

SONSUZ DİKKAT DAĞINIKLIĞI*

Gündelik Yaşamda Sosyal Medyaya Odaklanmak

DOMINIC PETTMAN, kültür, eleştiri ve medya teorisinde uzmanlaşmış bir araştırmacı ve akademisyendir. New York'taki New School for Social Research'te Kültür ve Medya alanında dersler veren Pettman dijital kültür, yeni medya, modern edebiyat, görsel kültür, işitsel kültür, popüler ve popüler olmayan kültürler, duygulanım teorisi, libidinal ekonomiler gibi alanlarda çalışmalarını sürdürmektedir.

Çeşitli dergilerde çok sayıda makalesi bulunan Pettman'ın başlıca eserleri şunlardır: *Humid, All Too Humid* (Punctum Books 2015), *In Divisible Cities* (Punctum Books 2013), *Look at the Bunny* (Zero Books 2013), *Human Error* (Minnesota 2011), *Love and Other Technologies* (Fordham 2006).

***SEL YAYINCILIK / ARAŞTIRMA - İNCELEME**

***SEL YAYINCILIK**

Piyerloti Cad. 11 / 3 Çemberlitaş - İstanbul
Tel. (0212) 516 96 85

<http://www.selyayincilik.com>
E-mail: halklailiskiler@selyayincilik.com

SATIŞ - DAĞITIM:
Çatalçeşme Sokak, No: 19, Giriş Kat
Cağaloğlu - İstanbul
E-mail: siparis@selyayincilik.com
Tel. (0212) 522 96 72 Faks: (0212) 516 97 26

***SEL YAYINCILIK:866**
ISBN 978-975-570-874-4

SONSUZ DİKKAT DAĞINIKLIĞI

Dominic Pettman

Günelik Yaşamda Sosyal Medyaya Odaklanmak

Türkçesi: Yunus Çetin

Özgün Adı:
Infinite Distraction
Paying Attention to Social Media

© Dominic Pettman, 2016
© Polity Press Ltd., Cambridge aracılığıyla Sel Yayıncılık, 2017

Genel Yayın Yönetmeni: İrfan Sancı
Editör: Bülent Doğan
Düzeltili: Mısra Gökyıldız
Kapak tasarım ve teknik hazırlık: Gülay Tunç

Birinci Baskı: Haziran, 2017

Baskı ve Cilt: Yayılcılık Matbaası
Fatih Sanayi Sitesi, 12/197-203
Topkapı-İstanbul, 567 80 03

Sertifika No: 11931

Dominic Pettman

Sonsuz Dikkat Dağınıklığı

*Gündelik Yaşamda
Sosyal Medyaya Odaklanmak*

Türkçesi: Yunus Çetin

İÇİNDEKİLER

Teşekkür.....	7
Önsöz: Mesajlaşma Dışında Hiçbir Şey Yoktur	9
Giriş: Kafesteki Kuş Neden Öter Bilirim	15
1. Hipermodülasyon (ya da Dijital Haletiruhiye Halkası)	34
2. Senkronizasyon İstenci	46
3. Algoritmanın Köleleri.....	66
4. Muzır İçeriğe Dikkat: <i>Fapping</i> ve Dikkat Dağıtıcı Başka Erotik Şeyler	78
5. Sonuç Tek Boynuzlu Atın Peşinde	91
Notlar	105
Kaynakça.....	121

Önsöz:

Mesajlaşma Dışında Hiçbir Şey Yoktur

Elinizdeki kitabın tohumları, sıradan bir Facebook paylaşımıyla atıldı. Medya ekolojisi ve teknolojik evrim açısından düşünürse, bu biraz da kuşla başlayıp sonunda dinozora varmaya benziyor. Kültür ve medya profesörü olmama –yani, teknolojik vaatlere ve pratiklere meslek icabı kuşkuyla yaklaşmama– rağmen zamanımın önemli bir kısmını sosyal medya alanlarında harcadığımı söyleyebilirim. Konu üzerinde çalışan arkadaşım Jonathan Crary’ye göre bunun nedenleri benim –herkes gibi– “dijital bireyselleşmeye ve kendi kendini yönetmeye yönelik zorunlu tekniklere” (s. 43) kısmen boyun eğmek zorunda kalışımı dayanıyor kuşkusuz. Fakat dolaylı sosyalleşmenin bana bol miktarda bıkkınlık, usanç ve asabiyetin yanı sıra minik hazlar da getirmediğini iddia edersem yalan olur. Üstelik paylaştığım ya da bağlantı verdiğim her düşünsel gözleme karşılık, bilgi verip aydınlatmaktan ziyade dikkat dağıtma amaçlı, incir çekirdeğini doldurmayacak bir sürü önemsiz bilgi kırıntısı paylaştığımı saklayacak değilim. Zamanımı boşa harcamakla ya da kaytarmakla itham edilecek olsam, mesleğimi bahane edebilirim elbette. “Düşmanını tanı.” Fakat bir şeye dair eleştirel-teorik bir perspektife sahip olmak bizi illaki ondan muaf kılmaz. Bir problemi düşünsel olarak kavramak (hepimizin aşk hayatlarımızdan olduğu kadar kredi kartı ekstrelerimizden de bildiği gibi) aynı şeyle duygusal bir ilişki kurmayı engellemez.

İleriki sayfalarda, “dikkat dağılmasının dijitalleşmesi” diyebileceğimiz şeyin yanı sıra, onun ışık saçan gölgesinin, yani dik-

katin bazı kaygı uyandırıcı etkileri incelenecektir. Dolayısıyla elinizdeki kitap bu sıkı sıkıya birbirine bağlı iki olguyla ilişkili belli birtakım teknolojik, kültürel, toplumsal ve politik takımıydızlara değinecektir. Dikkat dağılmasına yönelik günlük yahut sıradan örneklere ilişkin anekdotlardan ağır Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu vakalarına dair resmi raporlara kadar her mecrada, dikkat bozukluğu salgını için genelde teknoloji mesul tutuluyor. Gerçekten de “medya”, huysuz eleştirmen Theodor Adorno’nun küçümseyici şekilde “şaşı bak şaşır türü oyalayıcı şeylere takılıp kalma” olarak adlandırdığı şey için tasarlanmış bir dikkat dağıtma makinesi olarak tasvir edilegelmiştir. Benim gibi öğretmenler için, dikkat nasıl can damarımızsa, dikkat dağılması da can düşmanımızdır. Gelgelelim –terörden hastalığa, yolsuzluktan sömürüye, adaletsizlikten eşitsizliğe ve ekolojik yıkıma kadar– dünyamızın iç karartıcı ahvali düşünülduğünde, gençleri dikkatlerini vermeye zorlayınca vicdanımızın sızlaması işten bile değil. Dünyanın nasıl işlediğini ne kadar derinden fark edersek, elimizi kolumuzu bağlayan bir öfke, hınç, bunalım, utanç ve acizlik sarmalına kapılmamız o kadar kolaydır. Sosyal medyanın bu kadar bağımlılık yaratmasının nedenlerinden biri de kuşkusuz budur: kitlelerin yeni afyonu. Ağrıyı giderir. Kişisel deneyim sahamızın hemen dışarısında acı çekenlerin çığlıklarını (ya da bilhassa keyifsiz bir günde kendi zihnimizdeki çığlıkları) perdeler. Yürütülecek daha iyi iktisadi ya da toplumsal politikalarla, yaşadığımız çoğu sorun çözülecek diye bir kaide olmadığı muhakkak. Travmanın önemli bir kısmı insan olmaktan, dolayısıyla da gerek faniliğin gerek bizi bekleyen diğer bedbaht akıbetlerin farkında olmamızdan ve bu durumun omzumza bindirdiği yükten ileri geliyor. “Ölüme, sefalete ve cehalete çare bulamayan bizler,” diye yazar Pascal, “mutlu olmak adına bu gibi şeyler üzerine düşünmemeyi seçtik.” Sosyal medya bu gibi şeyler üzerine düşünmememizi sağlar. Dolayısıyla sosyal medyaya dair fikir yürütme çabasında daha baştan bir ironi söz konusudur.

Sosyal medyanın bir şey, bir yer ya da yeni bir ortam olmadığı yine en baştan belirtmeliyiz. Sosyal medya bir terkip, bir kavramdır. Artık yeni şekillerde kurulmuş daha eski medya biçimlerini bilhassa kapsayan sanal, evrilen bir unsurlar toplamıdır. Dolayısıyla pek çok yolla bizi ve etkileşimlerimizi şekleştirmeye uğraşsa da, “onu” sabit bir nesne haline getirecek şekilde şekleştirme hatasına düşmemeliyiz. Nasıl ki Guy Debord’un Gösteri mefhumu sadece savaş sonrası medyada dolaşan imgelerin toplamını belirtmenin yanı sıra, artık zihnimizde derinlemesine yer etmiş imgeler üzerinden düşünme ve ilişkilendirme biçimlerimizi ifade ediyorsa, “sosyal medya” da hayatımıza yeni girmiş iletişim araçları ve eğlence teknolojileri üzerinden aynı anda hem sınırsız hem de sınırlanmış etkileşim kurma biçimlerimizi adlandırmaktadır. *Sınırsız*, çünkü sosyal medyanın çizdiği çatallanan yollarda aynı seyri izleyecek iki kişi bulunamaz (her birimizin kendine has ilgi alanları ve etkileşimleri vardır). *Sınırlanmış*, çünkü bu ilgi alanları ve etkileşimler, ihtiyari ve itaatkâr ticaretin parlak ışığı altında toplanabilmemiz adına hepimizi bir araya getiren kabloları, uyduları, kanalları, siteleri, sunucuları ve uygulamaları elinde bulunduran (sayıları giderek azalmış) tüzel kişiliklerin belirlediği güzergâhlarda yürütülür. (Günümüzde sosyal alım satımdan ziyade iktisadi alım satım tercih ediliyor ama pazarlamacılar, ikincisinin simülasyonunu üreterek birincisini canlandırabildiklerini kısa süre önce keşfetmiş durumda.)

Sosyal medyayı şeytan gibi göstermenin hiçbir anlamı olmadığı da açıklığa kavuşturulmuş, çünkü tek bir *yer* söz konusu değil. Gelgelelim, sıklıkla sosyal medya adıyla anılan yeni iletişim biçimlerindeki kaygı verici bir eğilime odaklanmak niyetindeyim. Dolayısıyla bu bir sosyal medya eleştirisi değil, ki böyle bir yaklaşım sırf teknoloji yüzünden toplumu eleştirmeye benzerdi. Sayısız şirketin markalaştırmaya çalıştığı anlamıyla “sosyal medya”nın eleştirisinden söz etmek daha doğru olur. Yani, odağımızı daraltmak, dikkatimizi devamlı şekilde verme kabili-

yetimizi ketlemek ve aramızdan mümkün olduğunca çok kişiyi dizginsiz tüketimin etkileşimli sahasına gütmek için incelikle ayarlanmış mekanizmalardan müteşekkil, sahne dışındaki koca bir endüstriye işaret eden dar, basit anlamıyla sosyal medya.

Medya akışının sürekli ertelenen ve asla yerine getirilmeyen saf vaadi, ekranlarımızı takıntılı şekilde yenilememizi talep eder. Zamana ait yeni ölçüt gerçek zamanlılıktır. Toz tutabileceğimiz (ya da gerçekten bir şeyler öğrenebileceğimiz) geçmişte, tarihte ve arşivde mahsur kalmayalım diye her şeyin canlı yayınlanabilmesi adına olağanüstü enerji sarf edilmektedir. Bir anlığına gözünü ekrandan ayırmaya yeltenirsen, hayatını değiştirmeyi vadeden tweet'i, gönderiyi ya da güncellemeyi kaçırabilirsin. Bağlantılara en iyi ihtimalle birkaç günlük ömür biçiliyor. Her şey akış halinde. Oysa her gün bir öncekinin aynısı gibi geliyor.

Herakleitos'u uyarlayacak olursak, günümüzde aynı canlı akışa iki kez girilemez.

Oysa dijital nehir fazlasıyla tanındık.