

# İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler\*

Deniz Erdoğan 

Kitap İncelemesi Book Review



İnsanın doğal yaşam alanını dönüştürerek doğal olmayan toplumsal alanı oluşturması birçok kuramcı tarafından teknoloji ve yapıntılar (artifact) kapsamında ele alınmaktadır. Bu bağlamda insan toplulukları ve toplumu meydana getiren kurumlar ve oluşumlar da “doğal olmayan yapıntılar” olarak kavramsallaştırılır. İnsan doğadan koparak söz konusu yapıntıları oluşturur ve bir yapıntı olan kültür aracılığıyla birbirinden ayrılarak toplumsal kimlik kazanır. Öte yandan doğa ve kültür ayrımı hemen hemen tüm toplumlarda bir sınırdır. Başka bir deyişle, tüm toplumların anlamlı hale getirdiği en önemli sınır, doğa ve kültür arasındaki sınırdır. Toplamların kendilerini doğadan ayırmalarının pratik aracı kültürel ve sembolik yapıntılardır. Ortak kültür ise semboller ve dil aracılığıyla inşa edilir. Doğadan kopuşla üretilen yapıntılarla

birlikte insan bilincinin ve toplumsalın geçirdiği dönüşümsel pratikler ve süreçler bir yapıntı olan kültürü de dönüştürmektedir.

Doğada mevcut olmayan, insan tarafından üretilmiş nesnelere ifade eden yapıntı kavramına ithafen, bilincin de bir kültürel üretim ve yapıntı olduğu görüşünün temelinde doğa ve kültür ayrımı bulunur. Bu ayrımda kültür ürün, ürünü yaratan araç ise iletişim teknolojileridir. Nitekim iletişim teknolojileri insan sürülerinden, insan topluluklarına geçişi sağlamıştır. Bu doğrultuda *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* adlı kitabın giriş bölümünde editörler Cem Yaşın ve Himmet Hülür, Descartes, Kant ve Hegel'deki bilinç üretiminden başlayarak iletişim teknolojileri ve kitle iletişiminin insanın kendilik bilincinin ve toplumsalın inşasındaki rolünü dijitalleşme pratikleri ve süreçleri kapsamında ele alarak iktidar yapılarının ve enformasyon kapitalizminin eleştirel bir panoramasını çizmektedir.

*Pratikler ve Süreçler* olarak iki bölümden oluşan editoryal çalışmanın Pratikler bölümünde; iletişim ve kültürün dijital dönüşüm süreci, yapay zekâ, reklamcılık ve film endüstrisi, antroposen ve sanatın eleştirisi, sanal benlikler, e-spor, sosyal medya platformlarında özel alanın ticarileşmesi konuları üzerinden dönüşümsel pratikler ele alınmaktadır. Süreçler bölümünde ise yeni medya ve dijital kapitalizm, küreselleşme ve kolonizasyon, geleneksel medya ve yeni medya kapsamında gündelik yaşam, gündelik yaşamın doğruluk-ötesi ve dezenformasyon açısından morfolojisi, yeni medyada görünüm ve gözetim, yeni medyadaki seçim kampanyalarının analizi ve uluslararası

\*Yaşın, C. ve Hülür H. (2023) *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (Ed.). Ankara: Ütopya Yayınları, 429 Sayfa, ISBN: 978-625-98920-6-1

habercilik konularındaki çalışmalar sunulmaktadır.

Yazarlar giriş bölümünde, insanın bilinç inşasını aydınlanma düşünürlerinin insanı özne konumuna yükselterek; usavurma, bilme ve düşünceyi insanın temel özellikleri olarak kavrayışlarından itibaren yorumlayarak, doğadan kopuşla birlikte üretilen yapıntı olan kültürün dijitalleşme bağlamında dönüşümüne pratiksel ve süreçsel bağlamlarda odaklanmaktadır. Bu noktada Descartes'in septisizmi üzerine temellenen hakikat anlayışından hareketle düşünen bir şeyin (*res cognitae*) cisimsel bir şeyden (*res extensa*) ayrıldığını ve ondan bağımsız bir şekilde var olduğunu ifade ettiği "Ben" in "düşünüyorum öyleyse varım (*cogito ergo sum*)" temellendirmesine atıfta bulunmaktadır. Descartes'ın düşüncesinde "düşünüyorum (*cogito*)" ediminin dış dünyadan bağımsız olarak öznenin kendi gerçekliğini kurduğu bir yapı olmasından hareketle yazarlar, dış dünyanın bilgisine duyulan şüphenin teknolojik yapıntı olarak toplumsal bilginin bir yanılısıma olarak görülmesine vurgu yapmaktadır (Yaşın ve Hülür, 2023). Giriş bölümünde Kant'ın kuramından referans vererek bilginin sadece aklın kendi içinde ulaşabileceği bir şey olmadığını, dış dünyaya ihtiyaç duyduğunu belirten yazarlar, Kant'ta özbilincin yani kendinin fakında olma anlayışının Descartes'ın aksine "Ben" olmayanın yani dış dünyanın, nesnenin bilgisine bağlı olduğunu ifade etmektedirler. Hegel'e atıfta bulunarak özbilincin, diğer bilinçlerle ve onlarla olan ilişkisellik bağlamında ortaya çıkmakta olduğunu ve doğadan ayrılarak bencil bir canlı olan insanın sonunda ortak bir bilinçle mutlak tine ulaşacağı tezine de yer veren yazarlar, bireyin kim olduğunun bilgisinin tikel değil, toplumsal olarak üretilmiş bilgi olduğunu belirtmektedirler. Bu bağlamda yazarlar, Hegel'in özbilinç üzerinden tanımladığı toplumsal bütünlüğün evrimsel bütünselliği ile yapay zekâ ve büyük veriyi ilişkilendiren birçok akademik araştırmaya atıfta bulunmaktadır. Dolayısıyla internet ve iletişim teknolojilerindeki hız kesmeyen dönüşüm ile gündeme gelen büyük verinin, insan-sonrası (post-human) ve yapay zekâ tartışmaları bağlamında Hegel'de kurgusal olarak tanımlanmış mutlak tin kavramının insan dışında var olabilirliliğiyle ilgili bir düşünceye de

yer vermektedirler. Böylelikle insanlığın ortak bilgi birikimi olarak da yorumlanabilecek büyük verinin ve onun üzerinde yükselen bir düşünme yetisi olan yapay zekanın özbilinçle bir analogisini kurmaktadır. Hegel'in bilinç kavramı ile yapay zekâ arasında kurduğu benzeşimlerin yeniden değerlendirildiği, tini tanımlamanın varlığın farkındalığıyla beraber gittiği ve bu bağlamda bilincin bir yapıntı haline geldiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Toplulukların ve toplumsal belleğin oluşumunda, kişilerarası iletişimi sağlayarak ortak kültürel kodlar ve anlam pratiklerini üreten dilin, teknoloji ve medya türlerindeki kullanımı birtakım sonuçlar doğurmuştur. İletişim tarihinin önemli teknolojisi olan yazıyla birlikte sözlü iletişimden ve dolayısıyla sözlü kültürden ayrılan bir yazılı kültür ortaya çıkmış ve kendi içinde benzeşimsiz yazı teknolojileri ile farklılaşmıştır. İletişim teknolojilerinin toplumsal işlevi olarak toplumsal anlam ve iktidarın inşa edilmesi de bu bağlamda bir hiyerarşi yaratmıştır. Nitekim sözlü kültür içerisinde toplumsal belleğin taşıyıcısı eşzamanlı insan etkileşimi ve iletişimi, toplumsal belleğin öznesi ise insan toplulukları iken; yazılı kültürle birlikte toplumsal bellek insan ve yapıntıya dönüşerek, eşzamansız belleğin öznesini de birey oluşturmuştur. Dijital kültürle birlikte ise toplumsal belleğin ana temasını veri tabanları, iletişim biçimini ise arayüz oluşturarak eşzamansız sürekliliği ortaya çıkarmıştır. Bu noktada toplumsal belleğin öznesini ayırmış birey öbekleri oluştururken tümüyle bir bağlam çöküşü meydana gelmiştir. Öte yandan kitle iletişim araçları ve dijital kültür de insanların gündelik yaşam etkileşimi içerisinde ürettikleri bilgileri bağlamından kopararak insanları kendi gerçekliklerine yabancılaştırmışlardır. Marks'a referans verilecek olursa, söz konusu yabancılaşma, düşüncenin kendi içinde, kendinde ile kendi için bilinç ile kendinin bilinci, yani nesne ile özne karşıtlığı, soyut düşünce ile duyulur gerçeklik karşıtlığıdır (Marks, 1993:218; akt. Yaşın ve Hülür, 2023:22). Dolayısıyla dijital kültür içerisinde insanın kendi gerçeğine yabancılaşmasının bir sonucu olan bağlamsızlaşma, anlamın yapısal özelliğini, bağlamla ilişkili olan gerçeklik kavrayışını parçalamıştır. Bağlamsızlık böylelikle kültürel

ve iletişimsel yapıntıların artan performansı sonucunda gündelik hayatın temel bir kurucusu haline gelmiştir. Dolayısıyla anlamın sabitlenmesi girişimi kitle iletişimiyle sekteye uğramış ve dijital medya aracılığıyla da tümüyle insansızlaşan kültürel bir alan oluşturmuştur.

Dijital teknolojilerle birlikte kitle iletişim araçlarının yapısal değişimi insan davranışları üzerinde birçok etki yaratmıştır. Elektronik medya ve özellikle televizyonun yaygınlaşmasının en önemli sonuçlarından biri de farklı sınıflar arasındaki sınırları bulanıklaştırarak, mekânsal edimi önemsizleştirmesidir. Dijital kültürün aracı olan ağ iletişimiyle birlikte toplulukları bir araya getiren anlam ağları da fiziksel sınırlardan kurtulmuştur. Dolayısıyla yeni bir kamusal alan olarak ağlaşmış bir kamu ortaya çıkmıştır. Belleğimizdeki dünya tasarımının kitle iletişim araçlarıyla üretilen enformasyonla şekillendiği son süreçte kültür de ticari bir ürün haline gelerek endüstriyel üretim ve tüketim sisteminin bir parçası haline gelmiş ve kitleler de pasifleştirilmiştir. Adorno ve Horkheimer'a atfen, kültürün egemenlik ve iktidar ilişkilerini sürdürmek için bir emtia haline gelmesi kültür endüstrisinin temel getirilerinden biridir (Adorno ve Horkheimer, 2014; akt. Yaşın ve Hülür, 2023). Böylelikle gündelik yaşam da anlamın üretildiği bir alan olmaktan çıkarak kültür endüstrisinin ürünlerini tüketerek anlamlandırılan bir alana dönüşmüş ve türdeşlikler ortaya çıkmıştır. Enformasyona erişimin artmasıyla birlikte, kalitesi ve derinliği azalan ve bağlamından kopan bilgi, insanların yaşamları üzerinde sınırlı etkiye sahiptir; sadece üzerinde konuşulacak bir konu sağlar, onları anlamlı bir eyleme yöneltmez. Dijital dünyada insanların enformasyona erişiminin böylesine hızlanması eşzamanlı olarak toplumsal ve politik etki alanının daralması sonucunu da beraberinde getirmektedir (Postman, 1999:82; akt. Yaşın ve Hülür, 2023:27). Dijital kültürle birlikte kamusal alan da yapısal anlamda dönüşmüştür. Teknolojinin toplumsal etkisini ortaya koymak için "amaç-rasyonel eylem" ve "iletişimsel eylem" olarak ikili bir kavramsal kategori geliştiren Habermas'ın yarım kalmış bir ütopya olarak tanımladığı burjuva kamusal alanı, amaç rasyonel eylem karşısında

özgürleştirici bir kamusalılığı ifade eder. Ona göre burjuva kamusal alanındaki kamusal usavurum, ilkece toplumsal ve siyasal olarak önceden biçimlenmiş her türlü konum/rütbe bir kenara bırakılarak genel kurallar doğrultusunda gerçekleşir. Kamusal usavurumdan bu koşullar altında ortaya çıkan sonuç, aynı zamanda rasyonel olma iddiasını taşır; daha iyi olan savın gücünden doğan kamuoyu, haklı olanla doğru olanı buluşturmaya çalışan o ahlaken mağrur rasyoneliteyi talep ve iddia eder (Habermas, 2003:131, akt. Yaşın ve Hülür, 2023: 31). Bu bağlamda yazarlar, kamusal alan kuramının özünde iletişim biçiminin tarihsel olarak belirlenmiş, demokratik, çoğulcu ve uzlaşma amaçlı kişilerarası iletişimi mümkün kılan yapısına atıfta bulunarak, kamusal alanın demokratik bir ütopya olarak sönmemesinin kitle iletişim araçları ile şekillenen kamusalılığa dönüşmesinin bir sonucu olduğunu ifade etmektedirler. Öte yandan kamusalılığı ilgilendiren en önemli sorulardan biri olan internetin farklı kimlikleri rasyonel akıl yürütme amaçlı bir araya getirip getirmeyeceği sorusunu soran Papacharissi'ye (2012) referansta bulunan yazarlar, sanal ortamın fiziksel mekandaki sınırlılıkları ortadan kaldırıp ulaşılabilirlik getirmesi, topluluk ve aidiyet ilişkisini de zaman ve mekândan bağımsızlaştırmasıyla kişilerarası iletişimde katılım tercihinin ön plana çıkmasına vurgu yapmaktadır (Yaşın ve Hülür, 2023:31). İnternetin kamusal alan vasfı üzerindeki etkilerinden en önemlisi, ağ ve iletişimin kamusal ilgi ve tutumlar yoluyla tematik insan öbekleri oluşturması ve eş zamanlı olarak bu öbekleri ayrıştırmasıdır. Arama motorlarının kullandığı algoritmalar da bu ayrışmayı güçlendirmektedir.

Dijital kültürle birlikte bireyler çevrimiçi ortamlarda benliklerini belirsiz kitlelere sunmakta ve farklı bağlamlara adapte olmaktadır. Gerçek hayatta çeşitli gruplara (aile, arkadaşlar, meslektaşlar gibi) kendilerinin farklı yönlerini sunma imkânı bulamayan bireyler, sosyal medya platformlarında bu imkana sahiptirler. Bu durum da bir araya gelen farklı kullanıcıların, farklı bağlamlarının çatışmasına sebep olur. Çevrimdışı yaşamda arkadaş, iş ve aile grupları görece sabit bir bağlamda az çok ortak anlamlarla eylem ve etkileşimlerini sürdürürler

ve bu bağlamlarda üyesi oldukları gruplarda kendilerini stratejik olarak sunarlar (Marvick ve Boyd, 2010; akt. Yaşın ve Hülür, 2023). Öte yandan yazarlar, kimliği sürekli bir performans olarak kavramsallaştıran Erving Goffman'ın insanların benliklerini dramaturjik bir metafor olarak kullanarak söz konusu performansın izleyiciye göre şekillendirilen aktörler olarak tanımlamasına referans vermektedir. Buna göre bireyler bu süreç içerisinde 3 kritik rol gerçekleştirirler; "performansı sahneyenler (oyuncular), performans tarafından hedeflenenler (seyirciler) ve performansta rolü olmayan ve onu gözlemleyen dışarıdakiler. Ayrıca bu kritik roller bunları oynayanların erişebileceği bilgiye göre de ayrılabilir" (Yaşın ve Hülür, 2023). Söz konusu kimliğin performans analizi kişisel performansın sergilendiği kişilerarası etkileşim ortamları için yapılmıştır. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarındaki içeriğin büyük bir kısmı iletişim profesyonellerince tasarlanmış benlik sunumları ve anlamsal bağlamlara sahiptir. Ağ iletişimi ve sosyal medya ise kamusal, özel ve toplumsal benlik sunumları için hem bir imkân hem de bir tehdit oluşturmaktadır (Yaşın ve Hülür, 2023).

Giriş bölümü özetlenecek olursa ağ iletişimi kitle iletişiminde kamusal ve özel yaşam arasındaki enformasyon akışının doğrusallığını kırmış, enformasyon alıcılarını enformasyon üretim sistemine dahil etmiştir. Yöndeşme vasıtasıyla kişilerarası iletişim, kitle iletişimi ve ağ iletişimi bir araya gelse de ne ağa entegre olan kitle iletişim araçları ne de gün geçtikçe daha fazla arayüz aracılığıyla gerçekleşen kitle iletişim eski işlevlerini yerine getirecektir. Çevrimdışı alanda bilincin oluşum sürecinde etkili olan geleneksel toplumsal bağlam, çevrimiçi alanda zaman ve mekânın yeniden yapılanmasıyla çöküşe uğramıştır (Yaşın ve Hülür, 2023:35).

Kitabın ilk bölümü olan ve toplamda sekiz çalışmadan oluşan Pratikler (2023:69:221) adlı bölümün ilk çalışmasında Arzu Güngör ve Tuğçe Esin Pınarbaşı "Alanyazında Bir İkilem: Yapay Zekâ, Yeni Medya ve İletişim Pratiklerine Dair Bir Çalışma" (2023:71-90) başlıklı çalışmada gelişen teknolojilerin iletişim pratikleri açısından

değerlendirmesini yapay zekâ ve yeni medya çerçevesinde analiz etmektedir. Yazarların vardığı sonuca göre yapay zekâ ve iletişim ilişkisi özünde tartışmalı bir alandır ve gelişen teknolojiye yönelik ahlaki panik kavrayışından vazgeçilerek gündelik hayatın büyük bir alanını kapsayan yapay zekâ teknolojisine karşı hem içerik üreticilerinin hem de tüketicilerinin yapay zekâ okuryazarlıklarını temel alan bir bakış açısıyla yaklaşması gerekmektedir. Ayhan Küngerü ve Mahmut Rifki Ünal, "Antroposen ve Sanatın Eleştirisi" (2023:91-106) başlıklı çalışmada çağımızdaki antroposenin olumsuz etkilerine yönelik sanatın bir farkındalık ve görünürlük yaratabileceğine dair öngörülerini paylaşmaktadır. Çalışmanın ortaya koyduğu sonuç; dijital sanat ya da başka bir ifadeyle sanatın dijital hali, öncelikle insanların antroposen dönemdeki sanat hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadır ve dijitalleşme ekolojik sanat pratiklerinin hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmasına olanak vermekte ve fiziki ortamlara ihtiyaç duyma durumunu ortadan kaldırmaktadır.

Ece Erol ve Murat Erol, "Yeni Medya, Sanal Benlik ve Avatar" (2023:107-122) başlıklı çalışmada yeni medya teknolojilerinin ilerlemesi ile birlikte sanal ortamlarda sanal benlik temsili avatarlar üzerinden açıklayarak dijital iletişimin geçirdiği dönüşümün analizine ve kullanıcı-avatar ilişkisinin psikolojik etkilerine yer vermektedir. Sanal-gerçek ayrımının ne derece muğlaklaştığını ortaya koyan yazarlar, sanal ortamlardaki avatarların, bireylerin kendilerini farklı türlerde temsil etmelerine fırsat verdiklerini ve dijital ortamın merkezindeki kimlik temsili pratiğinin avatarlar aracılığıyla gerçekleştiğini öne sürmektedir. Bahar Kayıhan, "Sporun Dijital İletişim Teknolojileri İle Dönüşümü: Dünyada ve Türkiye'de Spor" (2023:123- 140) başlıklı çalışmasında e-sporun tarihsel gelişimini, Türkiye'deki gelişimini ve e-sporun sorunlarını ele almaktadır. Çalışmada e-sporun sanayi toplumundan bilgi ve iletişim temelli bir topluma geçişinveyeni medyateknolojilerinin gelişiminin bir sonucu olarak ortaya çıktığına vurgu yapılmaktadır. Canay Umuç, "Göstergeler Dünyası Olarak Sosyal Medya" (2023:141-160) başlıklı çalışmada iletişim bilimleri alanında önemi artan sosyal medyada gösterge konusunu incelemekte ve gösterge

ve sembolizmin hâkim olduğu sosyal medyanın hayatımızı ne derecede şekillendirdiği ve gerçeklik algımızı ne derece etkilediği üzerinde durmaktadır. Çalışma iletişim, kültür ve sembollerin dijital dünyada nasıl etkileşime girdiğini anlamak için göstergebilimin sosyal medya üzerinden önemli bir katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Emrah Öztürk ve Eda Turancı'nın "Instagram'da Özel Alanın Ticarileşmesi: Influencerlar Üzerinden Bir Değerlendirme" (2023:161-178) başlıklı çalışmada kamusal ve özel alanın hangi kavramsal ve mekânsal içeriklerle ayrılacağına önemli bir tartışma konusu olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda günümüzde yeni internet ortamının da etkisiyle mekânın tanımlanması, uzamsal niteliğinin yeni boyutları içermesi ve sosyal medya gibi araçların kullanım yoğunluğunun artması sebebiyle daha önce deneyimlenmemiş bir iletişim, konuşma ve görüşme ortamının geliştiği ve bunun da kamusal ve özel alan tanımlamalarını yeniden ele almayı gerektirdiği belirtilmektedir. Zübeyde Süllü "Yapay Zekâ Çağında Reklamcılık" (2023:179-200) başlıklı çalışmada reklamcılık sektörünün yapay zekâ ile birlikte nasıl dönüşümsel bir süreçten geçtiğini incelemektedir. Tuna Kuzucan ve Yeliz Yazıcı "Yapay Zekâ ve Film Endüstrisi" (2023: 201-2019) başlıklı çalışmalarında bilginin 0 ve 1'e dönüşerek akış kazandığı dijital dönemde, sinema endüstrisinin yeni medyayla birlikte nasıl bir değişim ve dönüşüm geçirdiğini ele almaktadır.

Kitabın ikinci bölümü olan ve toplamda sekiz çalışmadan oluşan Süreçler (2023:221-428) kısmında yeni medya ve dijital kapitalizm ilişkisi mevcut literatür ekseninde tartışılmaktadır. A. Sevtap Demir "Yeni Medya ve Dijital Kapitalizm: Literatür Üzerine Bir Değerlendirme" (2023: 223-242) adlı çalışmada sermaye birikimi ile kârı maksimize etme mantığının yalnızca muhafaza edilmekle kalmayıp daha da derinleştirildiğine yönelik bir sonuç ortaya koymaktadır. Erhan Hancıgacaz "Küreselleşme, Kolonizasyon ve Yeni Medya" (2023: 243-268) adlı bölümde tercihen olmaktan çok mecburi olarak kullanıma sokulan yeni medya teknolojilerinin sistemle ilişkisine işaret etmektedir. Mehmet Toplu "Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Gündelik Yaşam" (2023:

269-307) adlı çalışmasında kaleme aldığı bölümde medya ve gündelik yaşam arasındaki karşılıklı etkileşimin pratik sonuçlarına tekabül eden göstergelere dikkat çeken bir katkı sunmaktadır. Ömer Dönmezçelik, "Gündelik Hayatın Morfolojisi Açısından Doğruluk- Ötesi Sosyal Medya: Sahte, Yalan ya da Yanlış Bilgi İçeren Gündelik Hayat Pratikleri" (2023: 307- 344) adlı çalışmada bireylerin sosyal yaşantılarında grup içi dinamiklere uyum sergilemek için sosyal medyada paylaşılan ve yoğun etkileşim alan ve aslında inanmadıkları sahte bilgileri doğruymuş gibi dolaşıma sokabildiklerinin yanı sıra doğrulukla uyuşmayan ama doğruluk olarak sunulan argümanlara yoğun bir talebin olduğu sonucuna varmaktadır. Deniz Erdoğan "Sanal Kimlikler ve Dijital Panoptikon: Yeni Medyada Görünüm ve Gözetim" (2023: 345-362) adlı çalışmada sanal kimlikler ve dijital panoptikon kavramı ekseninde kimliğin görünümü, gözetimi ve dijital kültür kapsamında nasıl özneleşerek iktidarın alanına girdiği süreci çözümlemektedir. Mesut Ballı "Yeni Medya ve Seçim Kampanyalarının Dönüşümü" (2023:363-388) başlıklı çalışmada seçim kampanyalarını kitabın sorunsalı ekseninde değerlendiren ayrıntılı bir analiz ortaya koymaktadır. Mehmet Özdemir ile Ayşegül Saylan "Yeni Medya ve Uluslararası Habercilik" (2023:389-405) adlı çalışmada yeni medyanın tarihsel serüveni ışığında uluslararası haberciliğin güncel denklemlerini ele almaktadır. Özgün Dinçer ise "Yeni Medya ve Haberin Coğrafyası: Değişmeyen Örüntüler" (2023:407-428) başlıklı çalışmada buraya kadar anlatılanların oluşturduğu bağlamı, mekân ile kesişen noktaları düzleminde tartışmaktadır.

Kitap, tüm bu çalışmaların sunmuş olduğu özgün kuramlarla kitle iletişim araçlarının ve enformasyon teknolojilerinin maddi bilinci, rasyonel akli, dil ve performansı ve bunlarla bağlantılı olarak bireyin toplumsallaşma pratiğini nasıl dönüştürdüğünü analiz ederken, bağlamsızlaşmanın, anlamın yapısal içeriğinin bozuntuya uğramasının ve dolayısıyla bireyin kendisini sözde özgür bir varlık olarak tezahür etmesinin aslında bir yanılsamadan başka bir şey olmadığı sonucuna varmaktadır. Yazarlara göre söz konusu yanılsama; biçimi

kültür endüstrisinin binlerce seçenek sunmasının bir tür kurgusal özgürlük vaadi yaratması ve aslında bireyin seçimlerinin, özgürlük alanı ve momentinin tamamen türdeşlikler yaratan kapitalizm tarafından belirlenmesinden başka bir şey olmadığıdır (Yaşın ve Hülür, 2023).

## Kaynaklar

Ballı, M. (2023). "Yeni Medya ve Seçim Kampanyalarının Dönüşümü". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 363-388) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Demir, S. (2023). "Yeni Medya ve Dijital Kapitalizm: Literatür Üzerine Bir Değerlendirme". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 223-242) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Dinçer, Ö. (2023). "Yeni Medya ve Haberin Coğrafyası: Değişmeyen Örüntüler". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 407-428) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Dönmezçelik, Ö. (2023). "Gündelik Hayatın Morfolojisi Açısından Doğruluk- Ötesi Sosyal Medya: Sahte, Yalan ya da Yanlış Bilgi İçeren Gündelik Hayat Pratikleri" C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 307- 344) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Erdoğan, D. (2023). "Sanal Kimlikler ve Dijital Panoptikon: Yeni Medyada Görünüm ve Gözetim" C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 345-362) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Erol, E. ve Erol, M. "Yeni Medya, Sanal Benlik ve Avatar" C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s.107-122) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Güngör, A. ve Pınarbaşı, T.E. (2023) "Alanyazında Bir İkilem: Yapay Zekâ, Yeni Medya ve İletişim

Pratiklerine Dair Bir Çalışma". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s.71-90) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Hancıgacaz, E. (2023). "Küreselleşme, Kolonizasyon ve Yeni Medya". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s.243-268) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Kayıhan, B. (2023). "Sporun Dijital İletişim Teknolojileri ile Dönüşümü: Dünyada ve Türkiye'de Espor". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s.123- 140) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Kuzucan, T. ve Yazıcı, Y. (2023). "Yapay Zekâ ve Film Endüstrisi". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 201-209) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Küngerü, A. ve Ünal, M.R. (2023). "Antroposen ve Sanatın Eleştirisi". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 91-106) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Süllü, Z. (2023). "Yapay Zekâ Çağında Reklamcılık". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 179- 200) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Özdemir, M. ve Saylan, A. (2023). "Yeni Medya ve Uluslararası Habercilik". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 389-405) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Öztürk, E. ve Turancı, E. (2023). "Instagram'da Özel Alanın Ticarileşmesi: Influencerlar Üzerinden Bir Değerlendirme". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 161-178) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Toplu, M. (2023). "Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Gündelik Yaşam". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 269-307) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Umuç, C. (2023). "Göstergeler Dünyası Olarak Sosyal Medya". C. Yaşın, & H. Hülür (Ed.), *İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler* (s. 141-160) içinde, Ankara: Ütopya Yayınları.

Yaşın, C. ve Hülür H. (2023) "*İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler*" (Ed.). Ankara: Ütopya Yayınları.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

Doktora Öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi  
Sosyoloji Anabilim Dalı, deniz.erdogan@hacettepe.edu.tr

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Erdoğan, D. (2024). Kitap İncelemesi: İletişim ve Kültürün Dijital Dönüşümü: Pratikler ve Süreçler. *Yeni Medya* (16), 433-439.