



W. Russel Neuman, *Dijital Fark: Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etkileri Kuramı*, The Kitap Yayınları, 2018, 368 s.

Değerlendiren: Esra Bozkanat

Geleneksel medyaya bir alternatif olarak konumlandırılan yeni medya araçları ve onun uzantıları, toplumların gündelik yaşamlarına hızlı bir giriş yapmıştır. İnsanların haberleşme biçimleri, iletişime geçme yöntemleri, satın alma tercihleri ya da oy verme davranışları gibi kitlesel ve bireysel pek çok davranışı, çevrim içi meydana gelen değişim ve devrimlerden etkilenmiştir. Bu kitap tam da bu değişim ve devrimlerin arka planını ve bugün geldiği noktayı anlatmaktadır. Araştırma kurumu We are Social'ın verilerine göre 2019 yılı itibarıyla dünya nüfusunun yarısından fazlasına tekabül eden (%56) 4.38 milyar kişi bugün internet kullanıcısıdır. 3.48 milyar kişi ise bir sosyal medya hesabına sahiptir. Her yerde internete erişmek isteyen insanların tercihi olan mobil internet kullanıcısı sayısı ise 3.98 milyardır (Digital in 2019 Raporu). 2018 yılı verilerine göre bu rakamlar, 2019 yılında artış göstermiştir. Yukarıdaki veriler ışığında gelecek yıl kullanıcı sayılarının bir önceki yıla göre daha da aratacağını tahmin etmek güç değildir. İletişim edimlerinin sosyal ağlara geçiş sağlaması, anlam üretimini, fikrî mülkiyet haklarını, toplumsal hareketleri, dijital fikir pazarını ve ağ tarafsızlığını doğurmuştur. Bu çalışmada Neuman'ın, bu kavramlara getirdiği açıklık aktarılmaya çalışılmıştır.

New York Üniversitesi'nde medya teknolojileri profesörü olan W. R. Neuman, yeni medya ve dijital eğitim ve siyasal iletişim konusunda uzmandır. Doktorası Kaliforniya Üniversitesi Berkeley'den ve lisans derecesi Cornell Üniversitesi'ndendir. Bilgi teknolojileri, uluslararası güvenlik alanlarında çalışan Neuman, Bilim ve Teknoloji Politikası Ofisi'nde Kıdemli Politika Analisti olarak görev yapmıştır. Ayrıca Harvard ve Yale'de ders vermiş ve MIT Medya Laboratuvarı'nın kurucu üyelerinden birisi olarak

@ Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi. esra.bozkanat@klu.edu.tr



© İlmî Etüdler Derneği
DOI: 10.12658/D0211
insan & toplum, 2019.
insanvetoplum.org

yer almıştır. *Hedef Kitlenin Geleceği ve Etkinin Etkisi: Siyasal Düşüncede ve Davranışta Duygu Dinamikleri ve Duygusal Zekâ ve Siyasi Yargı* isimli kitapları bulunmaktadır.

Yazar, kitapta sunduğu argümanları ampirik verilerle desteklemiştir. Her bir iddiadan sonra bu iddiayı destekleyecek araştırmalara yer vermiştir. Özellikle tablolara dönüştürerek aktardığı meta analizler, literatürün anlaşılmasını kolaylaştırır niteliktedir. Medya metinlerindeki temel konular ve kitle toplumunun bilgi toplumuyla tanışması gibi önemli konulara ilişkin önceki yapılmış çalışmalara tablolar hâlinde ulaşmak mümkündür. Aynı zamanda yazar, kitabında iletişimin azalan masrafları ve artan hacmi, iletişim tüketimi, ev içi internet kullanımı, kitle iletişim araçlarının kullanım dakikaları gibi etkileyici istatistiklere yer vermektedir. Kitapta ne anlama geldiği konusunda kararsız kalınan ifadelerle rastlanmıştır. Çeviri eserlerde alana adapte kaygısı taşınmadığında zaman zaman bu sorun ortaya çıkmaktadır. Genel olarak ise dili anlaşılır bulunmuştur. Eserin yazımında ağırlıklı olarak basılı kitap ve makale türü zengin kaynaklardan yararlanıldığını söylemek mümkündür. Kitabın sonunda alfabetik sıra ile aktarılmış dizine yer verilmesi, kitapta bahsedilen kuramlara, geriye dönük bakmayı kolaylaştırmaktadır.

Yazar, *Dijital Fark* isimli kitabında temelde, iletişim çalışmalarını, ikinci dünya savaşı sırasında başlayan propaganda çalışmalarından başlatmış ve günümüz yeni medya çalışmalarına kadar getirmiştir. Buna, ikinci dünya savaşı sırasında geleneksel medya aracılığıyla gerçekleştirilen propaganda çalışmalarının toplum üzerindeki etkilerinin nasıl sosyal bilim araştırmalarının odak noktası hâline geldiğiyle başlamıştır. Bu dönemde ikna, yıkıcı ve kontrolçüdür. Filmlerin, reklamların, afişlerin toplum üzerindeki etkisi şaşırtıcıdır. Hovland, ikna edici filmlerin askerler üzerindeki etkilerini anlayabilmek için bir dizi eğitime katılmıştır. İkna ve propagandanın etkileri konuşulurken, Paul Lazarsfeld, Elihu Katz, Robert K. Merton ve William Klepper gibi Columbia ekolü temsilcileri, medya etkilerinin aslında minimal düzeyde olduğunu gösterirler. Neuman ise propaganda ve kitle toplumu fikrinin artık uygun kavramsal modeller olmadığını söyler ve yerine değerlikli¹ iletişim kavramını koyar. Asimetrik iletişimin karşısında duran bu kavram, insanların neye katılmayı seçtiklerine bakmak gerektiğini önerir.

Neuman, etki araştırmalarına farklı bir bakış açısı getirerek bu araştırmaları doğası nedeniyle eleştirir. Ona göre etki araştırmalarında, medyanın insanlara yaptıklarını ölçmedeki kesinlik beklentisi karşılanabilir bir beklenti değildir. Hatta etki araştırmalarından kesin bir sonuç elde etmek mümkün değildir. Bunun iki

1 Çevirmen "valanced" sıfatını değerlikli olarak çevirmiştir.

durumdan dolayı mümkün olmadığını söyler. İlki, bolluk öncüdür. “Bolluk: Bi-reyin her gün içinde olduğu çevrede dijital çağda niceliği ve çeşitliliği artan inanılmaz sayıda sözcük ve imgeler”dir. Aşırı bilgi yüklemesi sonucu ortaya çıkan toplum, bilgi toplumdur. Bolluk paradoksu, yazılı iletişimin endüstriyel makineleşmesi ve kitlesel okuryazarlığın artışı sonucu ortaya çıkmıştır. Çevrim içi üretilen ve sunulan içeriklerin sayısının fazla olması, kullanıcıların bu içeriklere tercihlili/tercihsiz maruz kalması sonucunu da doğurmaktadır. Üstelik çevrim içi içeriklere geleneksel medyanın aksine istenilen saatte ulaşılmaktadır. Geleneksel medyanın saat 20:00’de hangi programın yayınlanacağını belirlemesi durumunu itme medyası olarak tanımlanmaktadır. Oysa çekme medyasının ara yüzlerinin analizi, itme medyasının aksine sürekli ilerleme göstermektedir.

Etkinin ölçümünde kesinliğe yer olmamasının ikinci nedeni ise çok anlamlılıktır. Anlamı ise “sözcük ve imgelerin değişken yorumlara açık olduğu gerçeğidir.” Mesaj kaynak tarafından bir anlamda kodlanır fakat kod, hedef kitle tarafından açılırken anlam çoğalır. Hedef kitledeki kişi sayısı kadar anlam olması mümkündür. İletişimin sosyal bağlamı değiştikçe anlam da değişecektir.

Kıscacası; sıradan bir insan, günlük yaşantısında sayısız dijital medya içeriğine maruz kalmaktadır. Üstelik bu maruz kalmaların çoğu tercihleri dışındadır. Tercihli ya da tercihsiz maruz kalınan her bir içerikten bireyler etkilenmektedir. Ancak bu etkinin ölçümünden kesin sonuçlar beklemek anlamsızdır. Hem maruz kalma oranı çok yüksektir hem de medya içeriğine her bir bireyin yüklediği anlam birbirinden farklı olacaktır.

Bir topluluk, ikna edici bir mesaja maruz bırakıldığında, bu maruz kalmayla ilişkilendirilebilecek bir davranış değişikliği olup olmadığı ampirik deneylerle açıklanmıştır. İletişim etkilerine dair alt yapısal kuramları medyada gündem belirleme, oligarşinin demir yasası, Matthew etkisi, sessizlik sarmalı gibi kuramlarla açıklamaktadır. Etki araştırmaları kadar iletişim dünyasının gündeminde yer alan grup araştırmaları, kutuplaşma bağlamıyla ele alınmıştır. Muzaffer ve Carolyn Sherif (1954) tarafından gerçekleştirilen Cave (mağara) deneyi ile kutuplaşma olgusuna vurgu yapılmaktadır. Topluluklar kutuplaşmaya meyillidir ve Neuman’a göre bu kutuplaşma eğilimi normaldir.

Neuman, etki yerine metin çalışan bilim insanlarına bakış açlarına hedef kitlenin tepkilerini dâhil etmelerini önermektedir. Hedef kitlelerin bir içeriğe karşı geliştirdiği tepki, o içerikten nasıl etkilendiğini ortaya koymaktadır. Kitlelerin tepkileri gözlemlendiğinde neredeyse birey sayısı kadar anlam elde edilebileceği görülmüş

olur. Böylece herkesin etkilendiğini iddia etmek yerine ikna edici olduğunu iddia ettikleri metinlerin çok anlamlı niteliğine değinmiş olurlar.

Geleneksel basın araçları üzerine kurulu bir sistemden elektronik iletişim yapısına geçiş yaparken kamusal alanda kültürel ve siyasi çoğunluğu sürdürmenin sıkıntılarına değinmiş ve buna “dijital fikir pazarı” ile çözüm üretmiştir. Ona göre “dijital kamusal alan fikir pazarına daha çok olanak sağlayacaktır ve kamusal alanın yapılandırılması için en vaatkâr ideal, serbest ve canlı fikir pazarıdır.” Politik, ekonomik ve kültürel seçkinler, iktidarlarını korumaya meyillidir. Bu da beraberinde Çin ve diğer bazı ulus devletlerin yapmaya çalıştığı gibi interneti yeniden düzenlemelere neden olacaktır. Bu nedenle yazar, geleceğin, teknolojinin evrimi yerine kamusal düzenin evrimine dayanacağını söylemektedir. Ona göre kültürel ve politik tek-biçimlilik yüzyıllar geçtikçe azalmamıştır. Birleşik Devletler’de Google internet araştırmalarının üçte ikisi ile dörtte üçü arasında bir oranı kontrol etmektedir (Auletta, 2009; Segev, 2010; Neuman, 2018, s. 249). Neuman buna dijital bekkilik ismini vermekte ve bilgi arama sürecinin bu denli kontrol altında olmasını kaygıyla karşılamaktadır.

Neuman, yeni medya ortamındaki en heyecan verici yapısal yenilik olarak sosyal medyanın patlamasını gösterir. Wikipedia, Facebook, Twitter, Youtube, Flickr ve Digg gibi web 2.0 tabanlı mecraların, çevrim içi davranışın daha katılımcı ve esnek bir tarzı olarak yorumlar. Elbette yine devlet hegemonyasının unsurları olan sansür, yıldırma, medya vergilendirmesi ve yasal düzenlemeler burada da devreye girecektir. İncelenen 37 ülkeden 23’ünde bir blog yazarı yayınladığı içerikten ötürü tutuklanmıştır. Türkiye’nin ve Güney Kore’nin de önemli ölçüde siyasi sansür uyguladığı görülmüştür. Sansür beraberinde yasa boşluklarından yararlanan uygulamaların yaygın kullanımını doğurmuştur. Doğrudan verilen örnekte “Örneğin YouTube, Türkiye’de iki yıldan fazla süre resmî olarak engellenmesine karşın Türk kullanıcılar arasındaki en popüler sekizinci internet sitesi olarak kalmıştır” yazmaktadır.

Neuman, “Özgürlük Teknolojileri” ismini verdiği bölümde, Amerikan İletişim Politikası’ndaki düzenleyici gelenekten bahseder. Bunlar; basılı yayıncılıktaki düzenlemeler, kamuya açık telefon şebekesindeki düzenlemeler ve TV-Radyo yayıncılığındaki düzenlemelerdir. Bu düzenleme gelenekleri artık uygun değildir çünkü yeni iletişim teknolojilerine dair bir düzenleme önermemektedir. İngiltere’de BBC, Kanada’da CBC kamu hizmeti yayın modelini kullanmaktadır. Bu model, hiçbir ticari finansman olmadan hem eğlence sunmayı hem de toplumu bilgilendirmeyi amaçlar. Amerika Birleşik Devletleri’nde kamu yayıncılığı çok geç dönemde gelmiştir ve çok küçük bir fonlaması vardır ve tek başına varlığı tartışmalıdır. Neuman, hükümetlerin seslerinin kamusal alana baskın çıkma ihtimalinin korkutucu olduğunu söylemektedir.

Neuman bizi bir sloganla tanıştırır: Ağ tarafsızlığı. Ağ tarafsızlığının politik bir amacı vardır. Google, Facebook, Netflix ve Amazon gibi büyük firmalar, ağ tarafsızlığını onaylamaktadır. Büyük kullanıcıların ağ tarafsızlığını benimsemesinin nedeni, kullanıcıların, ağlardan yararlanırken ücret istenmeyeceğinden emin olmak istemeleridir. Ağ tarafsızlığının benimsendiği dijital çağda fikrî mülkiyetin nasıl korunacağı bir tartışma konusu olmuştur. Neuman, mülkiyet haklarının, dijital çağda gelişmesi gerektiğini söylemekte ancak fikrî mülkiyetin nasıl korunacağına dair somut bir öneri getirmemektedir.

Teknoloji, üretim maliyetlerini düşürmüştür ve yazarlar, hedef kitleleriyle daha kolay buluşmaktadır. Fikrî mülkiyet yasalarının karmaşıklığı, ağ tabanlı bir dünyada araçların kârlılığını artırmak için onlara fırsat sunmaktadır. Kâr oranını artırma peşinde olan bu kişiler, dijitalleşmenin sürekli devam edeceğinin farkında olan kişilerdir.

Son olarak; dijital fark, üç piyasa mekanizmasına açıklık getirir: “Özelleştirilmiş toplumsal iletişimin ekonomisi değişim halindedir”, “ağ bağlantılı iletişimin yeni modelleri anlık toplumsal hareketlilik için yeni fırsatlar sunar”, “sistemli araştırma yeniliklerin hangi değer ve ideallere katkı sağladığı sorusuna cevap verir.”

Sonuç olarak kitap, iletişim dünyasını geçmişten günümüze tarihsel bir sırayla ve istatistikî verilerle taşıması nedeniyle bu alanda çalışan ya da eğitim veren herkese katkı sağlayacak niteliktedir. Günlük yaşam pratiğimizizin bir parçası hâline gelen internet, bizi hızla dijital dünyanın içine çekmektedir. Dijitalleşme; ekonomi, toplumsal hareketler, siyaset, insan ilişkileri, toplum ilişkileri gibi kitleleri etkileyen toplumsal olguları yeniden şekillendirmektedir. Bu da ona bir güç atfetmektedir. Bu gücün nasıl manipüle edilebileceği, gelecekte neye dönüşebileceği ya da ondan nasıl faydalanabileceği toplumlara anlatılmalıdır. Bu tür bilimsel kitaplar, dijital dünyada olup bitenleri anlamaya yönelik farkındalık yaratma ve bilinçlenme açısından büyük önem taşımaktadır.

Son yıllarda dijitalleşmeyle ilgili yazılmış pek çok eser bulunmaktadır. Terry Flew (2015) *Yeni Medya* isimli eserinde, yeni medya kuramlarını kapsamlı bir bakış ile sunmuş ve Neuman’dan farklı olarak çağdaş vaka çalışmaları ile birleştirmiştir. Manuel Castells ise (2011) *Ağ Toplumunun Yükselişi* isimli çalışmasında, bilgi çağının ekonomik ve sosyal dinamiklerini vurgulamış ve ağ toplumunun küresel ölçekte nasıl arttığını göstermiştir. Neuman ise çalışmasında, iletişimi, propaganda, etki, çok anlamlılık, özgürlük ve kültür bağlamlarında ele alarak literatürdeki boşluğu doldurmuştur. Bu anlamda çalışma, iletişim dünyası pratisyenleri ve eğitimcileri açısından önemli bir eser olarak alanyazındaki yerini almıştır.

Kaynakça

Castells, M. (2011). *The rise of the network society*. John Wiley & Sons.

Digital in 2019 Raporu. (2019). *We are social, 2019*. <https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know> adresinden erişilmiştir.

Flew, T. (2015). *New media* (4. Baskı). Oxford: Oxford University Press.

Neuman, R. (2018). *Dijital fark: Gündelik hayatta dijitalleşme ve medya etkileri kuramı*. G. Metin (Çev.). İstanbul: The Kitap.