

Thomas H. Davenport ve John C. Beck

Dikkat Ekonomisi (Çev. Sarper Diktaş). İstanbul: Optimist Yayınları, 2010, 240 s. ISBN 978-605-5655-18-1

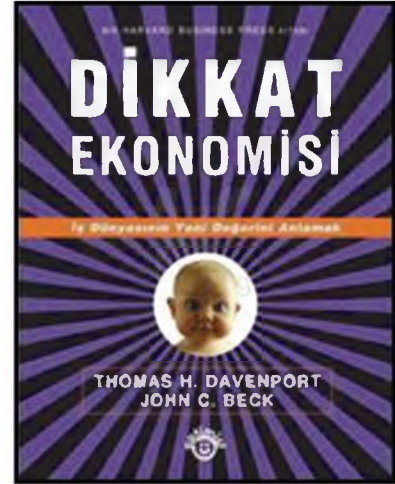
Book Review

The Attention Economy. Translated by Sarper Diktaş and published by Optimist Publications, *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business* (originally published by Harvard Business School Press) stands out as a new and significant work. The book analyses the psychological dimensions of attention while presenting its key applications in advertising, e-commerce, information management and strategy.

Dikkat Ekonomisi: İş Dünyasının Yeni Değerini Anlamak (orijinal adı *The Attention Economy*, orijinal yayımcısı Harvard Business School Press), Sarper Diktaş'ın Türkçe çevirisiyle, Optimist Yayınları tarafından yayımlanan yeni ve önemli bir çalışma olarak dikkat çekiyor.

Kitabın yazarlarından Thomas H. Davenport, Accenture Stratejik Değişim Enstitüsü Direktörü ve Babson Üniversitesi'nde misafir profesördür. Aynı zamanda, *Mission Critical: Realizing the Promise of Enterprise Systems ve Process Innovation: Reengineering Work Through Information Technology*, *Düşünerek Yaşayanlar: Bilgi İşçileri ve Temel Özellikleri* (Bahçeşehir Üniversitesi, 2006) kitaplarının yazarı, *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know (İş Dünyasında Bilgi Yönetimi: Kuruluşlar Elleriindeki Bilgiyi Nasıl Yönetirler?)*, Laurence Prusak ile, Rota, 2001) kitabının yardımcı yazarıdır.

Dikkat Ekonomisi kitabının diğer yazarı John C. Beck, Accenture Stratejik Değişim Enstitüsü'nde Üst Düzey Araştırma Görevlisi, UCLA Anderson Yönetim Kurulunda misafir profesördür.



Dikkatin psikolojik boyutlarını inceleyerek, reklamcılık, e-ticaret, bilgi (enformasyon anlamında kullanılmıştır) yönetimi ve stratejiye ilişkin kilit uygulamalar sunan kitabın içindekiler bölümünde;

- İş Konusunda Yeni Bir Perspektif: Dikkat Ekonomisine Hoş Geldiniz
- Dikkat, Hikâyenin Şimdiye Kadarki Kısmı: Dikkat Nedir ve Ne Değildir?
- Gözyuvarları ve Siber Marketler: E-Ticaret ve Dikkat
- Komuta Performansı: Liderlik ve Dikkat
- Odaklı Tercihler ve Küresel Kaynaklar: Strateji ve Dikkat
- Örgüt Şemasının Dışında: Örgütsel Yapı ve Dikkat
- “(Çok, Çok Fazla) Mesajınız Var”: Enformasyonu, Bilgiyi ve Dikkati Yönetmek

gibi önemli başlıklar yer alıyor.

Kitabın hazırlanış öyküsü, önsözde şu şekilde betimleniyor: “*Dikkat konusunu ilk olarak hem duygusal hem de coğrafi anlamda etkileyici bir ortamda tartıştık. Ogunquit, Maine’deki Cliff House adlı otelin deniz manzaralı yemek salonunda kahvaltı yapıyorduk. Yirmi yılın ardından bu ilk buluşmamızdı. Öğrenci (John) ve ondan pek de yaşlı olmayan profesör (Tom) olarak birlikte çalışmıştık ve şimdi de Accenture (o zamanlar adı Andersen Danışmanlığı) Araştırma Merkezinde iş arkadaşı olacaktık. ‘Ne araştırmak istiyorsun John’ diye sordu Tom mısır gevreğinden bir parça yemeden önce. Hafif bir kaygıyla, ‘Dikkat konusuyla gerçekten ilgileniyorum’ diye yanıtladı John. Konunun herhangi bir iş araştırmacısının listesinde üst sıralarda olacağına ihtimal vermiyordu. ‘Bu harika. Ben de’ diye hemen lafa girdi Tom*” (s. 9).

Önsözde belirtildiği üzere bir araştırma grubu, bir araştırma projesi geliştirip, sonuçlara bağlı olarak “belirsiz” buldukları dikkat konusunda bir kitap yazmaya karar veriyorlar. Bu kararın sonunda “Dikkat Ekonomisi: İş Dünyasının Yeni Değerini Anlamak” adlı yapıt ortaya çıkıyor. Kitabın yazarları, bu çalışmalarında, farklı iş deneyimlerine bağlı olarak “dikkat” konusunu farklı yönleriyle irdeliyor. Bu durum, konunun işlenişini tekdüzelikten çıkarıp, hareketli kılıyor.

“*Hepimiz bir dikkat ekonomisinde yaşıyoruz. Bu yeni ekonomide sermaye, işgücü, enformasyon ve bilginin hepsi oldukça verimli bir kaynak oluşturuyorlar. Bir iş kurmak, müşterilere ve pazara ulaşmak, bir web sitesi hazırlamak, ilan ve reklam tasarlamak çok kolay. Yetersiz olan insan dikkati. Telekomünikasyondaki bant genişliği*

bir sorun değil ama insanınki bir sorun. Bir dönem, yazılım dünyasının ileri gelenleri “enformasyonu parmaklarınızın ucuna getirmek” konusunda oldukça ihtiraslıydılar. Artık buna sahibiz, hem de geniş çapta. Ancak insanlar bu enformasyona ayıracak fazladan dikkat bulamadıkları takdirde kimse bundan haberdar olmayacak, bir şey öğrenmeyecek ve etkilenmeyecek” (ss. 14-15).

Kitabın her bölümünde konunun örnek olaylarla ve yardımcı kaynaklarla desteklendiği görülüyor. Oldukça akıcı bir dilde, günümüz organizasyonlarını başarıya götürecek yollar anlatılıyor. “Dikkat ekonomisi” döneminde sahip olduğumuz bilgiyi kullanma becerisine “dikkat” çekiliyor. Başarının anahtarı olarak gösterilen “dikkat”, “etrafımızdaki karmaşık dünyayı daha iyi bir yer haline getirmek için gerekli olan karar ve adımlar arasındaki kayıp halka” (s.15) olarak betimleniyor ve bu betimleme ilk bölümden başlayarak kitabı okuma ve bir an önce bitirme isteği uyandırıyor. Yazarların, yardımcı kaynaklardan alınan çarpıcı bölümleri sayfa sonlarında ya da çerçeveler içinde okuyuculara aktarmaları da konuyla yakından ilgilenen araştırmacılar için önemli bir fırsat sunuyor.

“Tüketicilerin, hissedarların, potansiyel işçilerin ve benzeri grupların dikkati nasıl çekilir ve korunur; artan seçenekler karşısında kendi dikkatleri nasıl paylaştırılabilir. Bunu çözebilen kişiler ve şirketler başarılı oluyor. Çözemeyenlerse kaybediyor” (s. 15), düşüncesiyle yola çıkılan kitap, alanımızda sıkça tartışılan bilgi yığını gerçeğini ortaya koyuyor: Kitaplar, dergiler, işyerinde üretilen belgeler, kataloglar, mektuplar... Kullanım oranı gittikçe yükselen sayısal ortam... En iyi arama motorunun bile yetersiz kaldığı “iki milyardan fazla” (s.17) web sayfası, elektronik veritabanları... “Film izlemek istediğinizdeyse, 1990 yılındakine oranla yüzde 80 daha fazla değişik film seçeneğine sahipsiniz” (s. 17).

Yaşamımızda bilgi yoğunluğundan kaynaklanan bir karmaşa yaşıyoruz. Günümüzde, eskisinden çok daha fazla bilgiye çok daha kısa bir sürede erişebiliyoruz ancak artık toplumdaki tüm bilgilere yeterli dikkati verebilmemiz oldukça zor. Kitabın bütünselliğinde okumamız sürerken; “Bu bilgi yığını içinde yaşarken, asıl odaklanmamız, dikkat etmemiz gereken bilgileri kaçırıyor olabilir miyiz?”, “Kaçımız dikkatimizi işimizdeki ya da kariyerimizdeki asıl önemli konulara odaklayabiliyoruz?” sorularını kendimize de soruyoruz. Dikkatin iş dünyası ile yakından ilgili olan dört bakış açısıyla (dikkat ölçümü, dikkatin psikolojik ve biyolojik boyutları, dikkati

şekillendiren ve koruyan teknolojiler, dikkat yönetiminin bir sanat haline geldiği endüstri dalları) betimlendiği kitap; günümüz ekonomik koşullarında başarıyı yakalamanın dikkat çekmeye bağlı olduğu düşüncesini iletiyor.

Evet! Bilgi organizasyonlar için güç anlamına geliyor ancak; ne kadar çok bilgi o kadar güç, demek doğru değil. Önemli olan gerekli / istenilen / aranan bilginin dikkatle algılanıp değerlendirilmesidir. “*Dikkatin en önemli fonksiyonu, enformasyonu almak değil, onu tarayıp çıkarmaktır*” (s. 70).

Kitabın son bölümünde yazarlar bazı öngörülerde bulunuyor:

- Daha çok enformasyon daha çok yetkilendirme gerektirecek (s. 227).
- Enformasyonu öncelik sırasına koymak, üzerine yoğunlaşmak, tepki vermek ve ilgisiz veriyi elemek, en az enformasyonu elde etmek kadar önemli olacak (s. 228).
- Dikkat teknolojileri, aile ilişkilerini ve diğer kişilerarası ilişkileri güçlendirmede gittikçe daha fazla kullanılacak (s. 229).

Kitapta yer alan düşünceler eşliğinde; farklı düşünme, farkındalık, anlamsallık, öğrenme, algı ve dikkat kavramları ile bu kavramlar arasındaki ilişki etrafımızı kuşatıyor. Böylece okur, kendisini sürükleyici bir bilgi serüveni içinde buluyor. “Dikkat” konusuna yapılan vurguların odağında bir solukta okunan kitabın son cümlesi ise beklentilerin biraz dışında gibi görünüyor...

Süreyya Çankırı

Araş. Gör., İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi

Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü

scankiri@istanbul.edu.tr