



The Journal of International Civilization Studies
Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi

Volume VII/ Issue II

ISSN: 2548-0146, Nevşehir/ TURKEY

Geliş Tarihi/ Received: 15/08/2021

Kabul Tarihi/ Accepted: 21/08/2021

MEDYA ÇALIŞMALARI: TARİH, DİJİTALLEŞME VE DÖNÜŞÜM,
ED. ERKAM TEMİR, ANKARA: NOBEL YAYINLARI 2021, 310
SAYFA, ISBN: 978-625-439-442-3

Pervin ÇAKIR-Bilim Uzmanı

pervincakir9225@gmail.com

orcid.org/0000-0002-8166-3126

GİRİŞ

Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm kitabı insan hayatının her alanında kendine yer edinen, iletişimi, bilgi paylaşımını ve yaşamı kolaylaştıran, bazen de kişiyi hapseden medyanın geçmişten günümüze hangi evrelerden geçerek dönüştüğü, bireysel ve toplumsal yaşama ve hatta kişilerin düşünce biçimlerine olumlu ya da olumsuz ne tür etkilerinin olduğu, hangi amaçlar ile kullanılabileceği, kullanılırken hangi etik sorunları bünyesinde barındırdığı, bunların yanı sıra basın ve gazeteciliğin artan önemi gibi üzerinde durulması gereken konuların objektif bir bakış açısı ile açıklandığı bir eserdir.

Kitabın ilk bölümünde *Osmanlı Devleti'nde Basının Genel Görünümü* başlığı ile Ali Çakır'ın (2021: 1-32) çalışması yer almaktadır. Bu bölümde basının Osmanlı Devleti tarihçesi ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Osmanlı döneminde basınla ilgili hemen her toplumsal ve siyasi olaya değinilmiş, öne çıkan önemli gazete ve gazetecilerden bahsedilmiştir. Çalışmanın ilerleyen bölümünde piyasa gazeteciliğinin çıkış noktasından bahsedilmiş ve Osmanlı Devleti'nin XIX. yüzyılda zor süreçlerden geçerken gazetelerin artık ihtiyaç duyulan bir araç olduğunu vurgulanmıştır. Nitekim o dönemlerde eğitim reformları sayesinde okuma yazma bilen insan sayısı arttığından, olup biten gelişmelerden haberdar olmak isteyen halk için o dönemin tek kitle iletişim kaynağı olan gazetelerin öne çıkması doğaldır. Ancak basının bu denli güçlü olması, onun yönetim tarafından bazı kısıtlamalara maruz kalmasına neden olacaktır. Çakır, çalışmasının devamında Osmanlı Devleti'nde yaşanan siyasal ve toplumsal değişimlerin ardından basına getirilen sansürden ve etkilerinden bahsetmektedir. Son olarak "Türkiye Cumhuriyeti'ni kuran felsefenin temelleri gazete ve dergilerle atılmıştır" sözüyle basının gücüne ve toplumsal yaşamdaki önemli rolüne değinmiştir.

Kitapta yer alan ikinci çalışma Barışkan Ünal (2021: 37-78) tarafından *Geçmişten Geleceğe Habercilik Yaklaşımında Dönüşümler* başlığı ile ele alınmıştır. Teknolojinin hızlı gelişimi hem toplumsal hem de bireysel yaşamın pek çok alanına etki etmektedir. Gazetecilik mesleği de küreselleşme ve yeni teknolojilerden nasibini almıştır. Dolayısıyla habercilik anlayışı bazı evrelerden geçmekte ve daimî bir dönüşümün içinde yer almaktadır. Bahsedilen değişimlere ve evrelere ışık tutulan bu bölümde yazar, ilk olarak habercilik yaklaşımlarının tarihinin ne şekilde ele alınması gerektiğini sağlam bir literatür süzgecinden geçirerek açıklamıştır. Ardından gazetenin tarihçesine değinmiş ve toplumda yaşanan gelişmelerin habercilik anlayışını ne şekilde etkilediğini detaylıca aktarmıştır. Öte yandan bu bölümde rutin hayatlarımızın bir parçasını oluşturan internetin haberciliğe getirdiği fırsatlardan ve zorluklardan bahsedilmiş, temel habercilik yaklaşımları ve gazete türleri ele alınmıştır. Gerek akademisyenlerin gerek gazetecilik eğitimi alan öğrencilerin bu çalışmayı incelemesi oldukça faydalı olacaktır.



Kitapta yer verilen üçüncü çalışma Erkam Temir (2021: 85-105) tarafından kaleme alınan *Medyanın Düşünme Biçimine Etkisi: Klip Düşünme*'dir. Eski dönemlerde insanlar yazılı metinlerden bilgi almakta ve yine yazılı metinler aracılığı ile diğer kişilere bilgilerini ulaştırmaktaydılar. Dolayısıyla var olan iletişim biçimi, insanın ve insanlığın düşünme biçimlerini etkilemekteydi. Günümüze ise hızla gelişen teknolojiyle beraber görsel-işitsel araçların ve internetin, insan yaşamının neredeyse ayrılmaz bir parçası olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bireylerin düşünme biçimleri bu araçlara bağlı olarak evrilmiştir. Temir, bu anlatılara ilişkin öncelikle klip düşünme kavramının tanımına yer vermiş ve ardından bu kavramın temelini dayandırıldığı noktaları detaylıca aktarmıştır. İçinde bulunduğumuz çağa bakıldığında bilgiye ulaşmanın eski dönemlere göre oldukça kolay olduğu bilinmektedir. Önceden kitaplarda ulaşmak istenen bilgiyi bulmak daha zahmetli iken, günümüzde internette saniyeler içerisinde ulaşmak istediğimiz enformasyonu akıl yürütmeden ve zihnimizi yormadan, çoğunlukla görsel olarak elde etmek mümkündür. Bu noktada Temir, klip düşünmenin, bilişsel süreci, analiz kabiliyetini ne yönde etkilediğini ayrıntılı biçimde ele almış ve klip düşünme biçiminin insanlar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini okurlarına aktarmıştır. Bu özgün çalışma, günümüzde teknoloji ile iç içe yaşayan insanlar için bir yol gösterici olmuştur.

Kitapta yer alan dördüncü çalışma ise Zülfiye Acar Şentürk ve Alev Ayyıldız tarafından (2021: 109-137) *Dijitalleşen Dünyada Etiğe Erişim: Yeni Medya ile Gelen Etik Problemlere Bir Bakış* başlığı ile ele alınmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde yeni medyanın tanımına verilmiş ve ardından yeni medyanın özelliklerinden, bireylere sunduğu kolaylıklardan bahsedilmiştir. İkinci bölümde etik kavramı tarihsel olarak açıklanmış, üçüncü bölümde ise yeni medyadaki etik sorunlara ayrıntılı olarak değinilmiştir. Sosyal medya olarak da ifade edilen yeni medyanın etik kodlarının, geleneksel medyanın etik kodlarıyla -bazı istisnalar olsa da- doğru orantılı olduğu söylenebilir. Çünkü yazarların ifadesi ile geleneksel medya, medyanın temelidir (2021: 121). Bu bağlamda Şentürk ve Ayyıldız, çalışmasının son aşamasında haberde etik, nefret söylemi, dijital reklamda etik ve yeni medyada mahremiyet ihlali konularına yer vermiş ve önem arz eden etik problemleri okurlarına aktarmıştır.

Kitapta yer verilen beşinci çalışma Eray Aydın (143-172) tarafından ele alınan *Stratejik Yönetim ve Sosyal Medya*'dır. Bu bölümde ilk olarak strateji, stratejik planlama, yönetim ve sosyal medya kavramlarının tanımlarına yer verilmiş ve tarihsel süreçleri açıklanmıştır. Ardından sosyal medya araçları ayrıntılı olarak irdelenmiş, bireylerin bu araçları kullanım süreleri ifade edilmiştir. Kullanıcı sayıları giderek artan sosyal medya araçları aslında büyük bir stratejik öneme sahiptir. Çünkü artık bireyler teknolojinin sunduğu imkanlar sayesinde bir "tık"la alışveriş yapabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya stratejileri kullanılarak iş hedefine katkı sağlamanın mümkün olduğu söylenebilir. Aydın, bu noktada sağlam bir stratejinin nasıl planlanabileceği, hangi sosyal medya mecrası ile hangi kitleye nasıl ulaşılacağı gibi soruların yanıtlarını vermiştir. Okurlara sosyal medyada müşteriler ile ilişkileri geliştirmek ve başarılı sosyal medya yönetimi sağlamak için önerilerin verildiği bu bölümde, bir tablo halinde örnek sosyal medya stratejisi de yer almıştır. Temelde bu çalışma bireylerin, firmaların veya kâr amacı gütmeyen kuruluşların sosyal medya mecralarında ne şekilde var olmaları gerektiğini açıklamaktadır.

Medya ve Kültürün Dijitalleşmesinin Tüketim Alışkanlıklarına Yansımaları isimli çalışma Veysel Karani Şüküroğlu (2021: 175-211) tarafından ele alınmıştır. Bu çalışmanın ilk bölümünde dijitalleşme kavramına yer verilmiştir. Gelişen teknolojinin hangi aşamalardan geçerek günümüzdeki gücüne ulaştığını kronolojik olarak açıklayan Şüküroğlu, matbaa, telgraf, televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarından sırasıyla bahsetmiş ve günümüzde var olan bireysellik algısının aslında basım teknolojisinin gelişimiyle ilgili olduğunun altını çizmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde tüketim olgusu detaylı bir biçimde incelenmiştir. Şüküroğlu, günümüzde tüketimin, insanların kimliklerinin oluşumunda ve insanlar arası ilişkilerin gelişiminde büyük bir role sahip olduğunu belirtmiştir. Nitekim, artık yalnızca ihtiyaç dahilinde yapılan alışverişler söz konusu olmaktan çıkmıştır. İhtiyaç duyulmadığı hâlde, sadece haz almak için tüketen bir toplum var olmuştur. Şüküroğlu, dijitalleşmenin yoğun biçimde yaşandığı toplumlarda tüketim uygulamalarının ve bunların kişilerin yaşamındaki sembolik varlığının tüketim kültürünün merkezinde yer aldığını ifade etmektedir. Bu bölümde üzerinde durulan bir diğer önemli nokta ise kültürün dijitalleşmesidir. Çünkü dijitalleşen tüketici bir yandan çevrimiçi bir ticaret sitesinden alışverişini yaparken, bir yandan o ürünü kullanmış başka birinin



deneyimlerini araştırabilir ve bunları yaparken arkadaşıyla sohbet edebilir. Şüküroğlu, bu paylaşımın sonucunda kültürün de dijitalleşerek dönüşüme uğradığını belirtmiştir. Dolayısıyla kültür dijitalleştikçe, tüketici güçlenmektedir. Çünkü artık bireyler alışveriş yapmadan önce piyasayı araştırmakta, bilgi alışverişinde bulunabilmektedir. Sonuç olarak bu çalışmada temelde, dijitalleşme, tüketim ve tüketici arasındaki ilişkinin açıklanmış olması önem arz etmektedir. Çünkü ancak bu şekilde, kültürün dijitalleşmesine etki eden faktörlerin anlaşılması mümkün olabilir. İçerisinde bulunduğumuz dijital çağda dijital tüketiciler olarak bu nitelikli çalışmayı okumak farklı bir perspektif sunacaktır.

Kitapta yer verilen yedinci çalışma İlkur Kılınç (2021: 217-240) tarafından *Küresel Salgın Sürecinde Basının Artan Rolü: Gelecek Krizler İçin Yarattığı Dönüşümler/Değişimler* başlığı ile ele alınmıştır. Bölümün ilk aşamasında kriz dönemlerinde basın rolü ve önemine değinilmiştir. Nitekim kriz dönemlerinde ortaya atılan asparagas haberlerin, nefret içerikli söylemlerin veya doğruluğu teyit edilmemiş haberlerin varlığı insanları endişe ve kaygı duygusuna sürüklemektedir. Dolayısıyla insanların doğru bilgiye sağlam yoldan ulaşmaları önem arz etmektedir. Bu noktada basına büyük bir görev düşmektedir. Kılınç, haberi doğru sunmanın önemli olduğu kadar haberin nasıl sunulduğunun da önem arz ettiğini vurgulamaktadır. Çünkü özellikle kriz dönemlerinde toplumda panik oluşturacak ifadelerden kaçınılması gerekmektedir. Kriz haberciliğinde yapılması ve yapılmaması gerekenlerin detaylıca açıklandığı bu bölümün devamında Covid-19 ile birlikte basının yaşadığı süreçten ve artan öneminden bahsedilmektedir. Nitekim bu salgın insanların hayatlarını olumsuz yönde etkilemiş, virüs hakkında kaynağı belli olmayan yerlerden çıkan yanıltıcı haberler kişileri kaosa sürüklemiştir. Bu panik dalgaları arasında basına büyük bir rol düşmüş ve gazetecilerin sorumlulukları da artmıştır. Basının doğru kaynaktan, doğru bilgileri, doğru yöntemlerle insanlara ulaştırması gerekmektedir. Çalışmada üzerinde durulan bir diğer konu ise Covid-19 sürecinin basına getirdiği zorluklar ve basına sunduğu fırsatlardır. Örneğin, basın özgürlüğü ve habere erişim noktasında bazı kısıtlamaların varlığı basını zora sokmuş ancak bir yandan salgın nedeniyle gazeteciler uzaktan çalışma modeline geçerek zamandan tasarruf etmiş ve bu durum verimliliği artırmıştır. Kısaca bu çalışmada, basının salgın döneminde önemi ve artan rolü ele alınmış, buna bağlı olarak basının yine bu dönemde karşılaştığı güçlükler ve yakaladığı fırsatlar irdelenmiştir. Öte yandan basının gelecekte evrileceği süreç ve dönüşümü de tartışılmıştır. Kriz haberciliğinin önemini ve zor koşullarda yapılması gerekenleri aktaran bu araştırmanın incelenmesi hem medya mensupları hem akademisyenler hem de okurlar açısından önem arz etmektedir.

Kitapta yer alan son çalışma Bülent Öztürk (2021: 249-289) tarafından kaleme alınan *Covid-19 Salgınının Medya Üzerinden Siyasallaştırılması Üzerine Bir Söylem Analizi*'dir. Bu çalışmada ilk olarak Covid-19 hakkında sosyal medyada gündeme gelen yanıltıcı içeriklerden, medyanın gücünden ve hangi amaçlarla kullanılabilirliğinden bahsedilmektedir. Örneğin, siyasetçiler kendi çıkarları için medyayı kullanabilmektedir. Öte yandan hükümetin veya muhalefetin yayın organı olmayı tercih eden medya kuruluşları da söz konusudur. Dolayısıyla ortaya çıkan herhangi bir krizde medya bunu siyasallaştırma eğilimi gösterebilir. Bu bağlamda Öztürk, öncelikle ADB'de ve Avrupa'da Covid-19'un siyasallaştırılmasından bahsetmiş, salgın sürecinde yaşanan durumları örnekler vererek ayrıntılı biçimde aktarmıştır. Ardından okurlarına, Covid-19 salgınının Türkiye'de nasıl siyasallaştırıldığını yaptığı araştırma ile sunmuştur. Çalışmada, konuyla ilgili 25 Mart 2020 ve 25 Nisan 2020 tarihleri arasında Cumhuriyet ve Yeni Şafak gazetelerinde Covid-19 hakkında çıkan haberler Van Dijk'in eleştirel söylem analizi metodu kullanılarak incelenmiştir. Ulaşılan bulguların sonucunda her iki gazetenin, olayları kendi bakış açısı ile yorumlayarak haberleri inşa ettikleri görülmektedir. Cumhuriyet gazetesi salgın sürecinde genel olarak yaşanan olumsuzluklardan ve hükümetin yanlış kararlarından bahsederken Yeni Şafak gazetesi ise hükümetin salgını kontrol etme konusundaki başarısından ve Türkiye'nin Avrupa ülkelerini kışkıracak konumda olduğundan bahsetmektedir. İki büyük gazetenin salgın sürecini nasıl siyasallaştırdıklarını gözler önüne seren bu çalışmanın okunması, doğru habere ulaşma noktasında önem arz etmektedir. Nitekim elzem olan medyanın, konunun uzmanlarının, bilim insanlarının halka doğru bilgileri doğru yollar ile ulaştırmasıdır. Bülent Öztürk'ün çalışması bunu kanıtlar niteliktedir.



KAYNAKÇA

- Aydın, E. (2021). Stratejik Yönetim ve Sosyal Medya. Erkam Temir (Edt.) *Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm* içinde. (s. 143-172). Ankara: Nobel Yayınları.
- Çakır, A. (2021). Osmanlı Devleti'nde Basının Genel Görünümü. Erkam Temir (Edt.) *Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm* içinde. (s. 1-32). Ankara: Nobel Yayınları.
- Kılınç, İ. (2021). Küresel Salgın Sürecinde Basının Artan Rolü: Gelecek Krizler İçin Yarattığı Dönüşümler/Değişimler. Erkam Temir (Edt.) *Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm* içinde. (s. 217-240).
- Öztürk, B. (2021). Covid-19 Salgınının Medya Üzerinden Siyasallaştırılması Üzerine Bir Söylem Analizi. Erkam Temir (Edt.) *Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm* içinde. (s. 249-289). Ankara: Nobel Yayınları.
- Şentürk, Z.A. ve Ayyıldız, A. (2021). Dijitalleşen Dünyada Etiğe Erişim: Yeni Medya ile Gelen Etik Problemlere Bir Bakış. Erkam Temir (Edt.) *Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm* içinde. (s. 109-137). Ankara: Nobel Yayınları.
- Şüküroğlu, V.K. (2021). Medya ve Kültürün Dijitalleşmesinin Tüketim Alışkanlıklarına Yansıması. Erkam Temir (Edt.) *Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm* içinde. (s. 175-211).
- Temir, E. (2021). Medyanın Düşünme Biçimine Etkisi: Klip Düşünme. Erkam Temir (Edt.) *Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm* içinde. (s. 85-105). Ankara: Nobel Yayınları.
- Ünal, B. (2021). Geçmişten Geleceğe Habercilik Yaklaşımlarında Dönüşümler. Erkam Temir (Edt.) *Medya Çalışmaları: Tarih, Dijitalleşme ve Dönüşüm* içinde. (s. 37-78). Ankara: Nobel Yayınları.