

Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi

Editörler: Himmet Hülür- Cem Yaşın

Bahar Kayihan, Arş. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, bahar.kayihan@hbv.edu.tr

Kitap Eleştirisi

Book Review



1920'li yıllarda yapılan kitle iletişim araştırmalarında izleyilerin medyanın etkisinde kalan pasif tutumları vurgulanmıştır. *Hipodermik iğne* teorisiyle Harold Laswell, medya tarafından düşünce ve davranış biçimlerinin insanlara enjekte edildiği görüşünü savunmuştur. Bu dönemlerde, seçimler ile ilgili olarak medyanın etkisini inceleyen kimi araştırmalarda ise, medyanın zannedildiği kadar etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır; ancak yine de medyanın insanlar üzerindeki etkisi tamamen yadsınmamıştır. Max Horkheimer, Theodor Adorno, Leo Löwenthal, Herbert Marcuse ve Walter Benjamin, medyanın insanlar ve toplum üzerindeki olumsuz etkisini vurgulamışlardır ve medya tarafından yaygınlaştırılan kitle kültürünün insanları özgürleştirmede, tam tersine standartlaştırdığı, dolayısıyla da tahakkümün pekiştiği görüşünü savunmuşlardır. Dan Schiller, Herbert Schiller, Dallas Smythe, Colin Sparks, Janet Wasko, Armand Mattelart, Lee Artz,

Christian Fuchs, Peter Golding, Graham Murdock ve Kaarle Nordenstreng gibi düşünürlerin savunduğu ekonomi politik yaklaşım ise medyanın sahiplik yapısının, iktidarla olan ilişkisinin ve metalaşmanın tahakkümü pekiştirdiğini savunmuştur.

Medyanın insanlara ne yaptığı değil, insanların medya ile ne yaptığı sorusuna cevap arayan araştırmalar ise 1940'lı yıllardan sonra gündeme gelmiştir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile insanların medyayı kullanma amaçları araştırılır olmuştur. 1960'lı, 1970'li yıllardan itibaren, post yapısalci kuramların da etkisiyle izleyicinin aktifliği üzerine odaklanılmaya başlanmıştır. Richard Hoggard ve Raymond Williams'ın öncülüğünü yaptığı kültürel çalışmalar geleneği, özellikle 1980'li yıllarda Stuart Hall'un çalışmaları ile birlikte, karşıt ya da tartışmalı okuma biçimlerinde bulunabilen özneyi aktif bir konuma yerleştirmiştir. Jürgen Habermas, *İletişimsel Eylem Kuramı* ile insanların failliğine yönelik potansiyeli vurgulamıştır. 2000'li yıllardan itibaren gelişen yeni iletişim teknolojileri ile birlikte ise, internet ve sosyal ağ kullanıcıları yalnızca üretilen içeriği izleyen insanlar olmaktan çıkmış, aynı zamanda içerik üreten insanlar haline gelmişlerdir.

Ancak, kullanıcının aktifliğinin vurgulandığı bu dijital çağda herkesin sesini duyurabilir hale geldiği ve yeni medya teknolojilerinin özgürleşim sağladığı yönündeki görüşlerin yanı sıra, yeni teknolojilerin zannedildiği gibi özgürleşim sağlamadığı, insanların sosyal ağlardaki paylaşımlarının standartlaşmış olduğu, kullanıcıların özgün, dolayısıyla da aktif bir özne olarak varlıklarının mümkün olmadığı yönünde görüşler de mevcuttur. Örneğin Mark Andrejevic (2011), Edward Comor (2010), Christian Fuchs ve Marisol Sandoval (2014) gibi eleştirel iletişim akademisyenleri, dijital çağda kullanıcı davranışının takip edilmesiyle birlikte artan oranda bir gözetimin mevcut olduğunu, kişisel bilgilerinin satılmasıyla kullanıcıların metaya dönüştürüldüğünü, ayrıca geçgündüz içerik üreten kullanıcıların bu üretimlerine yönelik hiçbir ücret almadıklarını, bunun da dijital yabancılaşmaya neden olduğunu savunmuşlardır.

Kullanıcının dijital çağdaki konumunun tartışmalı olduğu görülmektedir. İzleyicinin pasif konumundan sıyrılarak aktif kullanıcıya nasıl dönüştüğüne ve bu dönüşümün farklı boyutlarına, odaklanan **Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi** kitabında, hem yeni iletişim teknolojilerinin özgürleşim sağladığına yönelik argümanlara, hem de tahakkümü pekiştirdiğine ve gözetimi artırdığına yönelik karşıt argümanlara yer verilmiştir. Kitapta; kullanıcı failliği, gençlerin sosyal ağları kullanımı, internet gazeteciliği, ikincil eşik bekçiliği, gözetim, internet aktivizmi, yurttaş gazeteciliği, kitlekaynak ve dijital eşitsizlik ile ilgili konular hakkındaki makaleler yer almaktadır. Bu farklı konuları kapsayacak şekilde, etki faktörü yüksek dergilerde yayımlanmış makalelerin Türkçeye çevrilerek derlenmesinden oluşan kitapta, hem nitel hem de nicel araştırmalar dikkat çekmektedir.

Kitabın 'İzleyiciden Kullanıcıya Yapı-Özne Sarkacı' adlı ilk bölümünde Himmet Hülür ve Cem Yaşın (2016), kitabın ana teması olan kullanıcının yükselişi üzerine odaklanmışlardır. Bu bölümde, ilk demokrasi pratiklerinin ortaya çıktığı Antik Yunan'dan günümüze kadar yurttaşların failliği ele alınmıştır. Bu bölümün ardından, gençlerin yeni medya kullanımlarının incelendiği bölümlere yer verilmiştir. Ellen Johanna Helsper ve Rebecca Eynon (2016), Jonathan Smith, Zlatko Skbris ve Mark Western (2016), Sonia Livingstone (2016) makalelerinde gençlerin yeni medya kullanımlarını farklı açılardan incelemiştir. Bu makalelerde, dijital yerli ve dijital göçmen kavramları, gençlerin internet kullanma nedenleri, gençlerin kullanımları arasındaki farklılıklar, gençlerin internet kullanımlarının riskleri ve mahremiyet gibi konular tartışılmıştır.

Makalelerinde sadece gençlerin olmamakla birlikte, genel anlamda insanların yeni medya kullanımlarını araştırın José van Dijck (2016) özellikle YouTube üzerinden kullanıcının failliğini, Sally J. McMillan ve Jang-Sun Hwang (2016) etkileşimliliği, Andreas Andreas M. Kaplan ve Michael Haenlein (2016) sosyal medyanın zorluklarını ve kullanıcıya sağladığı fırsatları, Alice E. Marwick ve danah boyd ise (2016) Twitter kullanıcılarının izleyicilerine yönelik görüşlerini araştırmışlardır. Harmeet Sawhney ve Venkata Ratnadeep Suri (2016) kullanıcı türevli içeriği, Jane B. Singer (2016) ise yine kullanıcı türevli içeriği ve buna paralel olarak da ikincil eşik bekçiliğini ele almıştır. Araştırması kapsamında 138 haber sitesindeki kullanımları inceleyen Singer, kullanıcıların yalnızca kendileri için hangi içeriğin ilgi çekici olduğunu belirlemediklerini, aynı zamanda eşik bekçilerine dönüşerek başkaları için önemli ya da ilgi çekici olabilecek içerikleri de belirlediklerini açığa çıkarmıştır. Daren C. Brabham'ın çalışması (2016) ise kitlekaynak konusuna odaklanmıştır.

Kullanıcının dönüşümü ile birlikte gazetecilik alanında da bir dönüşüm yaşanmıştır. Dijital çağ, gazetecilerin yerini algoritmaların aldığı, profesyonel gazetecilerin azalarak yurttaş gazetecilerin arttığı, habere erişimin kolaylaştığı, öte yandan haberin içeriğinin bulanıklaştığı bir döneme sahne olmuştur. Bu doğrultuda kitapta, internet gazeteciliği, internette gazete okuma alışkanlıkları ve yurttaş gazeteciliğine geniş yer verildiği görülmektedir. Carlos Flavián ve Raquel

Gurrea her iki makalesinde (2016), internette gazete okuma üzerine, Hans-Jürgen Bucher ve Peter Schumacher (2016) haber içeriği seçimine yönelik göz-takip incelemesine, Neil Thurman (2016) ve Mary Angela Bock (2016) ise yurttaş gazeteciliği üzerine odaklanmıştır. Yun Jung Choi ve Jong Hyuk Lee'nin makalesi (2016) hipermetinsel gezinmeyi incelerken, Michael Chan ise cep telefonu kullanımı ile öznel refah arasındaki ilişkiyi araştırmıştır.

Gözetim, dijital eşitsizlik ve internet aktivizmi gibi konular da kitapta ele alınmıştır. Jean-Gabriel Ganascia'nın (2016) makalesi, dijitalleşmenin alttan-gözetime neden olduğunu vurgularken, Richard Kahn ve Douglas Kellner (2016) ve Christina Neumayer ve Gitte Stalde, internet aktivizmi üzerinde durmuştur. Dijital eşitsizlik konusunu ele alan Panayiota Tsatsou (2016) ise dijital eşitsizlik çalışmalarının ilk ortaya çıktığı dönemde, iletişim teknolojilerine ulaşım ulaşama üzerine odaklanırken, artık teknoloji kullanımının kalitesi ve etkinliğini de inceler hale geldiğini belirtmiştir.

Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi kitabında, yeni medya kullanımlarının pek çok farklı boyutunun tartışıldığı ve alana katkı sağlandığı görülmektedir. Elbette kitap kapsamında yer verilebilen bu tartışmalar, konu hakkındaki geniş literatürün yalnızca bir bölümüdür. Yeni iletişim teknolojileri ve kullanım alışkanlıkları hakkında çok sayıda makaleye ve kitaba erişmek mümkündür. Bunun da ötesinde, hızla değişen ve dönüşen yeni iletişim teknolojilerinin, mevcut düzen içerisinde yalnızca araçsal bir farklılık sunuyor gibi gözükse de, araçsal yeniliklerinin pratikteki yeni açılımları, güçlendirdiği ya da zayıflatığı konular tartışılmaya devam edecek gibi gözükmektedir.

Kaynaklar

Andrejevic, Mark. 2011. Surveillance and Alienation in the Online Economy. *Surveillance & Society* 8 (3): 278-287.

Bock M. A. (2016). Yurttaş Video Gazetecileri ve Anlatıdaki Otorite – Tanığın Rolünü Gündeme Getirmek. (Ü. Terzi, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 279-301.

Brabham D. C. (2016). Bir Problem Çözme Yöntemi Olarak Kitlekaynak – Giriş ve Örnekler. (C. Yegen, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 328-351.

Bucher, H. J., & Schumacher, P. (2016). Haber İçeriği Seçiminde Dikkatin Önemi- Basılı ve Çevrimiçi Medyanın Alınlanmasında Dikkat Örüntüleri Üzerine Bir Göz-Takip Çalışması. (I. Ö. Kılıç, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 221-244.

Chan M. (2016). Cep Telefonları ve İyi Yaşam – Cep Telefonu Kullanımı, Sosyal Sermaye ve Öznel Refah Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme. (İ. H. Dönmez, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 489-510.

Choi Y. J. & Lee J. H. (2016). Hipermetin Gezinmelerinin Tutumların Yöndeşmesi Üzerinde Çapraz- Kesme Etkileri. (B. Narin, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 464-488.

Comor, Edward. 2010. Digital Prosumption and Alienation. *Ephemera* 10(3): 439-454.

Flavián C. & Gurrea R. (2016). Dijital Gazeteleri Seçmek – Okuyucu Amaçlarının ve Kullanıcı Deneyimlerinin Etkisi. (F. Firat, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 417-438.

Flavián C. & Gurrea R. (2016). İnternette Gazete Okumak – Web Sitesinin Yeniliklerinin Etkisi. (M. Bingöl, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 439-463.

for Critically Theorising and Analysing Digital Labour. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*. 12 (2): 486-563.

Fuchs, Christian and Marisol Sandoval. 2014. Digital Workers of the World Unite! A Framework

Ganascia J. G. (2016). Genelleştirilmiş Alttan-Gözetim Toplumu. (Ş. K. Kurt, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 184-204.

Helsper, E. J., & Eynon, R. (2016). Dijital Yerliler: Kanıt Nerede. (M. Uyar, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 39-62.

Hülür H. & Yaşın C. (2016). İzleyiciden Kullanıcıya Yapı-Özne Sarkacı. H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 7-38.

Kahn R. & Kellner D. (2016). Yeni Medya ve İnternet Aktivizmi- ‘Seattle Savaşı’ndan Bloglamaya. (S. Omur, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 245-255.

Kaplan A. M. & Haenlein M. (2016). Dünyanın Bütün Kullanıcıları Birleşin! – Sosyal Medyanın Zorlukları ve Sağladığı Fırsatlar. (D. Işık, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 352-372.

Livingstone S. (2016). Gençliğe İlişkin İçerik Oluşturmada Riskli Fırsatları Değerlendirmek. (A. Yıldız, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 85-107.

Marwick. A. E., & boyd, danah. (2016). Dürüstçe Tweetlerim, Tutkuyla Tweetlerim – Twitter Kullanıcıları, Bağlam Çöküşü ve Hayali İzleyiciler. (E. S. Tekeli, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 108-135.

McMillan S. J. & Hwang J. S. (2016). Algılanan Etkileşimlilik Algılamalarını Biçimlendirmede İletişimin Yönü, Kullanıcı Kontrolü ve Zaman Keşfi. (K. Elmasoğlu, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 373-395.

Sawhney H. & Suri. V. R. (2016). Hiyerarşiden Açık Biçimlenimlere: Merkezlesme ve Kullanıcı Türevli İçerik . (B. K. Topaslan, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 205-220.

Singer J. B. (2016). Kullanıcı-Türevli Görünürlük – Ortak Medya Alanında İkincil Eşik Bekçiliği. (M. A. Gazi, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 136-159.

Smith. J., Skrbis, Z. & Western, M. (2016). “Dijital Yerli” Mitinin Arka Planı – Genç Avustralyalıların Çevrimiçi Zaman Kullanımını Anlamak. (E. Güngör, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 63-84.

Stald G., & Neumayer C. (2016). Sokak Protestolarında Cep Telefonu – Mesaj Yollama, Tweetleme, Takip Etme ve İzleme. (Ö. Önerker, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 256-278.

Thurman N. (2016). Yurttaş Gazetecilere Yönelik Forumlar – Çevrimiçi Haber Medyasının Kullanıcı Türevli İçerik İnişyatiflerini Benimsemesi. (E. Ayaşlıoğlu, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 302-327.

Tsatsou P. (2016). Sayısal Uçurumların Yeniden Değerlendirilmesi – Uçurumlar ve Uçurum Araştırmalarına Dair Yenilikler. (B. Sönmez, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 396-416.

van Dijck J.(2016). Senin Gibi Kullanıcılar Mı? Kullanıcı Türevli İçerikteki Failliği Kuramlaştırmak. (B. Ayaz, Çev.) H. Hülür ve C. Yaşın (Ed). *Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi*, 160-183.