

Yeni Medya ve Toplumsal Dönüşümler

New Media and Social Transformations

Eda Yürekli 

Kitap İncelemesi Research Book Review



Enformasyon ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte, teknolojinin toplum ve kültür üzerinde etkisini artırdığı görüşü yaygınlık kazanmıştır. Teknoloji öncesi dönemlerde toplumda var olan iletişim, kitle iletişimi ve kişilerarası iletişim olmak üzere iki farklı biçimde gerçekleşmekteydi. Kişilerarası iletişim, insanların bir arada olması ve üretim süreçleri ile bağlantılıyken, kitle iletişimi boş zamanın kullanılmasına dayanmaktaydı. Bilgisayar kullanımının giderek yaygınlaşması ile içerik sayısallaşarak veri halini almıştır. Bu durum, bireylerin iletişim ağları içinde etkin rol almalarının artmasına neden olmuştur. Kitle iletişim sürecinde alıcı olarak yer alan birey, ağ iletişiminde kullanıcı sıfatını alarak kamusal olarak paylaşılan enformasyonun üreticisi konumuna yerleşmiştir.

Böylelikle ağ içerisinde oluşan her enformasyon bireylerin iletişim ve etkileşimlerinde etkileyen ve dönüştüren bir rol oynamaktadır (Hülür ve Yaşın, 2023: 21). Yeni medya ile bağlantılı olarak toplumsal dönüşümlerin incelendiği bu kitap, “kimlikler”, “süreçler” ve “kavramlar” olmak üzere üç kısımdan oluşmaktadır.

“Kimlikler” kısmında ilk olarak Barış Çağırkan, “Yeni Medya ve Benlik” isimli çalışması ile iletişimin geleneksel medyadan yeni medyaya dönüşümünü ele almıştır. Çağırkan, tek yönlü olan geleneksel iletişimden farklı olarak yeni medyanın çok yönlü, çok katılımcı ve daha fazla kişiselleştirilmiş hale gelmesiyle sosyal aktörlerin gündelik hayatlarında sundukları benliklerin yeni medya ortamlarında sunulmaya başlandığını belirtmiştir. Çalışmada yeni medyanın etkisi ile benlik sunumunun değişimi ele alınmıştır.

Şeyda Koçak Kurt, “Kötücül Duygular ve Sosyal Medya: İnternet Ünlülerinin Kötülüğünü İstemek” isimli bölümünde “*Almanca kökenli kelime olan ve ‘başkasının başına gelen talihsizlikten zevk duymak’ anlamına gelen ‘schadenfreude’ kavramını*” incelemiştir. Bu kavramın sosyal ağlarda yansımalarını ise internette tanınan Mika Raun isimli kullanıcının hesabında yapılan yorumları tematik söylem analizi yöntemiyle inceleyerek ele almıştır.

“Yeni Medya, Yalnızlık ve Bireyselleşme” adlı bölümde Yiğit Zıddıoğlu, sosyal medya kullanımının yalnızlık ve bireyselleşmeye olan etkilerini incelemiştir. Ayrıca bu durumun toplumsal olarak etkileri de kapsam dahilinde tutulmuştur. Dilek Keleş ise “Yeni Medya ve Toplumsal Cinsiyetin Dönüşümü” başlıklı çalışmasında yeni medyada cinsiyet eşitsizliğine dair yer alan mücadeleleri

incelemiştir. Bu kapsamda çalışmada dijital iletişim ile toplumsal cinsiyet konusunda olumlu ya da olumsuz bir dönüşümün yaşanıp yaşanmadığı sorusunun cevabı aranmıştır. Ancak çalışmanın sonucu olarak toplumsal cinsiyet olgusunun yeni medyada çok da değişim geçirmeden varlığını koruduğu, bu tür değişimin gerçekleşmesinin uzun zaman aldığı belirtilmiştir.

Mutluhan İzmir “Lacancı Çerçeveden Yeni Medya ve Toplum” isimli çalışmasında Fransız düşünür ve psikanalist Jacques Lacan’ın ‘ayna evresi’ kuramı çerçevesinde yeni medya ve toplum arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Can Cengiz ise “Dijital Diyaloji ve Yeni Medya: Sınırlar ve İmkanlar” adlı bölümünde dijital teknolojiler ve platformların diyalojik bir iletişim için imkân sunup sunmadığını incelemiştir.

“Platform Çalışmasının Cinsiyetlendirilmiş Görünümü” isimli çalışmasında Betül Yeniçeri dijital emeğin dijital platformlar ile geçirdiği dönüşümü incelemiştir. Çalışmaya işgücü piyasasındaki yaşanan değişimler ve cinsiyet kategorisi de dahil edilmiştir. Fatma Sena Yaman ise “Yeni Medya, Doğruluk- Sonrası ve Kimlik” adlı çalışmasında doğruluk sonrası çağını “algoritmalar, yankı odası, filtre balonu ve sahte haber” kavramlarıyla ele almıştır.

Kitabın ikinci bölümünü oluşturan “Süreçler” ise, Banu Coşkun’un “Thorstein Veblen, Gösterişçi Tüketim ve Yeni Medya” adlı çalışması ile başlamaktadır. Coşkun, bu çalışmada tüketim toplumunun tarihsel gelişimini ve yeni medyada gösterişçi tüketiminin ne şekilde yer aldığını incelemiştir. Bahar Kayıhan, “Frankfurt Okulu Perspektifinden Sanatın Dijital Dönüşümü” isimli çalışması ile sanatın dijitalleşme ile geçirdiği dönüşümü eleştirel bakış açısıyla analiz etmiştir. Kayıhan’a göre sanatın dijitalleşmesi ile yeni sanat türleri ortaya çıkmıştır. Ancak dijitalleşme ile sanatta anlam kayıpları da meydana gelmiştir.

“Yeni Medya ve Tüketim Toplumu” isimli çalışmada Kerem Özbey, tüketim toplumu ve yeni medya arasındaki bağlantıları incelemiştir. Çalışmada yeni medyanın ne olduğu, geleneksel medyadan farklarının neler olduğu, tüketimin üzerinde ne

türden ve nasıl etkiler barındırdığı gibi sorular cevaplanmıştır. İsa Demir, “Yeni Medya ve Esnek Çalışma” isimli çalışmasında dijital platformların internet üzerinden hizmet ve ürün sundukları, çok yönlü etkileşim unsurları içerdikleri, sosyal medyada görünür olmaları ve cep telefonu uygulamalarına sahip oldukları için yeni medya teknolojilerinin bir unsuru olarak kabul edilmeleri gerektiğini belirtmiş ve dijital iş platformlarının esnek çalışma üzerindeki etkilerini ele almıştır.

Serra Sevde Hatipoğlu, “Medya ve Sağlığın Dönüşümü” başlıklı çalışmasında yeni medya kavramı üzerinde durmuş ve sağlık iletişimi alanındaki dönüşümü ele almıştır. “Boş Zamanın Dijital Dönüşümü: Yeni Medya” adlı çalışmasında Yaşar Yeşilyurt ise, boş zaman kavramının tarihsel olarak geçirdiği değişiklikleri incelemiştir.

Muzaffer Şahin ve Başak Özer Akgül ise “Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Haberin Dönüşümü” adlı çalışmada literatür taraması yaparak haberin süreç içerisinde geçirmiş olduğu dönüşümleri ele almışlardır. Seyedmorteza Mousavi ve Nurcan Törenli, “Yeni Medya ve Kamuoyunun Dönüşümü” adlı çalışmasında kamuoyu kavramı ve geleneksel medya arasındaki ilişkiyi incelemişler ve yeni medyanın kamuoyu üzerindeki etkilerini ele almışlardır.

Şafak Etike, “Türkiye’deki Haber Merkezlerinde Yapay Zekâ Teknolojileri: Gazeteci Deneyimleri ve Algısı” adlı çalışmada yapay zekanın habercilik pratiklerinde kullanımını ele almıştır. Etike’ye göre, yapay zekâ haber üretim sürecinin tamamına etki etmektedir ve bu etki ilerleyen süreçlerde artacaktır.

Kitabın son kısmının ilk çalışmasını ise Esra Serdar Tekeli’nin doktora tezinden ürettiği “Risk-Denetim- Güvenlik Sarmalında Dijital Gözetim” oluşturmaktadır. Çalışmada gözetim ve dijital gözetim konusu incelenmiştir. Ömer Ersin Kahraman’ın “Yeni Medya ve Hakikat Sonrası” adlı çalışmasında ise hakikatin değer kaybetmesi ve gereksizleşmesi tarihsel bir perspektifle ele alınmıştır.

Dilek Ulusal'ın "Küreselleşen Dünyada Yeni Medya" adlı bölümünde, küreselleşme ve yeni medya arasındaki ilişki ele alınmıştır. Küreselleşmenin kavramsal ve tarihsel bakımdan incelenmesi yapılarak, medyanın küreselleşme üzerindeki etkilerine değinilmiştir. Dudu Yurt'un "Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Okuryazarlığın Dönüşümü" isimli çalışmasında okuryazarlık olgusunun tanımı verilerek geleneksel ve yeni medya okuryazarlığı açıklanmaktadır. Çalışmada okuryazarlığın yeni medya ile geçirdiği dönüşümler belirtilmiştir.

Ömer Ersin Kahraman'ın "Yeni Medya ve Yabancılaşma" adlı çalışmasında sosyal medyanın yabancılaşma sürecindeki etkileri Karl Marx'ın meta fetişizmi yaklaşımı çerçevesinde ele alınmıştır. "Yapay Zekâ ve Reklamcılık: Yenilikler ve Tehditler" adlı çalışmasında Ömer Faruk Zararsız, yapay zekanın reklamcılık üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini açıklamıştır.

Selçuk Çetin "Yeni Medyada İklim Değişikliği İletişimi" isimli çalışmasında küresel ısınma ile ilgili konularda yeni medyada yer alan bilgilerin sunum şekillerini ele almıştır. Kitabın son çalışmasını ise Ece Erol ve Murat Erol'un "Dijital Markalaşma ve Marka Elçiliği" adlı çalışması oluşturmaktadır. Bu çalışmada dijital markalaşma sürecinde sosyal medya kullanımının etkileri incelenmiştir.

Kaynaklar

Hülür, H. & Yaşın, C. (Ed.). (2023). Yeni Medya ve Toplumsal Dönüşümler, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Yazar Bilgileri

Author details

Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, eda.yurekli@hbv.edu.tr,

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Yürekli, E. (2024). [Yeni Medya ve Toplumsal Dönüşümler başlıklı kitap incelemesi (Himmet Hülür & Cem Yaşın Ed.)]. Yeni Medya, (17), 400-402.