

Değini:

Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansının Ardından

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından 1-3 Kasım 2006 tarihleri arasında düzenlenen “Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim” uluslararası konferansı yetmiş aşkın bildirinin sunumuyla niceliksel olarak katılımın yüksek olduğu, yeni medya çalışmaları alanında farklı disiplinlerden gelen araştırmacıları bir araya getiren bir ilkti. Üç güne yayılmış, kimi zaman koşut oturumların da gerçekleştirildiği konferansta, oturumlar bildirilerin konuları temel alınarak genelde tematik olarak ayrılaştırılmıştı: Yeni medyanın ve yeni medya çalışmalarının ne olduğuna ilişkin genel bir çerçevenin çizildiği ilk oturum, dijital teknolojinin sinema, görüntü bankaları ve radyo yayıncılığını nasıl etkilediğini ele alan ikinci oturum, internet dolayımı ile halka ilişkiler ve sanal halkla ilişkiler ajanslarının etkinliklerinin değişiminin konu edildiği oturum, çevrimiçi yurttaş gazeteciliğinin tartışıldığı oturum, yeni medya ve demokratik katılım arasındaki ilişkinin farklı örnekler üzerinden irdelendiği oturum, internet ekonomisi üzerine yoğunlaşılın oturum, yeni medyanın gençler tarafından farklı ve yeni kullanım biçimlerinin ele alındığı oturum ve *advergaming* olgusunun ele alındığı oturumlar şeklinde bu oturumları sıralayabiliriz.

“Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim” konferansı, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de iletişim bilimleri alanında yeni medya çalışmalarının farklı disiplinlerden beslenerek, bu disiplinlerin keşmesiyle giderek artacağını gösterdi. Bu noktada yeni medya

Mutlu Binark
Başkent Üniversitesi
İletişim Fakültesi

kavramsallaştırmasıyla neyin imlendiğini açıklamak gerekli: Yeni medya, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak, dijital kodlama sistemine temellendiği için, iletişim sürecinin aktörleri arasında eşanlı olarak, çok yoğun kapasitede ve yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşim olanağı sunan *multimedya* biçimselliğine sahip iletişim araçlarıdır. Yeni medyanın sahip olduğu *multimedya* biçimselliği ise göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin, farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanması şeklinde gerçekleşmektedir (van Dijk, 2004: 146). Bu nedenle bu konferansın adı her ne kadar "Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim" olsa da, kastedilen bu yeni iletişim ortamı, yeni medyanın gündelik yaşamın her alanına dahil olmasının sonucunda ortaya çıkan zeminin kendisidir. Yeni medyanın kullanılması kişilerarası iletişim pratiklerini ne şekilde etkilemektedir? Yeni medya bireyin kamusal alanda etkin yurttaş olarak katılımını desteklemekte midir? Ana akım gençlik kültürü içinde bireyselleşen gençler yeni medyayı ne şekilde kullanmaktadır? Gençlerin yeni medyayı kullanım pratikleri onları ne şekilde toplumsallaştırmaktadır? Bu toplumsallaşmanın boyutları nedir? Türkiye'de çevrimiçi gazetecilik yapan editörler ana akım ulusal medyanın gündemine alternatif yeni bir gündem üretebilmekte midir? Sanal ortam gençlerin düz çizgisel anlatı geleneklerinin kırılmasına olanak sağlamakta mıdır? Cep telefonları hangi amaçlarla kullanılmaktadır? Sanal müze ortamı görüntü kültürünü ve imgelerin algılanışını değiştirmekte midir? Gençlerin bilgisayar oyunlarını kullanım pratikleri hangi kavramlarla tartışılmalıdır? Türkiye'de varolan bölgesel, cinsiyete ve yaşa bağlı sayısal eşitsizlikler, ekonomik-toplumsal-kültürel sermaye eşitsizlikleri, gündelik yaşamda yeni medya kullanımını ne şekilde etkilemektedir? Tüketim kültürü yeni medya kullanımını ne şekilde yönlendirmektedir? Yeni medya ekonomisi "küyerel" düzeyde işleyen yeni sömürgeci pratiklerde nasıl bir rol sahibidir? Sanal ortamda gerçekleşen halkla ilişkiler çalışmalarının özellikleri nelerdir? Dijital ortam ve kodlama, sanatı nasıl etkilemektedir? Ortaya atılan tüm bu sorulara bakıldığında, konferansın, genel akademik söylemin iletişim sürecine ve aktörlerine ilişkin eleştirel bir bakış açısına sahip olduğunu söylemek mümkündür. Ancak sorular ne olursa olsun kon-

feransa egemen olan bakış, liberal çoğulcu ve ana akım iletişim paradigmasıydı. Eleştirel paradigmadan ve kültürel çalışmalar yaklaşımından beslenen bazı bildiriler dışarıda bırakılırsa, konferansta sunulan bildirilerin çoğunda yukarıda sıralan sorulara ilişkin betimleyici düzeyde, ekonomik, siyasal ve toplumsal bağlamdan kopuk bir şekilde yanıt aranmıştır. Bu durumu katılımcıların çoğunun liberal çoğulcu iletişim paradigmasından beslenmesi ile de açıklayabiliriz. Konferansta sunulan bildirilerin tümüne bakıldığında yeni medya ile ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel gelişmeler arasındaki bağlantının üç farklı yaklaşım ile tartışıldığını görebiliriz. İlk yaklaşımda, yeni medyanın sağlayabileceği olası demokratik açılımlar ile ekonomik ve kültürel alanda yaratacağı sinerji vurgulanırken; ikinci yaklaşımda yeni medya ortamının verili ve belirli egemenlik ilişkilerinin yeniden üretimi ve dağıtımına hizmet ettiği dile getirilmiş, üçüncü yaklaşımda ise, yeni medya ortamı ile toplumsal değişimler arasındaki ilişki karşılıklılık ilkesi çerçevesinde irdelenmiştir. Bu üç yaklaşımın yanı sıra, ayrıca betimleyici düzeyde yeni medya ortamının geleneksel medya sektörüne ve üretim pratiklerine etkisi de farklı bildirilerde ele alınmıştır. Özellikle, dijital sinema endüstrisi üzerine yapılan sunularda dijital sinematografinin, dijital arşivlerden yararlanmanın ve dijital post-produksiyonun film endüstrisine üretim ve dağıtım temelinde etkisi betimlenmiştir. *Türev ve İklimler* gibi yakın dönem Türk sineması ürünlerinin de dijital kamerayla çekildiğini anımsayacak olursak, bir yandan dijital üretim olanaklarının öte yandan da hali hazırda dağıtımda ve gösterimde karşılaşılan sorunların betimlenmesi yararlı olmaktadır. Yeni medya ortamında görsel imgelerin saklanması, dolaşıma sokulması ve yeniden üretimi konusunda da az sayıda bildiri konferans kapsamında yer almıştır. Bu bildirilerde yeni medya ortamında verili görsel kültürel öğelerinin ve imgelerinin çeşitli düzenlemeleri; kurgulama olanakları çerçevesinde yeniden düzenlenmesi; bu olanakların alımlama pratiklerine etkisi hatta tüketicinin/kullanıcının bu kurgu ve yeniden üretme olanaklarını kullanarak başat görsel temsil pratiklerine müdahale olanakları gibi konular bu bildirilerde ele alınmamıştır. Yeni medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması gerekliliği üzerine bu konferans kapsamında doğru-

dan her hangi bir sunumun olmaması da dikkat çekici bir eksikliklerdir.

Yeni medyanın örgüt kültürü ve çalışma yaşamı üzerine etkisi konferans kapsamında ele alınmıştır. Özellikle esnek çalışma pratiklerinin tele-çalışma şeklinde ortaya çıkması, örgüt kültüründe uzmanlaşmanın ve otomasyonun yayılması gibi olgular örgüt idaresinde etkin bir bilgi-belge yönetiminin gerekli olduğu şeklinde değerlendirilmiştir. Bu bağlamda örgütlerde artık çevrimiçi (*online*) halkla ilişkiler uygulamalarının gerekli olduğu farklı bildirilerde dile getirilmiştir. Yeni medya ortam ve olanaklarını, yurttaş katılımı konusuna vurgu yaparak irdeleyen yurttaş gazeteciliği (*civic journalism*) oturumunda, yurttaş gazeteciliği tanımlanmış ve örnek olaylar aktarılmıştır: Eskişehir'den *Midas* gazetesi, *Bianet*, *Dördüncü Kuvvet Medya* gibi çevrimiçi haber portalları bu bağlamda ele alınmıştır. Yeni medyanın, farklı yaş gruplarının gündelik yaşamındaki yeri, toplumsal cinsiyete bağlı kullanım pratikleri ile çevrimdışı toplumsal sermaye ve kültürel sermayenin çevrimiçi konumlanmaya ve ilişkilere aktarılması da konferans kapsamında ele alınmıştır. Yeni medya ve gündelik yaşam ritüelleri / akışı arasındaki ilişkiyi irdeleyen bu bildiriler de iki farklı yaklaşıma dayanmaktadır: Kültürel ve yorumsamacı yaklaşım ya da pozitivist ampirik yaklaşım. Yeni ekonomi ve yeni medya ilişkisi başlığı altında toplanabilecek çok sayıdaki bildiriye yeni medya ortamının işe, işletmeye ve pazarlama pratiklerine ve artı değer üretimine etkisi betimlenirken; Kuzey ve Güney ülkeleri, cinsiyetler, farklı yaş grupları arasındaki mevcut sayısal uçurum ile uluslararası sermaye akışının yeni medya sektörünün yapılanmasındaki rolü konferans kapsamında sınırlı bir çerçevede irdelenmiştir. Yeni ekonominin yarattığı ve yaratacağı sinerji bu konu üzerine yoğunlaşan bildirielerde, enformasyon toplumu söylene gibi adeta aşkınlaştırılırken; toplumsal, ekonomik ve kültürel eşitsizlik ilişkileri ise göz ardı edilmiştir. Bu bağlamda yeni medya ortamında aktör olarak varlık gösterenlerin sınıfsal konumlarının ve kültürel sermaye birikimlerinin irdelenmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Özellikle yeni medya ortamında eyleyen bir aktör olarak konumlanabilmek için öncelikle yeni medya okuryazarı olmak, daha sonra da uygun koşullarda düzenli erişim olanaklarına sahip

olmak gerekmektedir. Bu konu üzerine çözüm yolları/stratejiler öneren/üreten çalışmaların yapılması gerektiği de ortaya çıkmıştır. Ayrıca konferans kapsamında e-devlet, e-öğretim konularında yine betimleyici sunular yer almış; ancak yurttaşlık bilincinin geliştirilmesi konusunda bu olanakların kullanımı eleştirel bir bakış açısı ile tartışılmamıştır. Yine, yeni medya ortamı üzerinden siyasal iletişim uygulamaları (web siteleri, sms mesajları, çaldırma sesleri kullanımı gibi) kullanımları da konferans kapsamında ele alınmayan konular arasında yer almaktadır. Son olarak, yeni medya ortamının incelenmesi konusunda araştırma yöntem ile teknikleri ve etik sorunlara yönelik bir sunuşun yer almaması da konferansın önemli bir eksikliğidir. Yeni medya çalışmalarında araştırmacının, geleneksel nicel ve nitel araştırma yöntem ve tekniklerini ne şekilde kullandığı, ortamdan aldığı/alıntılardığı verilere etik sorumluluğu gibi konuların mutlaka tartışma alanına taşınması gerekmektedir (Binark, 2005). Bu konferans kapsamında da yeni medya ortamını metin olarak değerlendirerek metin ve/veya içerik çözümlemesi yapan araştırmacılardan, sanal uzamda kendilerini yeniden konumlandırarak bir şekilde varlık gösteren kullanıcılarla anket çalışması, derinlemesine görüşme ve/veya odak grup görüşmesi yapan araştırmacılara değin farklı veri toplama tekniklerinin kullanıldığı görülmüştür. Tüm bu farklı yöntem seçişleri, farklı aidiyet tasarımlarına sahip toplumsal aktörlerin çevrimiçi konumlanmaları ve etkileşimlerinden üretilen bilginin araştırma sürecinde "bilimsel bilgi üretimi" saikiyle nasıl kullanıldığı ve bu kullanımın meşrulaştırılması, bundan sonra yeni medya ortamı ve etkileşim konulu konferanslarda ele alınması gereken önemli ve sorunlu bir alandır.

Yeni medya çalışmaları alanında ilk olarak düzenlenen ve gerek yurtdışından gerekse Türkiye'den farklı üniversitelerin iletişim fakültesi öğretim üye ve elemanlarını bir araya getiren bu konferansın en önemli katkısı Türkiye'de bu disiplinlerarası çalışma alanında kolektif bilgi üretimi yapmanın ve düzenli bilgi paylaşımının gereğini bir kez daha ortaya koymasıdır. Bu nedenle Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin gelecek yıllarda da yeni medya ortamı ve etkileşim pratikleri konusunda akademik toplantıları düzenlemeye devam etmesinin anlamlı ve gerekli ol-

duğu düşünülmektedir. Konferans kapsamında sunulan bildirilere aşağıdaki adresten ulaşmak olanaklıdır.

<http://www.milef.com/newmedia>

Kaynakça

Binark, Mutlu (2005). "Internet'i ve/veya Bilgisayar Dolayımı İletişim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları." *İnternet, Toplum, Kültür*. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (der.) içinde. Ankara: Epos. 177-190.

van Dijk, Jan (2004). "Digital Media." *The Sage Handbook of Media Studies*. John D. H. Downing, vd. (der.) içinde. London: Sage. 145-163.