

Fuchs'un Dijital Emek Sömürüsü Kavramı Bağlamında Ekşi Sözlük'ün İncelenmesi*

Analysis of Ekşi Sözlük In The Context Of Fuchs' Prosumer Commodification and Digital Labor Exploitation Concepts

Eda ÇALGÜNER KILINÇ  Zakir AVŞAR 

Araştırma Makalesi / Research Article

Başvuru / Received: 29.09.2023 ■ Kabul / Accepted: 29.10.2023

ÖZ

Yeni medyanın ekonomi politiği; yeni medyanın içinde barındırdığı ticari potansiyeli ile birlikte kültürel ve sosyal boyutunu da kapsayarak kapitalizmin dijital alana doğru genişlemesini inceleyen önemli bir alandır. Çalışmaları büyük veri kapitalizmi, dijital emek, kullanıcı verilerinin metalaşması, dijital sömürü ve dijital gözetim kavramları ekseninde şekillenen Fuchs, iletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım kapsamında yaptığı araştırmalarla, alana dair temel unsurları dijital çağın güncel yapısını gözeterek incelemesi bakımından öne çıkan bir araştırmacıdır. Bu çalışmanın konusu, dijital medyada kullanıcının konumunun "kullanıcı emeği" bağlamında katılımcı sözlük sitelerinin Türkiye'deki ilk örneği olan Ekşi Sözlük örnekleminde ve Fuchs'un Dijital Emek kuramı temelinde çözümlenmesidir. Amacı ise, iletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım içerisinde belirlenen kuramsal uzam içerisinde, katılımcı platformların emeğin dönüşümü üzerine olan etkilerinin ortaya konulmasıdır. Bu bağlamda, Ekşi Sözlük'ün Fuchs'un "dijital emek" kavramı ekseninde nasıl konumlandırılacağı araştırılmaktadır. Türkiye'de dijital emeğin kullanıcı tabanlı içerikle meydana gelen bir iletişim platformu örneği üzerinden analizi olması dolayısıyla önem kazanan bu çalışmada hem konunun özüne uygun düşmesi hem de araştırmacının tutumu sebebiyle nitel araştırma yöntemlerinden eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda, Ekşi Sözlük'te içerik oluşturan yazarların, "ekşi sözlük" başlığı altına 2018-2023 tarihleri arasında ekledikleri girdiler belirlenmiş, derinlemesine incelenecek olanlar yargısal örnekleme yöntemiyle seçilmiş ve çalışma amacı çerçevesinde belirlenen dört temel kategori altında incelenmiştir. Böylelikle, Sözlük yazarlarının Fuchs'un odağına aldığı dijital emek ve dijital emek sömürüsü kavramı bağlamında Sözlük'le ilişkilerini nasıl konumlandıkları anlaşılma çalışılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulguların Fuchs'un tanımını yaptığı dijital emek sömürüsünün Ekşi Sözlük'te mevcut olduğuna işaret ettiği sonucuna ulaşılmış, ulaşılan bu sonuç ile çalışmada öne sürülen sav doğrulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fuchs, Dijital Emek, Dijital Emek Sömürüsü, Üretketicisi Metası, Katılımcı Sözlük.

ABSTRACT

The political economy of new media is an important field of study that examines capitalism's expansion into the digital realm. Focusing on concepts such as big data capitalism, digital labor, the commodification of user data, digital exploitation, and digital surveillance, Fuchs has emerged as a prominent researcher within the realm of critical economic and political analysis of communication. The subject of this study is the analysis of the user's position in digital media within the context of Fuchs' theory of digital labor, using the example of Ekşi Sözlük, which is the first instance of a participatory dictionary site in Turkey. The aim is to examine the effects of participatory platforms on the transformation of labor within the theoretical framework of critical economic and political analysis of communication. In this context, the study investigates the position of Ekşi Sözlük within Fuchs' concept of "digital labor." Given the importance of analyzing digital labor that arises from user-generated content in a communication platform, this study employs the method of critical discourse analysis. Accordingly, entries contributed by authors of Ekşi Sözlük under the title "ekşi sözlük" between the years 2018 and 2023 were identified, and a subset of these entries was selected using purposive sampling. These selected entries were then analyzed within the framework of four key categories defined in the scope of the study. The findings of the study indicate the presence of digital labor exploitation as defined by Fuchs in Ekşi Sözlük, thereby confirming the thesis proposed in the study.

Keywords: Fuchs, Digital Labour, Digital Labour Exploitation, Commodification of Prosumer, Participatory Dictionary.

* Bu çalışma, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü doktora programı kapsamında, Eda Çalgüner Kılınç tarafından Prof. Dr. Zakir Avşar'ın danışmanlığında hazırlanmış olan "Dijital Medyada Kullanıcı Emeğinin Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım Bağlamında İncelenmesi" adlı doktora tezinden üretilmiştir.



Giriş

Günümüzde, büyük kitlelerin iletişimine imkân sağlayan sosyal medya ağları, aynı zamanda giderek büyüyen bir ekonomiye dönüşmekte ve bu ekonominin geleneksel sanayi ekonomisinden oldukça farklı olduğu gözlemlenmektedir. Sosyal medya ekonomisini geleneksel sanayi ekonomisinden ayıran en belirgin özelliğinin, sosyal medya ekonomisinde en önemli üretim faktörünün bilgi ve entelektüel sermaye olması olduğu öne sürülebilir (Koçer & Çetinkaya, 2014: 694). Başka bir ifadeyle sosyal medya ekonomisindeki yapının temel taşının soyut bir unsur olması, onu diğerlerinden farklı kılmaktadır.

Tüketicinin ön plana çıktığı sosyal medya ekonomisinde, üretimi tüketici ile etkileşimli olarak gerçekleştiren bir yapının ön plana çıktığı görülmektedir. Nitekim, sosyal medya ekonomik bağlamda değerlendirildiğinde Facebook, Twitter, YouTube gibi sosyal medya sitelerinin yeni sosyal ilişkiler yaratmış olmasının yanı sıra, şirketler açısından da kayda değer bir tüketici havuzu oluşturma görevini gerçekleştirdiği öne sürülebilir (Başlar, 2013: 781). Sosyal medyanın sağladığı imkanlarla birlikte tüketicilerin aldıkları ürün ve hizmetler hakkındaki deneyim ve yorumlarını paylaşmaları müşterilerin seslerini duyurabilmelerini sağlarken, şirketlerin de tüketiciden geri bildirim almalarını basitleştirmiştir. Bu şekilde ekonomik faydalarını artırmak amacıyla sosyal medyaya yaptıkları yatırımı artırmaya başlayan şirketler, sosyal medya sitelerini kullanarak kolaylıkla hedef kitlelerine ulaşabilmekte, verilerini toplayabilmekte ve onlara istedikleri mesajları bu mecralar vasıtasıyla verebilmektedir.

Tüketicilerin geri bildirim ve paylaşımlarıyla aktif olarak üretim sürecinin içine girmesi ise, üretici ve tüketici arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmıştır. Reklam verenler, tüketici tarafından oluşturulan veri havuzlarından yararlanarak, sosyal medyayı kendi reklamları için farklı biçimlerde kullanmaktadır. “Facebook üzerinde marka sayfaları oluşturmak, Twitter üzerinden sponsorlu twitler atmak, instagram üzerinden kampanyalar oluşturmak ya da kullanıcı beğenileri üzerinden reklam

alanları açmak, sosyal medya mecralarının reklam verenlere tanıdığı veri havuzunu değerlendirme yöntemlerinden bazılarıdır” (Kara, 2013: 165). Ekonomik çıkarımlarını artırmak için içerik ve veri üreten kullanıcıların (üreten-tüketici) sunduğu dijital emekten ücretsiz olarak faydalanmaktan kaçınmayan sosyal medya kuruluşları, reklam verenlerle yaptıkları anlaşmalarla sermaye birikimlerini gerçekleştirirken, üreten tüketicilerin emeğinin maddi karşılığını vermemektedir.

Sosyal medyanın ilk örneklerinden biri olarak kabul edilen ve sözlükten esinlenerek oluşturulan katılımcı sözlük siteleri de kültürel ürünlerin yapısal değişiminde payı bulunması ve tüketimin küresel boyutta genişlemesine neden olmasıyla iletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım bağlamında yapılan akademik çalışmalarında ilgi odağı konular arasında yerini almıştır (Susar & Narin, 2013: 55). Bu kapsamda, etkileşime dayanan ve içeriği tamamiyle tüketiciler tarafından üretilen bir web 2.0 projesi olan katılımcı sözlüklerin, yeni iletişim teknolojilerinin kapitalizme nasıl eklemelendiğinin açıkça görülebildiği platformlar olarak incelemeye değer olduğu öne sürülebilir. Türkiye’de ilk katılımcı sözlükler arasında yer alan Ekşi Sözlük, “her türlü kelime ve kavram hakkında kayıtlı yazarların yorumlarını içeren ve katılımcı sözlük özelliği gösteren bir web sitesidir ve sözcük, terim, kavram ve kişilere ilişkin bilgi, deneyim, gözlem, espri, yorum, anket, link ile kaynak içeren interaktif bir platform ve veri tabanı olarak tanımlanabilmektedir” (Gürel & Yakın, 2007: 203). Nitekim bu tanımdan anlaşılacağı gibi, bir katılımcı sözlük olarak Ekşi Sözlük kapsamında yapılan araştırmalar, ekonomi politik unsurların eleştirel bağlamda ele alınması için elverişli bir zemin oluşturmaktadır.

Facebook, Google, Youtube gibi dijital medya mecraların ekonomi politiği alanında araştırmalar yapan iletişim akademisyeni Fuchs, “eleştirel ekonomi politik, tarihsel ve görgül araştırma yöntemini, bütüncül bir perspektifle yeni medyaya, sosyal medyaya, enformasyon toplumu kuramına uygulamaktadır” (Çakır, 2014: 81). Çalışmaları büyük veri kapitalizmi, dijital emek, kullanıcı verilerinin

metalaşması, dijital sömürü ve dijital gözetim kavramları ekseninde şekillenen Fuchs'un, iletişime eleştirel ekonomi politik yaklaşım kapsamında yaptığı bu araştırmalarla, alana dair temel unsurları dijital çağın güncel yapısını gözeterek incelemesi bakımından öne çıkan bir araştırmacı olma özelliği taşıdığını söylemek mümkündür. Bu nedenle, sosyal medyayı Fuchs'un dijital kapitalizm yaklaşımı bağlamında ele alan pek çok araştırma yapılmıştır.

Atabey (2022), "Sosyal Medyayı Dijital Emek Üzerinden Okumak" adlı çalışmasında, dijital emek kavramını sosyal medya bağlamında ele alarak kullanıcıların sosyal medya platformlarında hem üretici hem de tüketici olarak konumlanmasını üretketicili metalaşması ve dijital emek sömürüsü çerçevesinde ele almıştır. Çetin (2019), "Üretketim Olgusu Bağlamında Örtülü Emek Olarak Dijital Üretketicili Emeği" adlı çalışmasında dijital üretketicili emeğin geleneksel anlamda emek niteliği taşıyıp taşımadığını, kullanım değeri yaratma, metalaşma yaratma ve üretim araçları kullanma bazında araştırmıştır. Karaca (2021), "Sosyal Medya Çağında Dijital Emek Kavramı ve Ticari Bir Medya Platformu Olarak Google" adlı çalışmasında dijitalleşme ile birlikte değişen emek kavramının sosyal medya çağında işleme biçimini ve ticari kurumların bu emekleri nasıl kullandığını tespit etmeye çalışmıştır. Durum analizi yaparak geliştirdiği çalışmada, ticari medya platformu olan Google, dijital emek kavramı açısından ele alınmaktadır. Duman ve Özdoğru (2018), "Dijital Emek ve Kullanıcı İçeriğinin Metalaşması: Katılımcı Sözlük Yazarları Üzerine İnceleme" adlı çalışmasında Türkiye'de katılımcı sözlüklerde içerik üreten kullanıcılarla derinlemesine görüşmeler yapmış ve bu görüşmeleri analiz ederek sosyal platform kullanıcılarının eğilimleri araştırmıştır. Çalışmada kullanıcıların katılımcı sözlüklerde çalışma süresi bir mesai olarak değil, eğlence olarak değerlendirdikleri sonucuna varılmıştır. Kaymas (2016) ise, "Yeni Bağlamlarında Devam Eden Sorunlar: Dijital Kapitalizm ve Kullanıcı Emeğini Yeniden Düşünmek Üzerine" adlı çalışmasında yeni enformasyon teknolojilerinde emeğin dönüşümünü sorgulamak amacıyla, kullanıcı

emeğini kullanıcı sözleşmesinin maddelerinin tek taraflı değişmesi üzerine başlayan Ekşi Sözlük direnişi örneğinde çözümlemiştir. Çalışmada, bir özgürlük alanı olarak sunulmasına karşın yeni enformasyon teknolojilerinin, kontrol edilen, denetlenen ve mülkiyetin menfaatine hizmet eden alanlar olduğu sonucuna varılmıştır.

Bu araştırmanın konusu, dijital medyada kullanıcının konumunun "kullanıcı emeği" bağlamında yeni medya iletişim kanalı olarak katılımcı sözlük sitelerinden biri olan "Ekşi Sözlük" platformu örneğinde Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşımın önemli kuramcılarında Fuchs'un Dijital Emek kavramı temelinde çözümlenmesidir. Araştırma, İletişimin Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşımı içerisinde belirlenen kuramsal uzam içerisinde, yeni iletişim teknolojilerinin emeğin dönüşümü üzerine olan etkilerinin ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Bu bağlamda, bir katılımcı sözlük sitesi olan Ekşi Sözlük'ün "dijital emek" kavramı ekseninde Fuchs'un Eleştirel Ekonomi Politik yaklaşımı çerçevesinde nasıl tanımlanabileceği sorusuna yanıt aranmaktadır.

Bu noktadan hareketle, bu çalışmada Ekşi Sözlük yazarlarının belirlenen başlıklar altında 2018-2023 tarihleri arasında girdikleri entryler ile bilgi ve yorumları toplanmış, bu mecranın dijital emekçileri olarak Fuchs'un odağına aldığı üretketicili metalaşması ve dijital emek sömürüsü bağlamında sözlükle ilişkilerini nasıl konumlandıkları anlaşılmasına çalışılmıştır. Ekşi Sözlük yazarlarının bu konuda nasıl tepki verdikleri ortaya konularak, dijital medyada kullanıcı emeğinin dijital emeği veren kişilerin bizatihi kendileri tarafından nasıl algılandığına ve değerlendirildiğine yönelik bir fikir elde edileceği düşünülmektedir. Başka bir deyişle, dijital emek ve üretketicili metalaşması gibi önemli bir konu Ekşi Sözlük'te konuya ilişkin yorumlar üzerinden okunmaya çalışılmaktadır. Bu kapsamda, özellikle 2016 Ekşi Sözlük protestosu ardından sözleşme de değiştikten ve sözlük yönetimi ve kurallarında birtakın yenilik ve değişikliklere gidildikten sonra "ekşi sözlük" başlığı altında yer alan yorumlar araştırılmıştır. Üç aşamalı olarak hazırlanan çalışmanın birinci bölümünde

Fuchs ve Fuchs'un dijital kapitalizm düşüncesi ekseninde öne sürdüğü kavramlara, ikinci bölümde katılımcı sözlüklere ve bu bağlamda araştırmacının konusu olan Ekşi Sözlük'e ve Ekşi Sözlük'ün ekonomi politik yapısına değinilmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise söz konusu kavramlarla ilişkili bulunan değerlendirmeler, bir katılımcı sözlük ve aynı zamanda dijital bir platform olan Ekşi Sözlük' te ilgili başlıklar altında yer alan girdiler üzerinden yorumlanmıştır.

Fuchs'un Dijital Emek Yaklaşımı

Çalışma ile emek arasında kavramsal bir ayrımın yapılmasının önemini dile getiren Fuchs, emeğin insan varlığının dört aşamalı yabancılaşmasına dayandığını öne sürmektedir. Bunları; kendine yabancılaşma, emek nesnelere yabancılaşma, emek araçlarına yabancılaşma ve yaratılan ürünlere yabancılaşma olarak sıralamaktadır. Kendine yabancılaşma, sermaye tarafından kullanıma sokulan ve denetlenen emek gücünün yabancılaşmasını, emek nesnelere ve emek araçlarına yabancılaşma, üretim araçlarına yabancılaşmayı, yaratılan ürünlere yabancılaşma ise emek ürününe yabancılaşmayı ifade etmektedir. Sınıf ilişkilerin varlığı nedeniyle oluşan bu dört katlı yabancılaşma, sömürüyle sonuçlanan tüm üretim sürecinden yabancılaşma durumuna neden olmaktadır (Fuchs, 2015: 368). Başka bir ifadeyle dijital emek, kendisinden, emek araçları ile nesnesinden ve emek ürününden yabancılaşmış bir dijital çalışmadır.

Dijital çalışma ve dijital emek, dijital medya teknolojileri ile bunların içeriğinin üretim sürecindeki tüm aşamaları içine alan kapsamlı kavramlardır. Başka bir ifadeyle, kapitalist medya endüstrisi içinde birbirinden farklı sömürü ve yabancılaşma şekilleri birarada bulunmaktadır. Dijital emek; Taylorist donanım montajcılarında dijital araçların fiziksel altyapısını oluşturan madenleri çıkaran köle işçilere, yazılım mühendislerinden çağrı merkezi aracılara, çevrimiçi gazetecilerden sosyal medya üretketicilerine uzanan geniş bir yelpazeyi kapsayan uluslararası bir dijital iş bölümüyle örgütlenmiş ve yabancılaşmış dijital çalışma anlamına gelmektedir (Fuchs, 2015: 501; Fuchs & Chandler,

2021: 86). Dolayısıyla dijital emek, dijital medya teknolojilerine ilişkin olarak tanımlanabilecek hemen her sürecin içinde aranabilmekle birlikte, bu süreçte yer alan tüm dijital işçilerin ortak özelliği yabancılaşmış ve sömürülüyor olmalarıdır.

Ticari sosyal medyadaki dijital emek, ticari yayın medyasındaki izleyici emeğinden farklı bir biçimde işlemektedir. Sosyal medya, büyük veri sayesinde elde edilen bilgilerle oluşturulan hedefli reklamcılığı benimsemektedir. İzleyiciler, yalnızca içerikten anlamlar çıkarırken, sosyal medya kullanıcıları aynı zamanda sosyal ilişkiler, sosyal içerik ve sosyal veriler meydana getirmektedirler. Ticari sosyal medya kullanıcılarının dijital emeği, üretketim, veri gözetimi, hedefli ve kişiselleştirilmiş reklamcılık, algoritmalar gibi unsurlara dayanmaktadır. Bu tür emekten ve büyük veri metasından çıkar sağlayan dünyanın en büyük reklam ajansları ise Facebook ve Google gibi şirketlerdir (Fuchs & Chandler, 2021: 86). Dolayısıyla ticari sosyal medyada kullanıcılar üretketici olarak üretimde aktif rol almakta; buna karşın kâr elde eden büyük şirketler olmaktadır.

Dijital Emek Sömürüsü ve Oyun Emeği

Fuchs'a göre dijital medya, emek sömürüsünün farklı biçimlerine dayanan çeşitli emek türlerini içermektedir. Bunlara örnek olarak "internet şirketlerinde yüksek ücret alan işçilerin dijital emek aristokrasisi, düşük ücret alan güvencesiz bilgi işçileri, ücret ödenmeyen internet kullanıcıları, gelişmekte olan ülkelerde yüksek oranda sömürülen işçiler ve ham madde olarak kullanılan madenleri çıkaran köle işçiler" verilebilmektedir (Fuchs, 2020: 219). Dolayısıyla her bir emek türü, farklı sömürü derecelerine tabidir ve dijital medyanın varlığı, bu emek türlerinin bir arada var olmasına olanak tanımaktadır. Bu nedenle, dijital medyanın emek sömürüsüne neden olduğu ve adil olmayan bir durum yarattığı iddia edilmektedir.

İnternet üretketici metasının sömürülmesi konusunda ilk temelleri atan Smythe, internet mahremiyet stratejilerinin görünümünü vurgulayarak bunların sosyal ağlarda nasıl uygulanabileceğini ortaya koymuştur (Çakır, 2014: 111). Smythe'in çalışmalarını geliştirerek

yeni medyaya uyarlayan Fuchs'a göre sosyal medya ekonomisi, üretketic konumunda olan internet kullanıcıların ücretsiz dijital emeğinin sömürülmesi üzerine kuruludur. Nitekim Google ve Facebook gibi ulusötesi sosyal medya şirketlerinin ücret paylarının ABD Ekonomisine kıyasla çok düşük kalırken, kârlarının çok yüksek olmasının nedeni de bu durumdur (Fuchs & Chandler, 2021: 84-85). Smythe'in izleyici metası kategorisi sosyal medyada, internet üretketicisinin dijital emeği tarafından üretilen büyük veri metası kategorisine dönüşmüştür (Fuchs, 2020: 219). Başka bir ifadeyle geçmiş zamanın "izleyici metası", bugünün "üretketic metası"nın bizatihi kendisine tekabül etmektedir. Sömürü durumu değişmemekle birlikte, sömürünün boyutları ve biçimleri değişmiştir.

Fuchs'un (2015: 194) ifadesiyle, "izleyici emeği ve dijital emek, ticari sosyal medyada kesinlikle sömürülmektedir çünkü sömürünün üç şartını karşılamaktadır (Wright, 1997: 10) :

- ▶ Ticari sosyal medyada biriken kâr, izleyiciyi ve kullanıcıları maddi kazanımlardan mahrum bırakmaktadır
- ▶ Sosyal medya kullanıcıları, medya organizasyonlarının mülkiyetinden ve birikmiş kârdan dışlanmaktadır.
- ▶ Sermaye, yaratılan kâra tek başına el koymaktadır.

Fuchs, sosyal medyadaki sömürü, artı değer üretimi ve sermaye birikimi arasındaki ilişkiyi Marx'ın ekonomik teorisi ve Marksist sınıf analizine dayandırmaktadır. Marx'ın teorisi, üretim sürecinde işçilerin emeğiyle üretilen malların, sermaye sahipleri tarafından satın alındığında üreticinin aldığı ücretin, üretim sürecinde emeğinin değerinden daha az olmasıdır. Bu fark, sermaye sahiplerinin kârları olarak kabul edilmektedir. Bu, sömürü olarak adlandırılmaktadır.

Fuchs, Marx'ın ekonomik teorisinin, sosyal medyada artı değer üretimi ve sömürü için de geçerli olduğunu iddia etmektedir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların ürettiği içeriği

toplamakta ve daha sonra bu içeriği pazarlama amacıyla kullanmaktadır. Sosyal medya şirketleri, kullanıcıların verilerine erişim sağlayarak bu verileri reklamverenlere satmaktadır. Bu veriler, reklamverenlerin hedefli reklamlar yayınlamasına olanak tanımakta ve reklamverenlerin ürünlerini daha fazla müşteriye ulaştırmasını sağlamaktadır. Fuchs, sosyal medyadaki bu sürecin, kullanıcıların ürettiği içeriği ve verileri sermaye birikimine dönüştürerek, sermaye sahipleri tarafından üretilen kârı arttırdığını iddia etmektedir. Bu, kullanıcıların emeğinin değerinden daha az ödemesi anlamına gelmekte ve bu da sosyal medyada sömürüye neden olmaktadır.

Fuchs, sosyal medyanın, kullanıcıların emeği üzerine kurulu olduğunu ve bu emeğin sömürüsünün, sermaye birikimini artırdığını öne sürmektedir. Şirketleşmiş sosyal medyanın kullandığı sermaye birikimi modeli, internet kullanıcılarının karşılığı ödenmemiş emeğinin sömürülmesine ve kullanıcı tarafından oluşturulan veriler ile kullanıcı davranışına ilişkin verilerin reklamcılara meta olarak satılmasına dayanmaktadır. Bu birikim modelinin kullandığı en önemli araçlar ise hedefli reklamcılık ve ekonomik gözetim olarak öne çıkmaktadır (Fuchs, 2020: 219). Diğer bir ifadeyle, bu araçlarla elde edilen kullanıcı verileri, sosyal medya şirketleri tarafından sermaye birikimini artırma amaçlı kullanılmaktadır.

Şirketleşmiş sosyal medya platformları, kullanıcıların veri metalarını yaratılan sermayeye oranla daha yüksek bir fiyata reklam müşterilerine satmakta ve bu süreçte artı değer, kullanıcılar ve şirket çalışanları tarafından yaratılmış olmasına rağmen kullanıcılara herhangi bir ödeme yapılmamaktadır. Dolayısıyla kullanıcılar büyük bir sömürüyle karşı karşıya kalmaktadırlar. İşlem verileri ve kullanıcı tarafından oluşturulan veriyi içeren üretketic metası reklam müşterilerine satıldığında, meta ve artı değer para sermayeye dönüşmektedir. Ancak, internet üretketicilerinin ticari sosyal medya şirketleri tarafından sömürüldüğü savına karşı çıkan bazı yaklaşımlar, üretketicilerin bir hizmete erişmek için çalıştığını ve bu çalışmalarına karşılık olarak bu hizmetten

faydalanabildiklerini iddia etmektedirler. Buna karşın bu hizmetin bir maaşla denk olduğunu ima eden bu iddiaya karşı çıkmak olasıdır; çünkü kullanıcıların bu maaşı nakde çevirebilme, onunla bir şey satın alınabilme veya geçimlerini sağlabilmeye imkânı bulunmamaktadır. Nitekim bu nedenle Fuchs, şirketleşmiş sosyal medyada herhangi bir ödeme yapılmayan kullanıcıların hayatta kalmak ve ihtiyaçları olan yiyecek veya diğer eşyaları satın almak için gerekli parayı elde edemediklerini belirterek, sosyal medyadaki çevrimiçi zamanlarını artı emek zamanı olarak nitelendirmektedir (Fuchs, 2020: 199-200). Başka bir ifadeyle Fuchs'a göre sosyal medya kullanıcılarının çevrimiçi geçirdikleri süre içinde bir hizmete erişebiliyor olmaları, kullanıcıların sömürülmediği anlamına gelmemektedir; çünkü bu hizmetin bir satın alım gücü bulunmamaktadır.

Fuchs'a göre sosyal medyadaki bu sömürü süreci, kapitalizmdeki iki temel sınıftan biri olan işçi sınıfını yaratmaktadır: "Sosyal medya çağında izleyici emeği ve izleyici metalaşması kuramları, şirketleşmiş sosyal medya kullanıcıları, değer üreten ve reklam verenlere satılan bir veri metası olan, karşılık almayan ve sömürülen bir işçi sınıfı oluşturmaktadır" (Fuchs, 2020: 198). Sosyal medyanın dijital işçileri, kendi sömürü süreçlerinin öznesine dönüşerek karşılığında hiçbir ücret almaksızın sosyal medya platformlarına içerik üretmektedirler. Ancak sosyal medyada oluşmuş bu dijital işçi sınıfının, maruz kaldığı sömürünün ne derece farkında olduğu, bir tartışma sorusudur. Nitekim dijital emeğin sömürüsü gerçekleşmesine rağmen, bu durum çeşitli nedenlerle, sosyal medyada bir sömürü olarak algılanmamaktadır.

Fuchs, sosyal medyadaki dijital emek sömürüsünün bir sömürü olarak algılanmama ve kullanıcıların gönüllü bir biçimde tekrar ve tekrar emek üretme eğiliminin nedenini, "oyun emeği" ("playbor") kavramıyla açıklamaktadır. Fuchs'a göre "dijital emek" in kendisi, aslında "sömürü gerçeğini diğer kullanıcılarla bağlantı kurma ve tanışma eğlencesinin arkasına gizleyen bir oyun emeğidir" (Fuchs, 2015: 407). Burada sözü geçen ödenmemiş bir emek olan oyun emeği kavramı, çevrimiçi

platformlarda internet kullanıcısı tarafından oluşturulan içeriğin üretimi ve tüketimiyle birlikte ortaya çıkan, oynamak ve çalışmak arasındaki geleneksel sınırları bulanıklaştıran yeni bir iş türünü ifade etmektedir.

Sosyal medyada dijital emek, özü itibarıyla emeğin oyunlaştırıldığı bir süreci ifade ettiğinden dolayı, kullanıcıların eğleniyor olması durumu, sömürdükleri gerçeğini gizlemektedir. Başka bir ifadeyle "sömürü, eğlence gibi hissettirme eğilimindedir ve serbest zamanın bir parçası haline gelir" (Fuchs, 2020: 219). Kullanıcılar, serbest zamanlarında kendilerini eğlendirmek veya sosyal bağlantılarını sürdürmek için sosyal medyada vakit geçirirken, tercihleri ve verileri kullanıcılara özelleştirilmiş reklamlar sunan hedefli reklam verenlere satılmaktadır. Başka bir ifadeyle, kullanıcılar sosyal medyada geçirdikleri vakitle aslında dolaylı olarak kapitalist sistem için değer üretmektedirler. "Sosyal medyanın kullanım değeri, bu şekilde kullanıcıların kendisine yabancılaşmakta ve bu da etkinlikleri, veriyi, deneyimleri, platformları ve yaratılmış olan parasal kârı denetlemeye ilişkin bir yabancılaşmayla sonuçlanmaktadır" (Fuchs, 2015: 405). Yani, kullanıcıların üretimlerinin, onlardan bağımsız bir biçimde kapitalist sistemin kontrolüne geçmesi ve dolayısıyla kendi emekleri sonucunda oluşan üretimleri kontrol etme yetilerinin olmaması, beraberinde yabancılaşmayı getirmektedir. Bu bağlamda; nesnel bir biçimde yabancılaşmış olan emeğin, işçiler için bir eğlence olan yaratıcılık, özgürlük ve özerklik olarak lanse edildiğini düşünen Fuchs'a göre, oyun ve emek arasındaki sınırların bulanıklaşması sonucunda internet üretketicilerin dijital emeğinin eğlence sosuna bulanarak hissettirilmeden sömürülmesinin adeta bir kural haline gelmesi, kapitalizmin son aşamasının ifadesidir (Fuchs, 2015: 387; Fuchs, 2020: 219). Nitekim Fuchs, oyun emeğini, kapitalist yönetimin yeni evresinde sahip olduğu güncel ideolojisi olarak konumlanmaktadır. "İşçilerin eğlenmesi ve nesnel yabancılaşmalarını sevmeleri düşüncesi, sermaye ve yönetim kurmanın yeni ideolojik stratejisi haline gelmiştir" (Fuchs, 2015: 387). Fuchs'a göre kapitalizmin yeni ruhunun bir unsuru olan oyun

emeği ideolojisinin bir tasviri, Facebook gibi ticari sosyal medya sitelerinde ortaya konulan dijital emektir (Fuchs, 2015: 387). Dolayısıyla Fuchs, oyun emeğini kapitalizmin yeni ideolojik stratejilerinden biri olarak değerlendirmekte ve kapitalizm ruhunun bir ögesi olarak oyun emeği, ticari sosyal medya platformları gibi dijital alanlarda somut bir şekilde ortaya konulmaktadır.

Fuchs, "ticari internet platformlarında kullanıcının dijital emeğin sömürülmesini, her zaman ve her yerde var olan bir fabrikanın emek sömürüsünün mekânı olduğu kapitalizmin yeni bir aşamasının göstergesi" olarak ifade etmektedir. "Sosyal medya ve mobil internet, izleyici emeğini her zaman her yerde var olan bir hale getirmekte ve fabrikayı sadece bireyin oturma odası ve ücretli işyeri ile sınırlamamaktadır. Fabrika ve işyeri gözetimi bütün ara yerlerde gerçekleşmektedir. Bugün, bütün bir gezegen fabrikadır" (Fuchs, 2015: 403). Bu ifadeyle Fuchs, internet platformlarındaki emek sömürüsünün geleneksel fabrika ortamlarındaki emek sömürüsünden farkının, herhangi bir zaman ve mekân sınırlamasına ihtiyaç duymaması olduğunu öne sürmektedir. Bunun sonucunda ticari internet platformlarında etkinliklerde bulunan, Fuchs'un "ağlaşmış dijital işçi" adını verdiği internet üretketicileri de, geleneksel fabrika ortamlarındaki işçilerden farklı olarak, belirli bir fiziksel mekâna bağlı olmadan, her zaman ve her yerde çalışabilmektedir. Dolayısıyla Fuchs, kullanıcıların serbest zamanlarını, hobi veya eğlence gibi görünen uğraşları kapitalist birer üretim sürecine dönüştüren ticari internet platformlarının, emeğin sömürüsünün belirli bir fiziksel mekâna gerek duymaksızın sürekli bir biçimde devam ettiği bir mecra olduğunu ifade etmektedir.

Bir Katılımcı Sözlük Olarak Ekşi Sözlük

Katılımcı sözlüğü "internet üzerinden faaliyet gösteren kelime ya da deyimleri alfabetik bir açılımla sunan platformlar" olarak tanımlayan Gürel ve Yakın'a göre katılımcı sözlük, geleneksel sözlük anlayışının güncel iletişim teknolojilerine uyarlanarak sanal dünyada ortaya çıkan halini ifade etmektedir (2007: 203). Sağır ise katılımcı sözlükleri "kelimeleri ve olguları yeniden

tanımlamak, gündelik olay ve haberleri anlık yorumlarla değerlendirmek için herkesin yazar olabildiği, deneyimlerinden hareketle tanımladığı alanlar" şeklinde ifade etmektedir (2012: 27). Bu doğrultuda katılımcı sözlükler, sözlük kavramını yeni baştan yorumlayarak günlük yaşamdaki tanıdık tanımları tamamen dönüştürmektedir. Sağır'a göre, küreselleşme ve yeni teknolojilerin getirdiği medya anlayışının benimsenmesiyle birlikte eski tip sözlükler modern kavram ve durumları açıklamakta yetersiz kalmış, bu durum da alternatif bir sözlük gereksiniminin ortaya çıkışına neden olmuştur. Bu gereksinimle birlikte yeni neslin gelenekçi toplumlardaki aykırı duruşu da bu sanal platformların oluşturulmasında önemli bir etken olarak öne çıkmaktadır (Sağır, 2012: 26). Bozkurt ve Biroğul ise, katılımcı sözlükleri "her türlü kelime, olay, durum ve kavram hakkında, kayıtlı yazarların yorumlarını içeren ve sübjektif sunumlarıyla genişletilen katılımcı sözlük tarzında ağ sayfası" olarak tanımlamaktadır (2012: 18).

Yazarlarının herhangi bir alan sınırlaması olmaksızın başlık açabildiği veya başlık altına girdi girebildiği, başka bir ifadeyle her çeşit konu hakkında görüşlerini ifade edebildiği sözlükler Genel Etkileşimli Sözlükler olarak ele alınmaktadır. Yarattıkları kendine has kültürle halkbilime de kaynak sunan Ekşi Sözlük, İnci Sözlük, Uludağ Sözlük, İTÜ Sözlük ve Eko Sözlük gibi katılımcı sözlükler bu başlık altında yerlerini almaktadır (Baki, 2014: 49).

Türkiye'de ve dünyada katılımcı sözlük formatının ilk örneği kabul edilen Ekşi Sözlük, "her türlü kelime ve kavram hakkında kayıtlı yazarların yorumlarını içeren ve katılımcı sözlük - collaborative hypertext dictionary- özelliği gösteren bir web sitesidir ve sözcük, terim, kavram ve kişilere ilişkin bilgi, deneyim, gözlem, espri, yorum, anket, linkile kaynak içeren interaktif bir platform ve veri tabanı olarak tanımlanabilmektedir" (Gürel & Yakın, 2007: 203-204). Ekşi Sözlük'ü, "kavram ve konsept sınırlaması olmaksızın, herhangi bir konu, durum ya da kişi ile ilgili bilgi, haber ve yorum niteliği taşıyan ifadeler içeren bir site" olarak da tanımlamak mümkündür (Gürel & Yakın, 2007: 204).

En yaygın kullanıma sahip internet sözlüklerinden biri olan Ekşi Sözlük, bir bilgisayar programcısı olan Sedat Kapanoğlu tarafından, 15 Şubat 1999 tarihinde kurulmuştur. www.eksisozluk.com -sozluk.sourtimes.org- adresi üzerinden faaliyete başlayan Ekşi Sözlük, ismini ise Portishead grubunun "Sour Times" (Ekşi Zamanlar) isimli şarkısından almıştır (Gürel & Yakın, 2005: 31). Kapanoğlu, Ekşi Sözlük'ü oluştururken literatürde önemli bir bilimkurgu eseri olarak yerini alan Douglas Adams'ın romanı "Otostopçunun Galaksi Rehberi"nde yer alan, her konuda gereksinim duyulan pek çok bilgiyi içeren "sub-etha" fonksiyonundan ilham almıştır. Sitenin sloganının "kutsal bilgi kaynağı" olması ise, söz konusu romanda, sub-etha'nın "evrendeki her şeye dair" bilgilere sahip olmasıdır (Tıraman, 2018: 179).

Katılımcı sözlük formatındaki bir ağ sayfası olan Ekşi Sözlük, 1999 yılında amatör bir girişim olarak ortaya çıkmış, ancak ilerleyen zamanla "suser" adı verilen yazarların belirli bir mantıkla sisteme dahil edilmesiyle şekil değiştirerek yapılanması yenilemiştir (Gürel & Yakın, 2007: 99). Bu yenilemede, zamanla Sözlük'ün bilinirliğinin artmasının şüphesiz ki önemli bir payı olmuştur.

Ekşi Sözlük, reklam gelirleri ve sponsorluk anlaşmaları yoluyla finanse edilmektedir. Kullanıcı sayısındaki artışla birlikte donanım, yazılım ve barındırma ihtiyaçlarının artışı sebebiyle varlığını sürdürebilmek amacıyla 2003 yılı itibariyle reklam almaya başlayan Ekşi Sözlük, böylelikle zaman içinde bir reklam mecrası haline gelmiştir (Gürel & Yakın, 2005: 35). Bu bağlamda "kumar, bahis, pornografi içerikli olanlar dışında tüm reklamları kabul eden Sözlük genellikle belli başlı büyük firmaların dışında herkesin, özellikle de küçük ve orta boy işletmelerin uygun şartlarda reklam verebileceği bir mecra oluşturmayı" amaçlamıştır (Gürel & Yakın, 2005: 35). Dolayısıyla Ekşi Sözlük'ün birkaç alan dışında hemen her alanda reklam aldığını iddia etmek mümkündür.

Dijitalleşme ile birlikte dönüşen günümüz kapitalist sisteminde, tüm diğer mecralar gibi katılımcı sosyal medya mecralarının da kâr amacı dışında gütmeksizin varlıklarını sürdürebilmeleri giderek güçleşmektedir. Ekşi Sözlük, küreselleşmeyle

birlikte teknolojinin yarattığı zor tatmin edilen tüketici profilinin taleplerini karşılayabilmek için uygun bir mecra olarak değerlendirilmeye başlamış ve bu sayede etkisini artırmıştır (Gürel & Yakın, 2005: 35). Böylelikle, yıllar içinde yazar sayısını da artış gösteren Ekşi Sözlük'ün reklam almaya başlaması ve yükselen popülaritesi, amatör bir topluluk olmaktan çıkarak kâr amacı güden ve nihayetinde bir "reklam mecrası olarak faaliyet göstermeye başlayan" kurumsal bir yapı haline dönüşme belirtileri göstermesini kaçınılmaz kılmıştır (Gürel & Yakın, 2005: 26). Ancak doğası itibariyle eleştirel bir duruş sergileyen Ekşi Sözlük'ün genişleyen sınırları ile kapitalist ekonomi içinde yerini aldığı konum, yeni sorgulamaları beraberinde getirmiştir. Nitekim, pazar dinamiklerinin Ekşi Sözlük'ün eleştirelilik seviyesi ile alternatiflik potansiyeli üzerinde olumsuz etkilere neden olabileceği kaygısı, sitenin kayıtlı kullanıcıları (yazarları) arasında da tartışma konusu olmuştur (Susar & Narin, 2013: 55).

Ekşi Sözlük'ün, reklam almaya başlamasıyla beraber özellikle büyük ölçekli reklam verenlerin doğrudan veya dolaylı etkilerinden bağımsız hareket etmesi mümkün olmamaya başlamıştır. Sanal bir mecrada bireyleri ve dolayısıyla farklı görüş ve fikirleri tek bir çatı altında toplayan bir katılımcı sosyal medya platformu olan Ekşi Sözlük'ün alternatifliği ve bir tartışma konusu olarak konuya ilişkin çalışmalarda yer bulmaktadır. Ancak şüphesiz ki bir sosyal medya platformunun alternatifliği yalnızca içeriğindeki muhalif ifadeler analiz ederek anlamak mümkün değildir. Bunun anlaşılabilmesi için mecranın sahiplik yapısının ve pazar dinamikleriyle olan doğrudan ya da dolaylı ilişkisinin de incelenmesi önemli ve gereklidir (Susar & Narin, 2013: 56). Bu durum nedeniyle, bu çalışmada Ekşi Sözlük dijital emek bağlamında ele alınırken, iletişime ekonomi politik yaklaşımın iktidar, sahiplik ve mülkiyet ilişkilerini merkeze koyan tutumu bağlamında bütüncül bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Nitekim, doğası itibariyle böyle bir araştırma, inceleme konusu olan mecranın sahiplik yapısına ve pazar dinamikleriyle olan doğrudan ya da dolaylı ilişkilerini kapsam dışı bırakmayan bütüncül bir çözümleme gerektirmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada, ekonomi politik görüşün ilgilendiği ve toplumsal boyutu ile öne çıkan bir sorun olan dijital emek sömürüsü konusu, Fuchs'un yaklaşımı bağlamında bütünüyle kullanıcının içeriği ve emeğiyle oluşturulmuş bir katılımcı sözlük olan Ekşi Sözlük üzerinden yorumlanmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada “ekşi sözlük” başlığı altında yer alan yorumlar üzerinden sözlüğün dijital emekçileri olan sözlük yazarlarının konuya ilişkin ifade ettikleri bilgi ve görüşleri baz alınarak, Ekşi Sözlük'te dijital emek sömürüsü unsurları bulunup bulunmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır.

Türkiye'de dijital emeğin kullanıcı tabanlı içerikle meydana gelen bir iletişim platformu örneği üzerinden analizi olması dolayısıyla önem kazanan bu çalışmada, şu varsayımlardan hareket edilmiştir: 1) Fuchs'un dijital emek kuramı, internetin ekonomi politliğini çağın yeni dinamiklerine göre kapsamlı ve güncel bir şekilde açıklamaktadır. 2) Gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte internetin kullanıcıya sağlamış olduğu “katılımcı” ve “üreten tüketici” sıfatları, dijitalleşmenin kapitalist koşullardan bağımsız kalmaması sonucu metalaştırma ve sömürü düzenini yeniden inşa etmektedir. 3) Bir sosyal paylaşım platformu olan Ekşi Sözlük, tamamıyla kullanıcının içeriğiyle oluştuğundan dolayı dijital emek, dijital emek sömürüsü ve üreten tüketici kavramları için önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Bu çalışmada nitel veri toplama tekniğinin uygulanma biçimlerinden bu çalışmaya en uygun analiz türü olarak eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmış ve bu yöntemin sağladığı analitik perspektiften faydalanılmıştır. Çelik ve Ekşi, söylem analizini metinler ve konuşma yoluyla oluşturulan anlam ürünlerini ilgi alanına alan ve geniş kapsamlı sosyal ve kültürel çalışmalarda kullanılan bir araştırma yöntemi olarak tanımlamaktadır (2008: 99). Özer ise söylem analizinin sosyal sorunları ve politik konuları odağına alan bir yöntem olduğunu öne sürmektedir (Özer, 2022: 40). Nitekim bu konular, gücün kötüye kullanımı, adaletsizlik ve eşitsizlik olarak sıralanabilmektedir. Dolayısıyla eleştirel söylem, sıralanan bu temaların söylem boyutlarıyla

ilintilidir. Bu bağlamda Tülay Yazıcı tarafından gerçekleştirilen “Yeni Medyanın Nefret Dili: Suriyeli Mültecilerle İlgili Ekşi Sözlük Örneği”, Susin Gören Kekeç ve Raci Taşcıoğlu tarafından gerçekleştiren “Özgecan Aslan Cinayetinin Dijital Platformlarda Yansıması: Ekşi Sözlük Üzerine Bir İnceleme” ve Ridvan Yücel tarafından gerçekleştirilen “Yazılı Kültür- Dijital Kültür Bağlamında Mesajın Değişen Yapısı (Örnek Olay: Ana Britannica Ansiklopedisi ile Ekşi Sözlük Karşılaştırması) konulu çalışmalarda kullanılan yöntem, bu araştırma için de uygun görülmüştür. Böylelikle, Ekşi Sözlük'te “ekşi sözlük” başlığı altında 2018 ile 2023 yılları arasında yer alan girdiler, araştırmanın amacına uygun olarak bu perspektiften incelenmiştir.

Çalışmada, incelenen başlık altında Fuchs'un dijital emek kavramıyla ilişkili anahtar kelimeler ile arama yoluyla incelenecek girdiler belirlenmiş, belirlenen girdilerdeki yorumların hangi temalara ilişkin olduğunu belirlemek amacıyla, yorumlarda öne çıkan konular kategorize edilmiştir. Bu doğrultuda, yorumlar dört grupta belirlenen başlıklara göre incelenmiştir. Bu başlıklar şöyledir: 1. Sözlük Yazarlarının Kendilerini Konumlandırmalarına Dair Yorumlar, 2. Sözlük Yazarlarının Sözlükten Maddi Beklentilerine Dair Yorumlar, 3. Sözlük'ün Reklam Politikasına Dair Yorumlar, 4. Sözlükte Dijital Emek ve Emek Sömürüsüne Dair Yorumlar.

Sözlükte, 03.08.2023 tarihinde “ekşi sözlük” başlığında girdilerin bulunduğu toplam 2738 sayfa yer almaktadır. Çalışmanın amacına uygun olarak yargısal örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Bu yöntemde evren araştırmacının amacına uygun bir şekilde kümelere ayrılmakta ve bu kümelere araştırmaya en uygun olduğu düşünülen küme örneklem olarak seçilmektedir (Şahin, 2011: 125). Söz konusu tarihler arasında yazılan 87 Ekşi Sözlük girdisi çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Konuyla ilgili örnekleme dahil edilmeyen yorumların bu kadar fazla olmasının nedeni olaya ilişkin tepkilerde çok fazla sayıda benzer ifadelerin olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, örneklem sayısının evrenin tamamını yansıtabileceği düşünülmüştür. Çalışmada, en önemli sınırlılık incelenen tarih aralığının 5 yıl olarak

belirlenmesidir. Sözlük yazarlarının yorumları referans alındığından yorumlarda karşılaşılan dil bilgisi hataları ile anlaşılır olmayan ifadeler araştırmancının bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, bu çözümlemenin yalnızca araştırma konusuna ilişkin olarak belirlenen başlık altındaki girdilerle kısıtlı olması, araştırmancının alan sınırlamasını oluşturmaktadır.

Tarama tekniği ile toplanan doküman ve belirlenen başlıklar altındaki girdilerin incelenmesi ve söz konusu kuramla kurulan bağlantılara ilişkin notlar alınması sonucu elde edilen veriler bir araya getirilerek düzenlendikten sonra, kaynak kitap ve makaleler ışığında analiz edilmiştir.

Bulgular

Tablo 1

Belirlenen kategoriler altında incelenen girdi sayıları

Girdi Kategorileri	Adet
1) Yazarların kendilerini konumlandırmalarına dair girdiler	35
2) Sözlük'ten maddi beklentilerine dair girdiler	42
3) Sözlük'ün reklam politikasına dair girdiler	53
4) Sözlük'te dijital emek sömürüsüne dair girdiler	23
Toplam	153

Sözlük Yazarlarının Kendilerini

Konumlandırmalarına Dair Yorumlar

Birer üreten tüketici olan Ekşi Sözlük yazarları, oluşturdukları içerikle platforma katkı sağlayan dijital emek faktörüdürler. Fuchs'un dijital emek kavramına göre, bu tür katkılar platformun değerini artırırken, aynı zamanda platform sahipleri ve reklam verenler için de ekonomik değer yaratılmasına katkı sağlamaktadır.

Sözlük yazarlarının kendilerini ve ürettikleri içerikleri konumlandırmalarına dair yorumlar ele alındığında, yazarların kendi rollerini platformda nitelikli içerik üreten ve bilgi paylaşımı yapan aktif katılımcılar olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Buna karşın, kendilerini tanımlarken “dijital emek”, “emek”, “işgücü” “çalışma” gibi kelimeleri kullanmamaktadırlar. Ancak doğrudan bu

terminolojiye sahip olmaları beklenmediğinden, ifadelerinin yorumsal olarak bu kavramlara denk düştüğü görülmektedir.

İncelenen girdilerden, yazarların kendilerini yalnızca tüketiciden ziyade üretici olarak tanımladıkları, başka bir ifadeyle birer içerik üreticisi olduklarının farkında oldukları anlaşılmaktadır:

“... sözlük kendisinin de dediği gibi sınırsız sayıda içerik üretilen bir yer...” #108572509

“...adamlara içerik üretiliyoruz, üstüne de para veriyoruz ama yetmiyor...” #109081050

“...yüzbinlerce insanın bir araya gelerek yapabildiği tek şey, reklam verenlere pazarlanabilir milyonlarca “tık” üretmek...” #133320118

Üstteki ifadede kullanılan “yüzbinlerce insanın bir araya gelerek içerik ürettiği ve platforma katkıda bulunduğu ifadesi”, gerek katılımcılık anlayışı gerekse üreticilik kavramı ile uyumludur. İfadede yer alan eleştirel ton, platformun işleyişindeki sorunlara ve Ekşi Sözlük yazarlarının katkılarının yeterince değerlendirilmediği düşüncesine işaret etmektedir. Başka bir ifadeyle, platformun içindeki güç dengeleri ve ekonomik yapılanma eleştirilmektedir. Yani yazarlar içerik üretmekle birlikte, sistemi tamamen platformun sahipleri ve reklam verenlerin yönlendirdiği ve katkı sağlayan yazarların herhangi bir biçimde ödüllendirmediği düşüncesindedirler.

Sözlük yazarları platformun içerik kalitesi, teşvik mekanizmaları ve konumlandırılması gibi konularda bazı eksiklikler olduğunu düşünseler de bu mecradaki kendi rollerini nitelikli içerik üreten ve bilgi paylaşımı yapan etken katılımcılar olarak görmekteyiz.

“...gerçekten nitelikli içerik üretmek bence her bir yazarın vazifesi olmalı...” #65543703

“...mizahın en almasının yapılabildiği o kadar güzel başlıklar, entelektüel birikimin nitelikli biçimde sergilenebildiği öyle önemli konularla

karşılaşıyorsunuz ki bazen saatlerinizi burada nasıl geçirdiğinizin farkına bile varmıyorsunuz..."#76475516

"...her ne kadar insanların seslerini duyurabilmek için, içine çekildikleri bir yer olsa da araştırmaya meraklı ve donanımlı insanların içgörülerini aktarmak için yeterince motive olmadıkları kanaatindeyim..."#129657545

Girdide, Ekşi Sözlük yazarlarının potansiyelini ve değerli içgörülerini platformda daha etkin bir şekilde sunmaları için teşvik edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Sözlükte yazan kişilerin ciddi bir bilgi birikimi ve meraklı bir kitle olduğu vurgulanırken, bu potansiyelin daha iyi kullanılması ve motive edilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Yazarların motivasyonunun artırılması için öneriler verilen girdiler de mevcuttur:

"türkiye'de araştırmaya, izlemeye, okumaya, düşünmeye meraklı çok ciddi bir kitle var. bu kitlenin kafasını ilber ortaylı veya flu tv videolarından kaldırıp yazmaya ciddi vakit ayırması için teşvik edilecekleri bir mekanizma yok (...) çözüm önerim, google'ın site içeriklerini analiz ederek sonuçlarda siteyi yukarı taşıması gibi bir uygulama ile entryler analiz edilir beğeni ve şükela sayısı ile ilişkilendirilerek yazara bir ücret ödenir. eğer uygulanırsa türkçe kaynak olarak çok daha nitelikli bilgilere ekşi sözlük aracılığıyla ulaşabileceğimize inanıyorum." #129657545

Yukarıdaki girdide yazar, platformun içerik kalitesini artırmak ve nitelikli girdileri öne çıkarmak için Google'ın analiz yöntemlerine benzer bir sistemin uygulanmasını önermektedir. Bu şekilde içeriklerinin kalitesinin ölçülebilir kriterlere göre değerlendirilebileceğini, bunun da yazarları içerik kalitesine daha çok hassasiyet gösterme konusunda teşvik edileceğini düşünmektedir.

Yazarlar, kendi konularını tartarken, diğer katılımcı platformların içerik üreticileriyle kıyaslama yapmaktadır:

"...neredeyse youtube ile aynı zamanda çıktın belki daha önce bilmiyorum. ama sende onun gibi büyüdün buralara geldin popüler oldun. bak ama ne yaptı youtube; youtuberlara para veriyor zengin ediyor onları! hem youtube hemde youtuberlar kazanıyor. hani sen neredesin? şu suserları da göreydin bu zamana kadar sen daha başka yerlere gelecektin. sen kazandığını hep kendine aldın..." #73532996

"...şu anda oyuncular büyüdü ve rekabet arttı. örneğin artık imkanı olan wikipedia değil britannica gibi okunuşa önem veren ücretli platformları okuyor. haber sitesi okuyucuları abartılı reklamlardan veya sonu gelmez alakasız cümlelerden veya clickbaitlerden sıkıldı ücretli online gazetelere üye oluyor. veya youtube gibi platformlar içeriklerinin niteliğini arttırmak için içerik üreticilerine tıklanma başına para ödüyor. veya instagram'da vaktini o platforma ayıran insanlar influencer'lık adı altında para kazanabiliyor.

bütün platformların elinden geldiğince yetenekli insanları kendine çekmeye çalıştığı bir çağda ekşi sözlük kendisini twitter'ın yanına basit bir sosyal medya gibi konumlandırıyor. ancak kendisini güncellese bence çok daha büyük potansiyellere sahip bir platform" #129657545

Yukarıdaki girdide, Ekşi Sözlük'ün kendini Twitter gibi basit bir sosyal medya platformu olarak konumlandığı ancak daha büyük potansiyellere sahip olabileceği belirtilmektedir. Platformun hedef kitlesini ve kimliğini doğru bir şekilde belirleyememiş olmasının, yazarın konumu ile ilgili de problemler yarattığı öne sürülmektedir. Nitekim içerik üreticisine tıklanma başına para ödeyen Youtube ve emeği ile zamanını kendisine içerik üretmek için ayıran influencer'ların para kazanmasına vesile olan Instagram örnek olarak verilmekte, Ekşi Sözlük'ün kendisiyle birlikte içerik üreticilerinin de potansiyelini açığa çıkarmakta başarılı olmadığı öne sürülmektedir.

Sözlük yazarları, platformda farklı profilde pek çok yazarın yer aldığı, dolayısıyla bazı yazarların içeriklerin düşük kalitede olabileceğinin farkındadır. Ancak kimi yazarların emekleriyle platformun kaliteli içeriklere sahip bir hale geldiğini düşünmektedirler.

"...azda olsa kaliteli emekçileriyle bilgilenebildiğimiz platform. eğer buraya dadanırsanız maden tarar gibi tarayarak bilgiye ulaşabilirsiniz ancak sonunda bulduğunuz şeyin kıymetli bir pırlanta olma ihtimali hayli yüksektir..." #102353683

Üstteki girdide, olarak tanımlanan yazarların sözlüğü "maden tarar gibi tarayarak bilgiye ulaşabileceğini" ifade ediyor. Bu, sözlük yazarlarının bilgi arayışında olduklarını ve platformda kaliteli içerikleri bulmak için çaba gösterdiklerini ortaya çıkarmaktadır. Sözlükte değerli içgörülerin ve bilgilerin bulunabileceğini ve bu içeriklerin değerinin farkında olduklarını göstermektedir. Özellikle bu tarz kaliteli içerikleri oluşturan yazarların mevcut olduğunu gösteren bu girdi, yazarların platformda kendilerini içerik kalitesi ve değerli içerik üreten "emekçi" yazarlar olarak konumlandığını gösteren bir örnektir. Dolayısıyla, sözlük yazarları platformda farklı içerik kalitelerinin bulunduğu farkındadır ve bazı yazarlar platformda değerli içerikler üretme çabası içindedir. Bu durum, yazarların kendilerini içerik kalitesi ve değeriyle farklılaştırarak konumlandıklarını göstermektedir. Birbirlerinden farklı kalitede ve sıklıkta içerik üretmelerine karşın, yazarların ortak bir noktasının bu platformda kendilerini yeterince özgür hissetmemeleri olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır:

"sosyal medyaya yön veren platform(du). neredeyse açıldığı andan beri takip ederim, yazarım, çizerim. bu özelliğini kafası çalışan, değer katan emekçilere borçlu elbette(...) kendini rahatça ifade edebilme hürriyeti yok şu an sözlükte. acaba şunu yazsam leyla olur muyum? acaba şunu ifade etsem mod keyfine göre çaylak yapar mı? ekşi yazarlarının üstünde bu baskı yıllardır var. maalesef. #142865126

Bu örnekteki yazar, platformun varlığını ve başarısını, "değer katan emekçilere" borçlu olduğunu belirtmektedir. Bu ifade, içerik üreten yazarların kendilerini değerli ve önemli hissettiklerini göstermekle birlikte, sonraki ifadeler platformdaki baskı ve sıkıntılar nedeniyle bazı yazarların mutsuz olduğuna işaret etmektedir. Yazarlar, platformun daha adil bir şekilde yönetilmesini ve yazarların ifade özgürlüğünün sağlanmasını talep etmektedir.

Genel bir ifadeyle, yazarların kendilerini yeterince ödüllendirilmeyen ve teşvik edilmeyen, doğru ve kaliteli içerikler oluşturmak gibi birtakım sorumlulukları olan, baskılar nedeniyle ifade özgürlüğü çok kısıtlı olan içerik üreticileri olarak tanımladıklarını ifade etmek yanlış olmayacaktır.

Sözlük Yazarlarının Sözlükten Maddi Beklentilerine Dair Yorumlar

Dijital emek, bir anlamıyla dijital platformlarda içerik üretmek, veri sağlamak, katkıda bulunmak ve bunun karşılığında genellikle maddi olmayan teşvikler veya az miktarda ödeme almak anlamına gelmektedir. Bu tür platformlarda, içerik sağlayıcılar genellikle gönüllü olarak ve kişisel tatmin için emek harcarken, platformların sahipleri veya işletmecileri bu içeriği platformun değerine katkı sağlamak ve kullanıcıları çekmek için kullanmaktadır. Bu durumda, Sözlük yazarlarının, platformun büyümesine ve değerine katkıda bulunan birer dijital emekçi olduklarını ifade etmek yanlış olmayacaktır.

Sözlükte konuya ilişkin yer alan yorumlardan yola çıkılarak, yazarların içerik üretirken maddi bir beklentisinin olup olmadığı hakkında bir fikir edinilmeye çalışılmıştır. Konuya ilişkin örnek birkaç girdi aşağıda sıralanmıştır:

"içeriğin yakıtı motivasyondur. en önde gelen motivasyon ise paradır. paraya dönüşmeyen hiçbir içerik süreklilik arz edemez (...) bu konuyla alakalı fikirlerimi, neler yapılabileceğini, nasıl yan ürünler oluşturulup, reklam birim ücretlerini artırarak yazarların da gelir modeline dahil edilebileceğini ekşi sözlük başlığında yazdım.

bu yazıda debe'nin bir tescilli ürün olması hasebiyle, daha değerli olması gerektiğini, (...) rafine, kaliteli bir ürün haline getirilerek daha pahalıya satılabileceğini ve bu sayede debe'ye giren yazarlara telif ücreti verilebileceğini söyledim..."#59108518

"debe'ye giren yazılar için bir yüzde belirlersin, bir algoritma yazarsın ve debe'nin maddi bir karşılığı olur. çünkü sen de bu tescilli ürününden para kazanıyorsun. bu derleme eserini benim yazımla dolduruyorsun (...) debe ürününün marka değerini artır, oraya aldığın reklamların böylelikle birim fiyatını artır ve orayı dolduran insanlara da bundan bir pay ver (...)karından mı eksilmiş olacak? eğer düzgün bir algoritmayla, gerçekten takip edilmek istenen günlük, güncel bir liste çıkarırsan, orayı dolduranlara pay vermene rağmen karından eksilmeyecek. çünkü kalite ve talep arttıkça reklam birim fiyatını artıracaksın (...) debe ya da ekşi şeyler birer derleme eser. bu derleme eseri doldurmak için de dolduracağı ürünleri hak sahiplerinden muvafakat ederek almak ve karşılığını vermek durumunda..."#59049037

Yukarıdaki girdilerden görülebileceği gibi yazarların bir kısmı düzenli bir maaş benzeri bir maddi bir karşılık beklentisi içinde olduğunu ifade etmektedir. Bir kısım yazar ise, emeklerine bir karşılık beklemekte ancak bu beklentisini maaş gibi düzenli bir para akışı yerine, ödül veya bağış olarak ya da iyi yazarların ön plana çıkmasını sağlayacak bir listede isimlerinin açıklanması olarak tarif etmektedir:

"...önerilerimse şunlar (...) sıra insana bir şeyler katacak olan fen ve sosyal bilimler ile ilgili başlıklara katkı yapan yazarlara ise örneğin daha fazla başlık açma hakkı verilmeli, bir nevi ödül olarak..."#99563258

"iyi yazarların daha çok öne çıkmasını sağlayacak "sıralama listesi" getirmek çok basit, bu yapılabilir. karma'ya sahip yazarlar arasında ekşi sözlükteki en yüksek karmaya sahip yazardan başlayarak ilk 100'ün

gösterildiği liste olmalı. ayda bir güncellenebilir. yazarların var ettiği platformda iyi yazarlar biraz daha öne çıkarılarak hem daha görünür ve keşfedilebilir olmalı hem de ödüllendirilmeli. fark ettiğim, sözlüğe bir şey katmak isteyen yazarlar teşvik edilmiyor. buna yönelik yenilikler gelmeli."#144207298

Yazarlar, girdilere ödül verilmesini ve kaliteli içerik üreten yazarların daha çok öne çıkarılmasını sağlayacak bir sıralama listesinin getirilmesini istemekte, bu şekilde yazarların teşvik edileceğine ve kaliteli içerik sayısının artacağına inandığını belirtmektedir.

Tüm bu örneklerden görüldüğü gibi bazı yazarlar, kaliteli içerik üretmelerine rağmen elde ettikleri maddi karşılığın yetersiz olduğunu düşünmekte ve maaş ödeme sistemi veya ödül sistemi getirilmesini talep etmektedirler. Bu yazarlar, emeklerine karşılık alacakları maddi teşvikin motivasyonlarını artıracığını düşünmektedirler. Yazarlar, ekşi sözlük gibi platformlarda uzun yıllar boyunca düzenli olarak içerik üretip zaman harcadıklarını ancak bunun maddi bir getiri sağlamadığını belirtmektedirler.

Bazı ifadelerden ise, yazarların Sözlük'e maddi bir karşılık almadan içerik ürettikleri, bunun karşılığında ise sözlüğü önemli gelişmeleri takip ettikleri bir mecra olarak kullandıkları sonucu çıkarılabilmektedir. Başka bir ifadeyle, birçok yazarın içerik üretiminde verdikleri emeğin karşılığında Sözlükten entelektüel ve manevi olarak yararlanma beklentileri bulunmaktadır. Sözlük'ten aldığı kişisel tatminin yeterli olduğunu, ayrıca maddi bir beklenti içinde olmadığını dile getiren yazarların sayısı da azımsanamayacak kadar çoktur. Örneğin alttaki girdide yazar, maddi bir karşılığı olmamasına rağmen, platformun kendisinin yazma ihtiyacını ve kişisel tatminini karşıladığını ifade etmektedir:

"2008'in başında başlayan ekşi sözlük'deki yazarlığım, on yılı devirdi. bu on yılda; uzunlu kısalı, kafa patlatarak ya da irticalen, toplam 10.000'den fazla entry yazdım. kimbilir kaç bin saat mesai

harcadım buna, maddi hiçbir karşılığı olmaksızın. olsun. çünkü ekşi sözlük, benim yazma edimimi tatmin ettiğim ana mecradır. helali hoş olsun. ben on yıldır burada yazarken ve okurken, çok iyi vakit geçiriyorum. kişisel tarihim yazıyorum buraya gün gün, yıl yıl. hayatımı nasıl geçirdiğimi, nasıl değiştiğimi, nasıl olgunlaştığımı görüyorum. her bir gün, bir sürü yeni şeyler öğreniyorum okuyarak, ayrıca buradan. paha biçilecek şeyler değil.” #74198648

Aşağıdaki girdide ise yazar, yazarların platforma içerik üreterek verdikleri emeğin karşılığını haber alma ve gündemi takip etme mecrası olarak Ekşi Sözlük'ü kullanabilmeleri olarak ifade etmektedir:

“sevgili sözlük, haber takip etmiyoruz biz artık. tv açmıyoruz. önemli şeyleri bu platformdan takip ediyoruz. ama bunu karşılıksız da yapmıyoruz. size bedava içerik üretip, eşşek yüküyle para kazandırıyoruz”. #104263675

Genel olarak değerlendirildiğinde, sözlük yazarları arasında maddi beklentisi olanların olduğu açıkça görülmektedir. İncelenen girdilerin bir kısmında, yazarların emeklerinin karşılığını almak ve teşvik edilmek istedikleri görülmektedir. Maddi teşviklerin getirilmesi veya kaliteli içerik üreten yazarların daha fazla öne çıkarılmasının, sözlük platformunda motivasyonu artırabileceği ve kaliteli içeriğin çoğalmasına katkı sağlayabileceği konusunda hemfikir oldukları görülmektedir.

Yazarların önemli bir kısmının ise çoğunlukla maddi beklentiler yerine kişisel tatmin ve içerik sağlama keyfi için emek harcadıkları görülmektedir. Nitekim bunu da Fuchs'un bahsettiği playbor kavramıyla ilişkilendirmek mümkündür. Yazarların eğlence, kişisel tatmin veya kendini ifade etme gibi nedenlerle platforma katkıda bulunması durumu, platformların değerini artırmak amacıyla kullanıcıların gönüllü katkıları ve emeklerini oyunlaştırmak ve motive etmek için çeşitli mekanizmalar kullanmalarını anlamak açısından önemlidir. Nitekim maddi karşılık beklentisi içinde olmayan yazarların nerdeyse

hepsi, yazarların motivasyonunu artıracak bir ödül/ teşvik mekanizmasının olması gerekliliği konusunda hemfikirlerdir. Bu yazarlar Sözlük'ten aldıkları manevi tatmini incelemekle birlikte, Sözlük'ün teşvik konusunda zayıf olduğunu, benzer diğer platformlarda yapıldığı şekilde üretkencilere verdikleri emeği oyunlaştıracak, girdilerinin görülmesini/beğenilmesini takip etmeyi veya kendi aralarında puanlandırılarak yarıştırmalarını sağlayacak bir mekanizma oluşturması gerektiğini belirtmektedirler. Dolayısıyla yazarların neredeyse tümü, bir emek verdiklerinin ve bunun bir karşılığının olması gerektiğinin bilincindedirler. Ancak kimi yazarlar bu karşılığı maddi olarak ifade ederken, kimi yazarların beklentisi manevi bir karşılık olarak biçimlenmiştir.

Sözlük'ün Reklam Politikasına Dair Yorumlar

Yayın hayatına amatör bir topluluk olarak başlayan ancak zaman içinde popülerleşerek hem takipçi hem kullanıcı sayısını önemli ölçüde artıran Ekşi Sözlük, reklam almaya başlamasıyla birlikte yazarların tepkilerini çekmiştir. Ekşi Sözlük'ün reklam politikasına ilişkin olarak Sözlük yazarlarını en çok rahatsız eden durumun ise sitede girdi okumak veya sitede girdi oluşturmak için ekranı açtıklarında reklamlar nedeniyle istedikleri eylemleri rahatça gerçekleştirememeleri, başka bir ifadeyle reklamların site içindeki hareketlerine engel olması olduğunu öne sürmek mümkündür:

“mobil sayfada tam sayfa reklamlarını izlemeden kapattığım site. bence sinir bozucu bir deneyim her seferinde o reklamı kapatmak reklamveren de parasını çöpe atıyor. yok mudur daha akılcı bir reklam politikası acaba?” #66930124

“safariden kullanırken her saniye çıkan reklamlarından bıktırıcı sözlük çeşidi.” #61193315

“reklamların çılgın dönmeye başladığı hede. bir kaç gündür her sayfada sayfayı komple kapatan reklam gösteriyor. haliyle hileli tıklama alıyor.” #66756171

“kapitalizme tam anlamıyla seve seve teslim olmuş yer. reklamlardan fırsat bulabildiğimiz boşluklara yazıyoruz. malesef.” #99716778

Dijital platformlarda içeriği finanse etmek için alınan reklamlar, iş modelinin bir parçasıdır; ancak yazarların içerik üretirken reklamların varlığından kaynaklı bazı sınırlamalar veya rahatsızlıklar yaşadığı anlaşılmaktadır.

“içerik üreterek o reklamları almanızı sağlıyorsak istirahat ederim bir buton koyun, tıklayalım, her tıklayana adına 1'er lira (lafın gelişi 1 lira, 5 belki de) kampanya hesabına yatırılınsın. bir işimize yarayın lütfen.” #65190964

“reklamlardan artık okunmaz hale gelen bilgi kaynağı. her sayfada on tane reklam. iyice abarttılar artık. reklamdan başımı alamıyorum. bu nedir yahu. sömürmeye döndü bu iş.” #150500540

Bu girdilerdeki ifadeler, sözlük yazarlarının emeklerinin reklamlar aracılığıyla değerlendirilmesine dair bir eleştiri içermektedir. Bu eleştiri, dijital emek sömürüsü kavramıyla bağlantılıdır. Yazarlar, içerik üreterek platforma değer katmakta ve trafiği artırmaktadır ancak karşılık alma konusunda eksik hissetmektedirler. Bu girdideki yazar da alınan reklamlardan debeye giren girdinin sahibi olan yazarların da pay almasını önermekte, başka bir ifadeyle Ekşi Sözlük'ün reklam politikasını ancak yazarların da bu reklamlardan payına düşeni aldığı durumda kabul edebileceğini ima etmektedir. İfadesindeki eleştirel ton yazarların emeklerinin platform sahipleri tarafından değersizleştirildiği veya sömürüldüğü izlenimini vermektedir.

Yazarlar, reklamların içerik üretimine müdahale ettiğini veya içeriklerin reklamlarla uyumlu hale getirildiğini düşünerek platformun reklam politikalarının işleyişine eleştirel bir gözle bakmaktadırlar. Özellikle içerik üreticisi olarak yazarların da ziyaretçiler gibi reklamlara maruz bırakılıyor olmalarından ayrıca rahatsız olduklarını ifade etmektedirler:

“yazar olarak gece modunda dahi kullansanız arka fonu flaş gibi, far gibi bangır bangır beyaz reklam gösteren aptal bi sitedir. şimdi baktım altta sözlüğe ait twitter eklentisi de bembeyaz!

daha, içeriği üreten ve bunca trafiğe vesile yazarlara reklam(!) çakılmasına değinmedim bak. bari biz reklamsız görseydik. yazarlardan başka trafiği kalmadı mı acaba!! bir zamanlar yazarlara vefa, ücretsiz davetiyeli ekşifestlerin paralı olması gibi paçozluklar gelince aklıma... neyse...” #120419172

“senede milyonlarca dolar geliri olan bir yapı. hala neden abonelik falan isteniyor anlamak mümkün değil”. #153121042

Yukarıdaki girdideki ifade, yazarların platformun yüksek gelirine dikkat çekmekte ve abonelik taleplerinin mantığına sorgulayıcı bir yaklaşım sergilemektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, Ekşi Sözlük, kayıtlı kullanıcılarının paralı bir abonelik sistemi yoluyla platformu reklam izlemeden kullanabileceği yeni bir uygulamaya geçmiştir. Bu girdide ifade edileni, yazarların dijital emeklerinin ve içerik üretiminin platformun karlılığını artırmasına karşın kendilerine bir karşılık verilmediği gibi bir üstüne reklamsız abonelik için para istenen yazarların bir isyanı olarak yorumlamak mümkündür.

Yazarların kendi ürettikleri içeriğe para vermedikleri takdirde reklamlar nedeniyle ulaşamadıkları, reklam ve reklamsız abonelik tartışmaları nedeniyle sözlük içinde sınıflı bir sisteme geçildiği, yazarların çabalarıyla bir marka değerine sahip olabilmiş bir platformun kendi içerik üreticilerine böyle davranmasının sorgulanması gerektiği vurgulanmaktadır:

“...kendi oluşturduğumuz içeriği parayla satın alma ikiyüzlüğünü geçtim, bir de bunu tercih etmeyenlere “o zaman yok size şükela modu, huh” demek nasıl bir akıl tutulması arkadaşlar? (...) rezillik diz boyu da, neyse (...) içeriği üretenler sizlersiniz ancak kullanım alanınız sınırlandırıldı. içerik ekleyerek para kazandırdığınız, marka

değeri oluşturduğunuz şirket size böyle bir muameleyi uygun görüyor. yani içerikle para kazandırılıyorsunuz ama buna erişmek için yeniden para ödememiz gerekiyor falan..." #153121140

Bununla birlikte sözlük yönetiminin daha fazla reklam alabilmek için tasarımda yaptıkları değişiklikler de pek çok yazar tarafından eleştirilmektedir:

"şu başlıkla alakalı video reklamlarını sağ tarafa koymayı ilk akıl edip bunu ilk koyduran arkadaş kimse, bence tam olarak o zamandan beri işlevsellik ve tasarım anlamında faciaya sürüklediler güzelim projeyi." #60429608

"biraz google adsense ile uğraşmış olanlar bilir ki, arka plan beyaz olursa reklamlara tıklama oranları daha fazla artar. çünkü çoğu reklamlar-özellikle metin reklamları- ile arkaplan aynı renk olur ve fark etmeden de olsa tıklayabilirsiniz (...) bu yüzden arka planın bembeyaz olma konusunda ısrarcılar, ve ısrarcı olacaklar. #58969134

Yukarıdaki girdide yazar, platformun reklamlarla gelir elde ettiğini ve reklamlara daha fazla tıklama için arka planın beyaz olmasının tercih edildiğini ifade etmektedir. Ancak reklamlardan daha fazla gelir edilmek için yapılan bu tercih, Sözlük'ün kullanım kolaylığını azaltmakta ve yazarların deneyim kalitesini düşürmektedir.

Bu girdilerdeki yorumlar, sözlük yazarlarının sözlüğün reklam politikasına dair çeşitli görüşlere sahip olduğunu göstermektedir. Kimi yazarlar Ekşi Sözlük'ün reklam almasını kendi içerikleri üzerinden para kazanmak yani hak yemek olarak değerlendirmekte, kimi yazarlar ise kapitalist koşullarda işleyen bir sosyal paylaşım mecrası olarak Sözlük'ün reklam almasını anlayışla karşılamakla birlikte, reklamların fazlalığını, reklamlar nedeniyle tasarımın değiştirilmesini ve platformu reklamsız kullanabilmek için para ödenmesi gibi bir sisteme geçilmesini eleştirmektedirler. Bununla birlikte neredeyse tüm yazarların Ekşi Sözlük'ün reklam politikasını olumsuz değerlendirdiklerini ifade etmek mümkündür.

Sözlükte Dijital Emek ve Emek Sömürüsüne Dair Yorumlar

Ekşi Sözlük'te konuya ilişkin incelenen girdilerin neredeyse tümünde, yazarların platformda dijital emek sömürüsüne karşı bir dizi eleştiri ve endişeye sahip olduğunu görülmektedir. Konuya ilişkin olarak incelenen girdilerde tespit edilen ortak özellikler şöyle sıralanabilir:

Örneğin alttaki girdide yazar, yazarların Sözlük platformunda ürettikleri içeriklerin, platform tarafından para kazanma amacıyla kullanıldığını ve bundan rahatsız olduğunu belirtmektedir:

"yazarlarının kendi hayat tecrübelerini ticari olarak paraya donusturen bir platform. bu yetmezmiş gibi bir de bunun cakması eksiseyler diye bir site kurmuşlar. orada da internetten nemalanmaya çalışılıyor. bir içerikte siz uretin özgün olun. hazır milletin emegini fikirlerini somurdugunuz yeter." #152556941

Girdide, "Eksi Şeyler" hakkında da eleştiri bulunmaktadır. Sözlük yazarlarının paylaştıkları içeriklerden derlenerek oluşturulan bu platform hakkındaki eleştiriler, yazarların özgün içerik üretme çabasının, benzer platformlar tarafından kopyalanıp ticari amaçla kullanıldığı endişesini dile getirmektedir. Sözlük'ün yazarlarının kendi deneyim ve düşüncelerini platforma sağladığı düşünüldüğünde, bu emek ve değerli içeriklerin platform tarafından ticari amaçlarla kullanılmasının dijital emek sömürüsüne örnek teşkil ettiği sonucuna varmak mümkündür.

"(...) sürekli dolu olan yüz binlerce insan kapasiteli bir stad düşünün. sahada ise binlerce oyuncu, seyircilerin beğenisini kazanacak hareketler yapıyor ve stadı sürekli dolu tutuyor. seyirciler, reklam izleyerek stad sahiplerine çok ciddi paralar kazandırıyor. kimi zaman gönüllü olarak saatlerce mesai harcaayıp staddakilerin orada olmasını sağlayan oyuncuların tek kazancı alkışlar. bazen az bir çabayla alkış alan oyuncular, bir araya geldiğinde tüm star alkıştan yıkılıyor ve bu işten asıl kazançlı çıkan stad sahipleri oluyor.

yazarların emeğinin paraya dönüşmesi ve bu paradan yazarlara düşen payın sıfır olması çok acı. türkiye'nin en özgür en yenilikçi ve çağdaş platformlarından birinde bile emek sömürüsüne karşı ses çıkarılmazken koca ülkenin ekonomisinin çöküşüne seyirci kalınmasına şaşırılmamak gerek.” #114046187

Bu girdideki yazar, verdiği örnekle platformun yönetimininadaletsizolduğunavurguyapmaktadır. Kullanıcı ve yazarların içerik üreterek ve Sözlük'e katkı sağlayarak platformu zenginleştirdiğini ve reklamlarla platform sahiplerine büyük miktarda paralar kazandırdığını ifade eden yazar, bu platformun yazarların emeklerine yönelik olarak bir karşılık vermediğinin altını çizmekte ve yapılanı “emek sömürüsü” olarak tanımlamaktadır. Bu girdi, Sözlük yazarlarının dijital emek ve dijital emek sömürüsüne ilişkin görüşlerini yansıtmakta ve Fuchs'un dijital kapitalizmdeki temel sorunlarına işaret etmektedir.

Platformun sözleşmelere koyduğu maddelerle yazarların içeriklerine ilişkin sahiplik hakları konusunda yarattığı belirsizlik de, yazarların emeklerinin platform tarafından sömürülmesi endişesini artıran bir etken olarak yorumlarda ön plana çıkmaktadır:

“bir de ekşi sözlük yazarların üzerinden daha fazla para kazanmak için ekşi şeyler zırvası çıktı. hukuki kelime oyunlarıyla da, “para kazanmak için tüm entryler bizimidir, ama mahkemelik olursanız entry bize değil size aittir.” deyip daha da sevimsizleştiler (...) önceden ekşi sözlük yuva gibiydi, dışarıdan kaçıp bir şeyler öğrenmek için sığındık. mamafih şimdi her şey paraya döndü. sözlük gündemi survivor gibi şeyler oldu. adam akıllı bir şeyler yazarları da ekşi şeyler ile bok gibi şeyler yaparak sömürür oldunuz (...)” #58969134

Bununla birlikte aynı örnekte görülebileceği gibi, platformun çıkardığı “Ekşi Şeyler” platformu yardımıyla yazarların üzerinden daha fazla para kazanmaya çalıştığı düşünülmektedir. Eskiden Sözlük'ü bilgi paylaşımı ve öğrenme amaçlı bir yuva olarak gördüğünü ancak şimdi her şeyin parayla

ilgili olduğu bir hal aldığını belirten yazar, Sözlük'ü içeriği daha çok para kazanmak için düşük kaliteli ve dikkat çekici konulara yönelttiğini eleştirmekte ve özellikle kaliteli içerik üreten yazarların emeklerinin de Ekşi Şeyler yoluyla sömürüldüğünü eklemektedir. Dolayısıyla Ekşi Şeyler adlı yan ürün ve sahiplik haklarına ilişkin belirsizlikler, yazarların emeklerinin platform tarafından sömürülme endişesini doğurmaktadır. Fuchs'un dijital emek sömürüsüne dair görüşleri, çevrimiçi platformların kullanıcıların içerikleri üzerinden gelir elde ettiği ve bunun yazarlara adil şekilde yansıtılmadığı konularına odaklanmaktadır. Bu girdideki yazarın eleştirileri de benzer bir bağlamda, yazarların emeklerinin sömürüldüğüne ve platformun kazancının adil bir şekilde paylaşılmadığına işaret etmektedir:

“bu sözlükteki tüm marabalar yani yazarlar sedet ve kanzuk daha rahat bir hayat sürebilsin diye dijital köleler gibi içerik geliştiriyor. marabaların da ağaların da bu güne kadar bundan başka hiçbir beklentileri olmadı.

(...) sen 25 yıl boyunca kullanıcı deneyimi ile ilgili hiçbirşeygeliştirme.sözlükkültürü,toplulukkültürü adına öncü olacak tek bir girişimde bulunma. “size özgür bir platform sunuyoruz daha ne yapalım” diye salağa yat. kazandığın tüm parayı yalnızca iki dürümcü ağa ve daha çok reklam altyapısı için harca. ondan sonra kapandığında onbinlerce yazarın pardon maraban da dahil kimse arkanda durmasın.ya ne olacaktı?” #150236136

Bugirdidekiyazar,Sözlükplatformundakiyazarların dijital emek sömürüsüne uğradığını ve platformun yöneticilerinin daha rahat bir hayat sürebilmek için yazarları dijital köleler olarak kullandığını ifade etmektedir. Yazar, maraba benzetmesini yaptığı yazarların ve ağa benzetmesini yaptığı platform yöneticilerinin platformun geliştirilmesi ve topluluk kültürünün oluşturulması için katkıda bulunmak yerine, yalnızca kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettiklerini dile getirmektedir. Bununla birlikte platformun özgün bir topluluk kültürü yaratma çabasında olmadığını ve sadece para kazanmaya odaklandığını öne sürmektedir.

Kazandığı parayı olduğu gibi reklam altyapısı için harcadığını iddia ettiği Sözlük'ün kapanması sırasında yazarların platformun arkasında durmamasına neden olarak Sözlük'ün topluluğa bir yatırım yapmamasını göstermektedir.

Yazarlar, platformun yazarların ürettikleri içerikten elde ettiği kazancı yalnızca kendi çıkarları doğrultusunda kullanmasını, karşılığında adil bir ödeme yapmamasını ve topluluğun ihtiyaçlarını önemsememesini eleştirmektedir.

Yazarlar, Sözlük'e gelen abonelik sistemi gibi yeni uygulamaların da emek sömürüne yol açan nedenlerden biri olduğunu iddia etmektedirler:

"(...) içerik üreticisinden para alınan bi abonelik sistemi getirmişler. reklam görme diye diyor ama meali bu işte. ya da kim daha salak diye olta atılmış durumda: eğer yazarlar daha salaksa hem başkasının tezgahında mal satıp bi de üstüne cebinde para verme durumuna düşerler. yönetim salaksa da, bir yıl içinde burada adamakıllı yazan kimseyi bulamazlar ve yeniden bi değişikliğe giderler. düşünsene içerik ürettiğin ve okuyucu çektiğin site senden para alıyorlar. yıllarca yazarlarına ödeme yapılması tartışılırdı burada. yüzüzlüğün bu kadarına da yuh." #154039827

Yukarıdaki girdide yazar, Sözlük platformunun yeni bir abonelik sistemi getirerek yazarlardan içerik üreticisine para ödemek yerine para almaya yönelik bir adım attığını dile getirmektedir. Yazar, bu sistemi aslında reklam görme bahanesiyle yazarlardan para alınması olarak nitelendirmektedir. Platformun bu hamlesiyle ürettikleri içerikler sayesinde üzerlerinden para kazanmakta oldukları yazarlara maddi bir karşılık vermek bir yana, bir de para almaya çalışmasını eleştirmektedir.

Fuchs, dijital kapitalizmdeki ana sorunlardan birinin dijital emek sömürüsü olduğunu ve çevrimiçi platformların kullanıcıların emeğini sömürdüğünü vurgulamaktadır. Yazarların bahsettiği şekilde, kullanıcıların ve yazarların içerik üretiminin

platformlara büyük miktarda değer katmasına karşın, yazarlar ancak bunun karşılığında yeterli şekilde ödüllendirilmemektedirler. Bu noktada Ekşi Sözlük'ün kullanıcıların emekleri ve içerikleri üzerinden gelir elde etmesi ve bunun karşılığının yazarlara geri dönmemesini, dijital emek sömürüsü olarak değerlendirmek mümkündür.

Sözlük yazarlarının büyük çoğunluğunun yaptıklarını içerik üretimi olarak tanımlamalarına karşın, içerik üretimini bir iş olarak görmemeleri dikkat çekicidir. Yazarlar, bu üretim sürecini bir mesai gibi değil, daha ziyade boş zamanlarını değerlendirme olarak gördükleri için, içlerini döktükleri veya eğlendikleri bir süreç olarak tanımlama eğilimindedir. Yaptıklarını bir iş olarak görmeyenler yazarlar, ortada bir "emek" süreci olduğunu düşünmediklerinden dolayı, bir emek sömürüsünün de olmayacağı kanaatinde olduklarıdır. Bu eğilim, Fuchs'un dijital emek konusuna ilişkin şu sözünü akıllara getirmektedir: "Dijital emek hakkında kimi zaman duyduğumuz bir iddia, Facebook kullanıcılarının sömürülmediği, çünkü hiç kimsenin onları platformu kullanmaya zorlamadığı, aksine bunu gönüllü ve eğlenerek yaptıkları şeklindedir" (Fuchs, 2015:368). Fuchs'un Facebook kullanıcılarına dair kurduğu bu cümleyi, Ekşi Sözlük yazarları için de kurmak mümkündür. Bazı sözlük yazarları da içerik üretimini eğlenerek gerçekleştirdikleri için, bunun bir sömürü olduğunu hiç düşünmemektedirler. Ancak Fuchs'a göre bu durum, ortada bir emek sömürüsü olmadığı anlamına gelmemektedir.

Fuchs'a göre dijital işçilerin çoğunlukla emeklerinin sömürüldüğünü düşünmemelerinin sebebi, bu emeği ortaya koyarken bundan keyif alıyor olmalarıdır. Nitekim, Sözlük'te yazar olmakla ilgili oluşturulan girdilerde, keyif, haz, eğlence kavramlarının ön plana çıktığı görülmektedir:

"burada yorumlar yapıp düşünceler paylaşmak, bilgi veya ilgi alanlarıyla ilgili paylaşım yapmak, hatta bazen iç dökmekten bile keyif alıyorum (...) anonim olmamakla edindiğim tecrübelerimin de çoğundan keyif aldım." #135557524

“burada yazmaktan ziyade okumaktan daha çok keyif alıyorum.” #106420686

“okuoyrum,guluyorum,egleniyorum,dur bi de ben yazıym deyip kotu bir espri yapıyorum,ruhsal durumu bozuk biri gelip ayar veriyor,ben ona cevap kastiriyorum (...) bir muzisyen,sinemaci,kisilik herneyse ve evriliyorum,cevriyorum, dönüyorum.” #3476244

“burada yorumlar yapıp düşünceler paylaşmak, bilgi veya ilgi alanlarıyla ilgili paylaşım yapmak, hatta bazen iç dökmekten bile keyif alıyorum (...) anonim olmamakla edindiğim tecrübelerimin de çoğundan keyif aldım.” #135557524

Fuchs, oyun ile iş arasındaki ayrımın bulanıklaşması olarak tarif ettiği oyun emeğinin, dijital emek sömürüsünü görünmez hale getirdiğini iddia etmektedir. Nitekim Sözlük yazarlarının bir kısmı dijital emek sömürüne maruz kaldıklarını ifade ederken, kalan kısmının böyle bir düşüncesinin olmamasını, oyun emeğinin bir illüzyonu olarak değerlendirmek mümkündür.

Fuchs, Wikipedia'nın ekonomi politişini incelediği yazısında, Wikipedia çalışmasının kapitalist ücretli emekten farklı olarak zorlayıcı olmadığını ve bu çalışmanın yapılma sebebinin hayatta kalabilmek için gıda ve diğer yiyecekleri almaya imkân sağlayacak bir gelire sahip olmadığının altını çizmektedir (Fuchs, 2020: 469). Wikipedia çalışması gönüllü bir çalışma olmasına karşın, Wikipedia'nın küresel kapitalizme gömülü olduğu gerçeği değişmemektedir. İşbirlikçi çalışma, taban örgütlenmeli karar alma, ödeme yapılmadan içeriği kullanıma sunma gibi birtakım komünist potansiyellere sahip olmasına karşın Wikipedia, içeriğinin meta olarak satılmasına verdiği için içerik üreticilerini sonsuz derecede sömürmektedir (Fuchs, 2020: 478). Nitekim, içeriğin satıldığı durumlarda, arka planda gerçekleşen gönüllü çalışma, karşılığı ödenmemiş bir emektir. Başka bir ifadeyle serbest zamanın bir parçası haline gelen çalışma, zorlayıcı olmamasına ve gönüllü olmasına karşın bir artı değer yaratmakta, buna karşın elde edilen değerden çalışmayı

gerçekleştiren üretketiciler faydalanmamaktadır. Fuchs'a göre yalnızca bu durum bile, dijital emek sömürünün belirteçlerinden birisidir. Dolayısıyla Ekşi Sözlük'teki boş zamanların değerlendirildiği, gönüllü ve keyifli olan çalışma da, Fuchs'un bakış açısıyla ele alındığında bir dijital çalışmadır ve Ekşi Sözlük'ün yazarların ürettikleri içerikler sayesinde kazanç elde ettiği halde yazarlarının emeklerinin karşılığını ödememesi, dijital emek sömürüsüne işaret etmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Çalışmada, yazarlarda hâkim olan algının emeklerinin sömürüldüğüne ve platformun kazancının adil bir şekilde paylaşılmadığına yönelik olduğu sonucuna varılmıştır. Platformun hukuki kelime oyunlarıyla, yazarların oluşturdukları içeriklere ilişkin sahiplik hakları konusunda belirsizlik yarattığı görülmektedir. Bu durum, yazarların emeklerinin platform tarafından sömürülmesi endişesini artırmaktadır. Yazarlar, reklam yoluyla büyük miktarda para kazanmakta olan platform yönetiminin yazarlardan içerik üretmek konusunda fayda sağladıklarını; ancak adil bir karşılık vermediklerini ifade etmektedirler. Ayrıca, platformun kazançlarını yalnızca kendi çıkarları doğrultusunda kullandığı ve topluluğun ihtiyaçlarını önemsemediği eleştirilerini yapmaktadırlar. Çoğunlukla kendilerini “dijital emekçi” adıyla nitelendirmeseler de yazarların, içerik üreticileri olarak aslında platformun işleminde merkezi bir önemleri olduğunun ve üreten tüketiciler olduklarının farkında oldukları görülmektedir. Platformda geçirdikleri zamandan ve içerik üretiminden keyif alıyor olmalarının, bazı yazarların kendilerini “emekçi” olarak tanımlamalarının önüne geçtiği görülmüş, bu durum Fuchs'un sömürüyü eğlencenin arkasına gizlediğini iddia ettiği “oyun emeği” kavramıyla ilişkilendirilmiştir. Buna karşın yazarların söylemlerinden, ürettikleri içerikler sayesinde kazanılan paranın yine katılımcı sözlüğü oluşturan topluluğun ihtiyaçları için harcanması gerektiği konusunda hemfikir oldukları çıkarılmaktadır.

Sözlük'ün içerik üreticilerine emeklerinin karşılığı olarak ücret vermek bir yana, yeni bir abonelik

sistemi getirerek yazarlardan para almaya yönelik bir tutum içine girmesi yazarlar tarafından emek sömürüsü olarak değerlendirilmektedir. Nitekim yazarların içerik üretme ve platforma katkı sağlama amacıyla zaman ve emek harcadığı, ancak Sözlük yönetiminin bu emeği sömürdüğü ve yazarların adil bir şekilde ödüllendirilmediği düşüncesi, dijital emek sömürüsü kavramıyla paralellik göstermektedir. Tüm bu bulgular, Fuchs'un tanımını yaptığı dijital emek sömürüsünün Ekşi Sözlük'te mevcut olduğuna işaret ederken, dijital platformlarının kullanıcıların emeklerini sömürdüğüne dair tezini doğrulamaktadır. Bu çalışmanın, dijital kapitalizmin kullanıcı emeği başta olmak üzere tüm unsurlarının uluslararası katılımcı sözlük sitelerinde de karşılaştırmalı olarak ele alındığı yeni çalışmaların yolunu açabileceği düşünülmektedir.

Kaynaklar

Atabey, E. (2022, 9-10 Haziran). Sosyal medyayı dijital emek üzerinden okumak. [Konferans sunumu tam metin]. İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Yüzyıl'da İletişim Kongresi, İstanbul, Türkiye.

Baki, Z. S. (2014). İnternet folkloru/ netlore bağlamında sözlü kültürün dönüşümüne netnografik yaklaşımlar: Katılımcı sözlük örnekleri [Yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.

Başlar, G. (2013, 23-25 Ocak). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. [Konferans sunumu özet]. XV. Akademik Bilişim Konferansı, Antalya, Türkiye.

Bozkurt, A., & Biroğul, S. (2012). Bilgiyi kümülatif bir biçimde oluşturup paylaşan siteler: Etkileşimli sözlükler. *Bilişim Dergisi*, 6(140), 16-21.

Çakır, M. (2014). *Yeni medyaya eleştirel yaklaşımlar: Yeni medyaya ilişkin eleştirel yaklaşımları ve tespitleri ile Christian Fuchs*. Doğu Kitabevi Yayınları.

Çelik, H., & Ekşi, H. (2008). Söylem analizi. *Marmara*

Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 27(27), 99-117.

Çetin, B. N. (2019). Üretüketim olgusu bağlamında örtülü emek olarak dijital üretüketici emeği. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 77: 349-382.

Duman, K., & Özdoğan, G. (2018). Dijital emek ve kullanıcı içeriğinin metalaşması: Katılımcı sözlük yazarları üzerine inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 75-99.

Ekşi Sözlük. (2023, Ağustos 3). Ekşi sözlük. <https://eksisozluk1923.com/eksi-sozluk--31966>.

Fuchs, C. (2015). *Dijital emek ve Karl Marx*. (T. E. Kalaycı & S. Oğuz, Çev.). NotaBene Yayınları.

Fuchs, C. (2020). Sosyal medya: eleştirel bir giriş. (D. Saraçoğlu & İ. Kalaycı, Çev.). Nota Bene Yayınları.

Fuchs, C., & Chandler, D. (2021). Dijital nesnelere, dijital özneler: Büyük veri çağında kapitalizm, emek ve siyaset üzerine disiplinlerarası yaklaşımlar. (G. Boztepe, Çev.). Nota Bene Yayınları.

Gürel, E., & Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern elektronik kültür. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(4), 203-219.

Gürel, E., & Yakın, M. (2005). Bir reklam mecrası olarak Ekşi Sözlük. *Pi Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 4(14), 26-43.

Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. Beta Yayınları.

Karaca, P. (2021). Sosyal medya çağında dijital emek kavramı ve ticari bir medya platformu olarak Google. *Aksaray İletişim Dergisi*, 3(1), 131-164.

Kaymas, S. (2016). Yeni bağlamlarında devam eden sorunlar: Dijital kapitalizm ve kullanıcı emeğini yeniden düşünmek üzerine. *Intermedia International e- Journal*, 3(5), 320-343.

Kekeç, S., & Taşcıoğlu, R. (2018). Özgecan Aslan cinayetinin dijital platformlarda yansımaları: Ekşi Sözlük üzerine bir inceleme. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (29), 439-452.

Koçer, S., & Çetinkaya, A., (2014). Sosyal medyanın ekonomisi Youtube, Facebook, Twitter ve Google'ın incelenmesi. [Konferans Sunumu Özeti]. 1. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi, Kocaeli, Türkiye.

Özer, Ö. (2022). Eleştirel söylem çözümlemesi: Haber örnekleri üzerinden bir inceleme. *Etkileşim*, 9, 36-54.

Sağır, A. (2012). Küresel dünyanın yeni sosyal paylaşım mekanları: İnternet sözlüklerinin sosyolojik çözümlemesi. *Sosyoloji Dergisi*, (26), 1-31

Susar, A. F., & Narin, B. (2013). Sosyal paylaşımın tecimselleştirilmesi bağlamında internet reklamcılığı: Ekşi Sözlük örneği. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 53-66.

Şahin, B. (2011). Metodoloji. İçinde A. Tanrıoğan (Editör), *Bilimsel araştırma yöntemleri*. (ss. 111-133). Anı Yayıncılık

Tıraman, D. E. (2018). Kamusal bir alan olarak internette kimlik tartışmaları: Ekşi Sözlük'te Hrant Dink ve Tahir Elçi başlıklarının söylem analizi [Doktora tezi]. Mimar Sinan Üniversitesi.

Wright, E.O. (1997). *Class counts: Comparative studies in class analysis*. Cambridge University Press.

Yazıcı, T. (2016). Yeni medyanın nefret dili: Suriyeli mültecilerle ilgili Ekşi Sözlük örneği. *Global Media Journal*, 7(13): 115-136.

Yücel, R. (2017). Yazılı kültür - dijital kültür bağlamında mesajın değişen yapısı (Örnek olay: Ana Britannica Ansiklopedisi ile Ekşi Sözlük

karşılaştırması. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Akdeniz Üniversitesi.

Extended Abstract

The expansion of capitalism into the digital area has brought about new uncertainties regarding how the concept of labor can be defined in the digital realm. The fact that users produce value for the capitalist system just by spending their leisure time on digital media, has blurred the boundaries between work and entertainment, as well as the boundaries between producer and consumer. Fuchs, whose work is shaped around concepts such as big data capitalism, the commodification of labor, digital surveillance, and digital labor, draws attention to the fundamental elements of this field by examining them in light of the current structure of the digital age. In this study, Fuchs' approach to digital labor is examined through the example of Ekşi Sözlük, the first instance of a participatory dictionary site in Turkey. The subject of this study is the analysis of the position of an internet user who is a producer in digital media within the framework of Fuchs' theory of digital labor through the platform Ekşi Sözlük. The aim is to determine how Ekşi Sözlük can be positioned in the context of "digital labor" based on Fuchs' perspective. From this point of view, this study examines the entries that has been added under the heading "ekşi sözlük" between the years 2018 and 2023, by the authors who create content on Ekşi Sözlük. By evaluating the thoughts of Ekşi Sözlük authors on this subject, it is thought that an inference could be made about how user labor in digital media is perceived and evaluated by the content producers. Thus, an attempt is made to understand whether the elements of digital labor exploitation exist in Ekşi Sözlük. In this regard, the first part of the study, prepared in three stages, focuses on Fuchs' concepts of digital labor and digital labor exploitation, in the context of the digital capitalism idea. In the second part, the economic and political structure of participatory dictionaries and Ekşi Sözlük, which is the subject of the research, are discussed. In the final part of the study, the evaluations related to these concepts

are interpreted through the entries under the determined heading in Ekşi Sözlük.

In this study, the critical discourse analysis method has used due to its relevance to the essence of the topic and the researcher's approach. The study is based on the following assumptions: 1) Fuchs' theory of digital labor comprehensively and contemporarily explains the political economy of digital media according to the new dynamics of the age. 2) Along with developing communication technologies, the "participant" and "prosumer" adjectives that the internet provides to the user are rebuilding the system of commodification and exploitation as a result of digitalization not remaining independent of capitalist conditions. 3) Ekşi Sözlük, a social sharing platform, constitutes an important example for the concept of digital labor since it is entirely formed by user-generated content.

In Ekşi Sözlük, there was a total of 2738 pages with entries under the title "ekşi sözlük" on the date of 03.08.2023. The purposive sampling method was used in accordance with the aim of the study. Among the entries written during the mentioned time interval, 87 Ekşi Sözlük entries which have been evaluated as relevant to the subject of the study by the researcher, constitute the sample of the study. The most significant limitation of the study is the examined range of time. This range was determined as 6 years in order to use current information and comments. When analyzing the comments, the positioning of Ekşi Sözlük by content creators in the context of digital labor and digital labor exploitation was examined based on the following questions defined in line with the aim of the study: 1) Do Ekşi Sözlük authors consider themselves as digital laborers? 2) Do content producers expect to receive financial compensation for their work? 3) What are their thoughts regarding Ekşi Sözlük management's behavior towards advertising and revenue generation? 4) Do they believe that there is digital labor exploitation on Ekşi Sözlük?

In the study, it was concluded that the prevailing perception among the authors is that their labor is being exploited, and the platform's earnings are not fairly distributed. It is observed that the platform creates ambiguity regarding ownership rights related to the content created by authors through legal wordplay, which increases the concern of authors about their labor being exploited by the platform. Authors state that the platform management, which earns a large amount of money through advertisements, benefits from authors in terms of content creation but does not provide a fair compensation. Additionally, they criticize the platform for using its earnings solely for its own interests and not considering the needs of the community. Although authors do not often identify themselves as "digital laborers," they are aware that as content producers, they have a central role in the operation of the platform and that they are prosumers. While they enjoy creating content and spending their time on the platform, it is observed that this enjoyment overshadows some authors' identification as "laborers," which is related to the concept of "playbor" that describes the concealment of exploitation behind entertainment. However, from the statements of the authors, it can be inferred that they agree that the money earned through the content they produce should be spent for the needs of the community that constitutes the participatory dictionary.

The fact that Ekşi Sözlük does not pay authors for their labor but instead adopts an attitude of taking money from authors by introducing a new subscription system is considered labor exploitation by the authors. Indeed, authors spend time and effort to create content and contribute to the platform, but the perception is that Ekşi Sözlük management exploits this effort, and authors are not fairly rewarded. All these findings indicate the presence of digital labor exploitation as defined by Fuchs and confirm the thesis that digital platforms exploit the labor of users.

Yazar Bilgileri

Author details

1- (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Arş. Gör., Başkent

Üniversitesi İletişim Fakültesi, calgunere@gmail.com.

2- Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim

Fakültesi, zakir.avsar@hbv.edu.tr.

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

Katkı Oranı

Author Contribution Percentage

Birinci yazar % First Author % 60

İkinci yazar % Second Author % 40

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Çalgüner Kılınç, E. & Avşar, Z. (2023). Fuchs'un dijital emek sömürüsü kavramı bağlamında Ekşi Sözlük'ün incelenmesi. *Yeni Medya*, (15), 69-91, <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1368641>