda bir mikro adım bir örneği olarak niteler. Okuru *Wikipedia* gibi sosyal medyadaki diğer komünist nüveleri tespit etmeye ve "komünist bir internet ve komünist bir toplum yaratmak" için onları "geliştirmeye", "genişletmeye" ve "yoğunlaştırmaya" çağırır.

Son bölüm, yazarın sosyal medyanın geleceğine ilişkin görüşleri hakkında genel bir bakış sunar. Sosyal medyanın şimdiye kadar yeni demokrasi biçimleri, refah, istihdam artışı, siyasal değişim ve hatta devrimler yarattığını ancak aynı zamanda çok sayıda suç, terör, kadın düşmanlığı ve nefret söylemi gibi olumsuz üretilere de ev sahipliği yaptığını vurgular. Sonuç olarak yazar kapitalizmin sınıflı ve eşitsiz güç ilişkilerinin bugünün sosyal medyasının ve toplumunun ana bağlamı olduğunu belirtir. Sosyal medyanın alternatif tasarım ilkelerine ihtiyaç duyduğunun altını çizmenin yanı sıra kamusal alan ve katılımcı demokrasi bağlamında "kamusal", "sosyal" ve "müşterek/ortak" sözcüklerinin anlamlarını doğru kavrayan bir toplumu da gerektirdiği sonucuna varır. Ortak kooperatif üretimi güçlendiren ve üretim araçlarının ortak mülkiyetini önceleyen bir yapılanma önerir: "Duyarlı/ilgili yurttaşlar için birincil siyasal görev her şeyin metalaşmasına direnerek ekonomiyi ve interneti demokratikleştirmek için çabalamak olmalıdır" (s. 248).

*Fuchs*'un ulaştığı ve her bölümde yinelediği sonuç, internetin önemli ölçüde metalaştırıldığı, kullanıcıları sömürdüğü ve kurumsal çıkarların hakimiyetinde olduğudur. Sosyal medyanın kullanıcı tarafından oluşturulan ücretsiz emeği metalaştırdığını, hedefli reklamcılığa ve gözetim toplumuna katkı sunduğunu belirten yazar, bu sermaye birikiminden yararlananlarınsa görmezden geldiğini vurgular.

Yazarın üzerinde önemle durduğu konulardan biri de sosyal medyaya atfettiği tüm bu sorunların gerçek sorumlusunun esasen toplumun kendisi olduğudur. Dolayısıyla sosyal medyada üretilen, dolaşıma sokulan ve gözlenen eşitsizlikler gerçekte kapitalizmden ve onun kusurlu neoliberal gelişme tarzından kaynaklanır (s. 243). Böyle bir toplumsal sistemde de sosyal medyanın bu ilişkilerden bağımsız bir özgürleşim ortamı yaratması beklenemez.

Kitap sosyal medyayı ve sosyal medya platformlarının insanların hayatlarını ne kadar güçlü bir şekilde etkileyerek kontrol ettiğini anlamak isteyen herkes için okunması gereken bir başucu eseri olarak kabul edilebilir. Aynı zamanda belirli örnekler bağlamında sosyal medyanın eleştirel bir şekilde anlaşılması için teorik bir çerçeve sunarak; neoliberalizmin toplum, demokrasi, kültür, politika ve ekonomi üzerindeki etkisinin ayrıntılı ve çarpıcı bir eleştirisini ortaya koyar.

Öte yandan yazar “başka bir internet”in ve “başka bir sosyal medya”nın olasılığını tartışmakla kalmaz, buna dair yapılması gerekenleri de açıklar ve gösterir. Böylece toplumun bazı kesimlerine değil tüm insanlara fayda sağlayacak bir toplumsal düzenin ve sosyal medyanın yaratılmasına yönelik bir kılavuz sunar.

Sonuç olarak bu eser, gündelik hayatımızın parçası haline gelen sosyal medyayı kapsamlı bir biçimde mercek altına alarak halen gündemde olan tartışmalı bir konuyu anlaşılır kılmaktadır. Sosyal medyayla ilgili eleştirel diğer çok sayıda kitaptan farklı olarak, neoliberalizmi sosyal medya bağlamında sorgulayan varsayımları sarıh bir biçimde somutlaştırdığı için de alana önemli bir katkı sunmaktadır.