

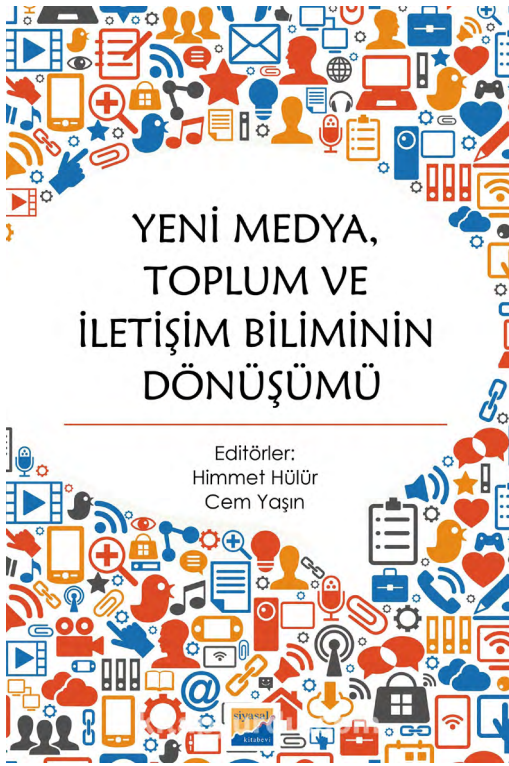
## Yeni Medya, Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü

Hülür, H. & Yaşın, C. (2021). (Ed.) Yeni Medya, Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Ezgi Açıklın Avcı, Öğr. Gör., Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi, ezgi.avci@mgu.edu.tr  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1270-0851>

### Kitap Eleştirisi

### Book Review



Çağımızın en önemli teknolojilerinden ve buna bağlı olarak bilimin de en çok ilgi alanına giren konularından biri olan yeni iletişim teknolojileri, toplumun hemen her kesimini az ya da çok etkilediği ve dönüştürdüğü gibi, geleneksel medyayı da dönüştürmüştür. Sosyal yaşantımızdaki ilişkilerimizden, satınalma pratiklerimize kadar birçok konuda belirleyici olan yeni iletişim teknolojileri, küresel bir iletişim mecrasına dönüşerek sahip olduğu kendi terminolojisi ve sistemiyle farklı bir alana evrilmiştir. Atikkan ve Tunç'a göre "Geleneksel medyanın merkezîyetçi ve kurumsal, kitlesel üretime dayalı yapısı tamamen değişmekte, medya evreni yeni bir ekosistem içinde ve yeni aktörlerle yeniden şekillenmektedir" (Atikkan, & Tunç, 2011: 214-215). Yeni Medya, Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü kitabının "Kitle Medyasından Geleneksel Medyaya İletişim Biliminin Serüveni" başlıklı giriş bölümünde yeni iletişim teknolojilerinin genelde iletişim bilimini özelde ise geleneksel yaklaşımları nasıl dönüştürdüğü konu edilmektedir (Hülür & Yaşın, 2021: 9). Sosyal, siyasi ve ekonomik yaşama entegre olan kitle iletişim araçlarının yeni medya teknolojileri ile yaşadığı dönüşüm, iletişim biliminin günümüze kadar geçirdiği tarihsel serüven ile birlikte kuramsal ve yönetsel açılarından ele alınarak irdelenmektedir. Bilgi toplumu çağında toplumsal dönüşümün merkezine teknolojik ilerlemeleri oturtan Marshall McLuhan, gelişmiş olan modern toplumun buna uygun olarak gelişmiş medya teknolojileri tarafından şekilleneceğini söylemektedir (McLuhan & Fiore, 2012: 8). Hülür ve Yaşın, insanların duygu ve düşüncelerini de etkileyen yeni iletişim teknolojilerinin, insanların birer uzantısı olmaya başladığını, buna bağlı olarak medya ekolojisinin bir ürünü olan transhümanizm kavramı ile insanların iç içe geçen simbiyotik ilişkileri ile başka bir dünyaya girdiklerini ve düşünme modellerinin de şekillendiğini ifade etmektedirler (Hülür & Yaşın, 2021: 71-72).

Kitle medyasından yeni medyaya kadar olan süreçte iletişim biliminin tarihsel sürecinin anlatıldığı 3 kısımdan oluşan kitabın "Klasik Yaklaşımların Yeni Medya Serüveni" başlıklı birinci kısmında; "Chicago Okulu ve Yeni Medya" başlıklı Kerem Özbey, yeni medyayı Chicago Okulu yaklaşımları üzerinden anlatarak, sembolik etkileşimci yaklaşımın yeni medyayı anlamada

Avcı Açıklın, E. (2022). Yeni medya, toplum ve iletişim biliminin dönüşümü. *Yeni Medya*, 2022(12), 423-426.

önemli unsurlar oluşturduğunu ifade etmektedir. Günümüzün iletişim medyası olan yeni medyayı anlamada yöntemin öneminden bahseden Özbey bu bağlamda, etnografinin dijital bir tarzda yeniden düşünülmesi gerektiğinden söz etmiştir (Hüllür & Yaşın, 2021: 92). Yeni medya teknolojilerinin getirdiği değişiklikler ve dönüşüm ele alınırken iletişim biliminin farklı yaklaşımları ile birlikte incelenmelidir. Yeni medyanın dönüştürücü gücünü ve sonuçlarını anlayabilmek açısından tarihsel ve yaklaşımsal bağlamda irdelemek önem arz etmektedir. Birinci kısmın bir diğer başlığı olan “Kitle İletişimde Etki Kuramları”nda Muharrem Çetin ve Ayça Bilmez, iletişim literatüründe sıkça karşımıza çıkan etki kuramı yaklaşımlarına odaklanarak ana akım yaklaşımların tarihi izleğini incelemektedir. “İki Aşamalı Akış Kuramı ve Sosyal Medya” adlı bölümde ise Bünyamin Ayhan ve Halil Şeker, iki aşamalı akış kuramının özelliklerini açıklarken aynı zamanda günümüz sosyal medya teknolojileri ile ilişkilendirerek yeni medya kanaat önderlerinin rolünden bahsetmektedir. Günümüz sosyal medya teknolojilerinin işlevsel özelliklerine odaklanırken ön plana çıkan bir diğer konu olan Eşik Bekçiliği kavramını ise Zafer Kıyan, “Eşik-Bekçiliği: Kurt Lewin’den Sosyal Medyaya” başlıklı bölümde ele almaktadır. Çetin Murat Hazar ve Özkan Avcı’nın “Sosyal Ağlarda Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı” adlı bölümünde ise geleneksel medyadan yeni medyaya kadar olan süreçte bireylerin bu teknolojileri kullanmaları, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramına göre ele alınmaktadır. “Yeniliklerin Yayılması Kuramı ve Yeni Medya” başlıklı bölümde Eda Turancı ve Elif Eşiyok, hızla yayılan ve kendi kullanım pratiklerini oluşturan yeni medya, yeniliklerin yayılması kuramı çerçevesinde ele alınarak son beş yılda yayınlanan bilimsel çalışmalar incelenmiş, hangi teknolojik yeniliklerin hangi ölçüde ve ne kadar benimsenerek kullanıldığı ele alınmıştır.

İletişim çalışmalarını incelendiğinde genelde karşımıza Klasik ve Eleştirel olmak üzere iki temel yaklaşım çıkmaktadır. Yeni medya, toplum ve iletişim biliminin dönüşümü kitabının ikinci kısmında “Eleştirel Yaklaşımların Yeni Medya Serüveni” başlığı ele alınmış, Kültür Endüstrisini yeni medya dünyasını anlamaya noktasında “Edilgen Sessizliği Kırmamanın Peşinde: Çevrimiçi Ortamda Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek” başlığı ile Özge Cengiz, Eleştirel Söylem çözümlemesinin sosyal medya metinlerinde incelenmesinin ne şekilde mümkün olduğu konusunu “Eleştirel Söylem Çözümlemesi, Sosyal Medya İçin Çok Modlu Olmak Zorunda mı?” başlığı ile Ömer Özer ele almaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte medya pratiklerinin de dönüşmesi kuramları ve yöntemleri de bu bağlamda yeniden düşündürmektedir. Bu noktada Betül Yeniçeri, İletişimin Ekonomi Politliğini yeni medya açısından, Bilgi Açığı Kuramını Mehmet Toplu, Ağ Toplumu konusunu Mehmet Sezai Türk ve Özkan Avcı, Medya Ekolojisi ve Transhümanizm konusunu ise Ayhan Küngörü ele almıştır.

En önemli dijital emek teorisyenlerinden biri olan Fuchs (2015), dijital emeği, bireyleri zamandan ve mekândan bağımsız olarak üreten tüketicilere dönüştüren yeni medyayı kullanma, var etme, yayma ve yeniden üretme faaliyeti olarak kavramlaştırmaktadır. Yeni medya kullanımında dijital emeğin karşılığının ne olduğu konusu ayrıca önem arz etmektedir. Kitabın ikinci kısmında Aysel Yıldız, emeğin görünümünü dijital dönüşüm sürecinde ele alırken dijital emeğin boyutlarını İsa Demir irdelemektedir.

Yeni teknolojilerin gelişmesiyle birlikte karşımıza çıkan büyük veri ve yapay zeka konuları akademik çalışmaların odak noktası haline gelmiş, söz konusu durumun günümüz dünyasında ortaya çıkarabileceği riskler ve tehditler tartışma konusu olmuştur. Fatih Keskin, “Politikada Büyük Veri ve Yapay Zeka Tartışmaları: Dünyayı Daha Öngörülebilir Kılmak Ya da Endişelerin Farkında Olma(ma)mak” başlığı altında gün geçtikçe robotik ve teknokratik bir gücün etkisi altında kalan günümüz dünyasında yaygın bir şekilde kullanılan yapay zeka ve büyük veriyi politika uygulama alanlarında incelemiştir. Barış Çağırkan’ın “Ağ Toplumunda Sanal Kimlik ve Sanal Aidiyet Algıları”

adlı bölümünde ise internet ile birlikte ortaya çıkan sosyal medya ağlarında bireylerin aidiyet, kimlik ve benliklerinin sanal dönüşümüne odaklanmıştır. Dijital çağda toplumların sosyal, ekonomik ve kültürel yaşam pratiklerinin dönüşümü ile birlikte geleneksel vatandaşlığın dijital vatandaşlığa dönüşümü ve sosyal medya ile bireylerin dijital yetkinliklerini geliştirmesi, dijital teknolojilerin gelişimi ile birlikte dijital vatandaşlık çalışmalarının da yol aldığı gelişim, Erol İlhan ve Adalet Görgülü Aydoğdu'nun "Dijital Çağda Dönüşen Vatandaşlık: Bir Literatür İncelemesi" adlı bölümünde ele alınmıştır.

Dijital yeniliklerin yayılması ile birlikte yeniden değerlendirilen kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde kitabın üçüncü kısmında Fatih Keskin, "Yeni Medya Ortamında Suskunluk Sarmalı" başlığında geleneksel medyada güçlü etkileri olan Suskunluk Sarmalı Yaklaşımını yeni medya teknolojileri üzerinden değerlendirmektedir. Dijital iletişimde önem arz eden mahremiyet konusu ise Özgür Kiran ve Ahmet Aslan tarafından, "Gözetim ve Mahremiyetin Dijital Toplumda İnşası" adlı bölümde ele alınmış, gözetim ve mahremiyet olgularının yeni medya dünyası ile birlikte geçirdiği değişim ve dönüşüm, mahremiyet ve görünürlüğün uğradığı anlam değişimi incelenmiştir. Geleneksel medyada etkileri güçlü olan bir diğer kuram, Gündem Belirleme kuramını ise yeni medya açısından Bünyamin Ayhan ve Yavuz Demir, "Gündem Belirleme Kuramı ve Yeni Medya" başlığı ile ele almıştır. Kuramın ana hatlarının anlatıldığı bölümde, kuramın tarihsel süreç içerisinde girdiği değişim ve dönüşümler de incelenmiştir. İletişim kuramları içerisinde temelde televizyon odaklı bakış açısı sunan Gerbner'in Yetiştirme Kuramı, ortaya koyduğu çözümlemelerle günümüz sosyal medya ağları üzerinde de açıklayıcı öneme sahiptir. Kitabın bir diğer başlığı olan "Yetiştirme Kuramı ve Sosyal Medya" bölümünde Ömer Özer, Yetiştirme Kuramını temel ilkeleri ile ele aldıktan sonra, kuramdan yola çıkarak günümüz sosyal medya ağlarının analizine odaklanmıştır.

Bireylerin enformasyon, görüş, tutum, duygu ve davranışlarında önemli ölçüde etkileme gücüne sahip sosyal medya ile bireylerin yanı sıra toplumsal gruplar, organizasyonlar, toplumsal kurumlar da sosyal medyanın gücünün etkileme alanının sınırları içindedir (Barrett & Braham, 1995: 84). Kemal Avcı ve Veysel Karani Şüküroğlu'nun "Tutum ve Tutum Değişimine Yönelik Geleneksel Yaklaşımlar ve Yeni Medya" başlıklı bölümde yeni medyanın bireylerin tutumlarında nasıl bir değişim yarattığını ele almaktadır. "Asparagastan Sahte Habere" başlıklı bölümde ise Muzaffer Şahin, gündelik hayatın pek çok alanına yayılan ve çok eskilere dayanan sahte bilgi ve haberlerin yayılması konusunu geleneksel ve yeni medya üzerinden güncel literatür taraması ile incelemekte; sahte haber, yanlış haber, asparagas kavramlarının da ayrımını ortaya koyarak, sahte haberlerin günümüz dijital dünyası ile birlikte artışını ele almaktadır. "Retoriğin Teknolojik Dönüşümü: Bir Yansıma Alanı Olarak Dijital Retorik" adlı çalışmasında Hülya Demir Yelaze, çok eskilere dayanan retorik kavramını tarihsel açıdan değerlendirip, günümüz medya teknolojilerinin gelişip yayılması ile retoriğin dönüşen yapısını değerlendirmiştir.

Yeni Medya, Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü kitabı, yeni medya teknolojilerinin yarattığı dönüşümü çok yönlü ve tarihsel olarak karşımıza çıkarmaktadır. Söz konusu değişim ve dönüşümün geleneksel medya ve yeni medya ikiliği içerisinde incelendiği kitap, bölümlerinde ele alınan başlıklarda kitle iletişim kuram ve yaklaşımlarının yeni medya ile yeniden değerlendirilmesi açısından önem arz etmektedir.

## Kaynaklar

Atikkan, Z., & Tunç, A. (2011). *Blogdan al haberi*. Yapı Kredi Yayınları

Barrett, O.B., & Braham, P. (1995), *Media, knowledge and power*. Routledge.

Fuchs, C. (2015). *Dijital emek ve Karl Marx*. Notabene Yayınları.

Fuchs, C. (2015). The digital labour theory of value and Karl Marx in the age of Facebook, Youtube, Twitter, Weibo. In E. Fisher & C. Fuchs (Ed.), *Reconsidering value and labour in the digital age*. Palgrave Macmillan.

Hülür, H., & Yaşın, C. (Ed.). (2021). *Yeni medya, toplum ve iletişim biliminin dönüşümü*. Siyasal Kitapevi.

McLuhan, M., & Fiore, Q. (2012). *Medya mesajı, medya mesajıdır*. (İ. Haydaroglu, Çev). Mediacat Yayıncılık.