

Sosyal Medyada Gerçekliğin Sosyal İnşası Bağlamında Kristalleşme Modelinin Betimsel Bir Analizi

A Descriptive Analysis of the Crystallization Model in the Context of Social Construction of Reality in Social Media

Pınar Bayram, Dr., Ekonomik Gündem Gazetesi, E-Posta: pınarbayram@windowslive.com

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya,
Sosyal İnşa,
Kristalleşme,
Gerçeklik,
İletişim.

Öz

Bu makalede ilk olarak çalışmanın kuramsal arka planını oluşturan Peter L. Berger ve Thomas Luckmann'ın (2008) "Gerçekliğin Sosyal İnşası" yaklaşımı aktarılacaktır. İkinci kısmında sosyal medyada gerçeklik üretimi, kristalleşme modeli çerçevesinde değerlendirilecektir. Çalışma nitel bir araştırma olup kristalleşme modelinin betimsel bir analizini yapmaktadır. Bu çalışmanın amacı sosyal medyanın, toplumsal gerçeklik inşasında aktif bir rol oynadığını kristalleşme modeliyle açıklamaktır. Wahn ve Bowe tarafından ortaya atılan bu teorik modele göre bilgi, küçük çekirdeklere benzer. Benzer tutumlar bu çekirdeğe yapışarak nesnel gerçekliklere dönüşebilir. Nitekim sosyal medyada bilginin çoklu kaynaklardan gelmesi, bireyin sosyal ağını kendi ağıyla benzer başka ağlardan oluşturması çekirdeğe yapışan benzer tutumları güçlendirmekte ve öznel gerçekliklere etki etmektedir. Başka bir deyişle kristalleşme modelinde sosyal medya kullanan bireyler, öznel gerçekliklerini yorum, beğen, retweet gibi sosyal medya fonksiyonlarıyla yayarken sembolik hale getirdiklerini ve bu sembolik gerçekliklerin nesnel gerçekliklere kristalize olabileceğini iddia eder. Ulusal literatür tarandığında kristalleşme modeliyle sosyal medyada gerçekliğin sosyal inşasının ele alındığı bir çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın sosyal medyada gerçeklik üretimini konu alacak ulusal literatürdeki yeni araştırmalara bir çerçeve oluşturması ve katkı sunması amaçlanmaktadır.

Keywords:

Social Media,
Social Counstruction,
Crystallization,
Reality,
Communication.

Abstract

In this article, firstly the "Social Construction of Reality" approach of Peter L. Berger and Thomas Luckmann (2008) is examined. In the other part of the article, the construction of reality in social media evaluated within the framework of crystallization. The study is a qualitative research and conduct a descriptive analysis of the crystallization model. The purpose of this study is that social media plays an active role in the construction of social reality with the crystallization model. According to this model of Wahn and Bowe, information is similar to small cores. Similar attitudes can become objective realities by sticking to this core. As a matter of fact, social media strengthens similar attitudes sticking to the core and affects subjective realities. In other words, individuals using social media in the crystallization model make their subjective realities symbolic while spreading their social media functions (comments, likes, retweets, etc.). The crystallization model claims that symbolic realities can crystallize into objective realities. When the national literature is scanned, there is no study using this approach. The study is expected to form a framework and contribute to the studies that will deal with the production of reality in social media.

Giriş

Wohn ve Bowe (2014) sosyal medya öncesi dönemde, bireyin kişisel bağlantılarla etkileşiminin, sık sık iletişim kurduğu kişilerle (aile, komşular veya iş arkadaşları) sınırlı olduğunu belirtirler. Fakat sosyal medya, zaman ve alan kısıtlamalarının çoğunu ortadan kaldırarak bireylere çok daha büyük bir ağa anında erişim imkanı sunar. Dahası, sosyal medya insanlara belirli bir konuda yüz yüze bir durumda gerçekleşmeyecek iletişim avantajı sağlar.

21. yüzyılın en önemli iletişim araçlarından biri haline gelen sosyal medya, teknik olarak sosyal etkileşim için tasarlanmış bir dizi çevrimiçi aracı ifade eder. Uygulamada, sosyal medya bloglar, microbloglar (Twitter), sosyal paylaşım hizmetlerinin (YouTube, Flickr, StumbleUpon, Last.fm), kısa mesaj gibi web tabanlı teknolojilerin ve hizmetlerin bir araya geldiği sosyal bir topluluktur (Bertot, 2011).

Sosyal medya, grup ve bireyler için popüler kültürden çıkış imkânı veren alternatif bir mecra niteliği taşır. Bu dijital mecra, bir taraftan tek tek insanların günlük ifade biçimlerini, deneyimlerini dijital bir kamusal alana taşırken, diğer taraftan politik grupların söylemlerini yaydıkları bir eylem alanı haline gelmiştir. Geleneksel medyayla karşılaştırıldığında sosyal medyada çevrimiçi paylaşılan içeriklerin açık, doğrudan olması ve daha az sansüre uğraması söz konusudur (Akçalı ve Parker, 2013). Dolayısıyla bireyler sosyal medya platformlarında özgür fikirlerini, farklı bakış açılarını, şahsi deneyimlerini geniş bir toplulukla paylaşırken, başkaları tarafından üretilen içeriklerden etkilenirler.

Günümüzde sosyal medya kullanımları Türkiye’de ve dünyada oldukça yüksek rakamlara ulaşmıştır. “We Are Social” ve “Hootsui” (2020), tarafından her yıl hazırlanan “Digital in 2020” raporuna göre bugün dünya nüfusunun %59’u (4.54 milyar kişi) internet kullanırken, dünya nüfusunun %49’unun (3.8 milyar kişi) sosyal medya hesabı bulunmaktadır. “Digital in 2020” (We Are Social, 2020) raporunda yer alan Türkiye’de internet kullanımına ilişkin verilere göre (toplam nüfus 83.88 milyon kişi olarak alınmıştır) nüfusun %74’ünün oluşturduğu 62 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Türkiye’de aktif sosyal medya kullanıcıları ise toplam nüfusun %64’ünü (54 milyon kişi) oluşturmaktadır. Bu rapora göre Türkiye’de yaşayan ortalama bir internet kullanıcısı günde yaklaşık 7,5 saatini internete bağlı olarak geçirmekte ve bu sürenin 2 saat 24 dakikasını sosyal medya kanallarına ayırmaktadır.

Sosyal medya kullanıcılarının ve kullanım sürelerinin artışı (We Are Social, 2020), herkesin içerik üretici olabilmesi, üretilen içeriklerin etkileme, yönlendirme, yansıtma mekanizmalarına sahip olması (El Gody; 2012) sosyal medyada gerçeklik oluşum sürecinin açıklanması için güncel teorilere olan ihtiyacı ortaya çıkartmıştır.

Bu çalışma, Wohn ve Bowe’un kristalleşme (kristalizasyon) modelinin betimsel bir analizini sunmaktadır. Çalışma, sosyal medyanın toplumsal gerçeklik üretiminde nasıl bir rol oynadığını tespit etme amacını taşımaktadır. Berger ve Lucmann’ın gerçekliğin sosyal inşası yaklaşımını temel alarak ortaya atılan bu teorik çerçevenin ele alındığı herhangi bir çalışmaya ulusal literatürde rastlanılmamıştır. Bu nedenle makalenin sosyal medyada gerçeklik üretimini konu alarak yapılacak çalışmalara bir çerçeve oluşturması ve katkı sunması amaçlanmaktadır.

Gerçekliğin Sosyal İnşası

Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte iletişim mecralarının çeşitlenmesi, iletişim araştırmalarında kullanılan yaklaşımların ve yöntemlerin yeniden ele alınmasına neden olmuştur. Sigman'ın (2016) belirttiği gibi iletişim bilimleri insanların değil, mesajların karakteristiklerini ve yarattıkları sonuçları irdeleyen bir disiplindir. Buna göre bir disiplin olarak iletişim, anlamı (mesaj veya bilginin yapısını) analitik başlangıç noktası olarak görmelidir. Bu bakımdan disiplinin temel sorunsalı anlamın nasıl tesis edildiğidir. Diğer taraftan insanlar ve onların ilişkileri, mesajlardan oluşmaktadır ve mesajlarla var olmaktadır. Bu ilkeye göre organize olmuş anlam kümeleri olarak görülen insanlar ve onların ilişkileri, iletişim tarafından yaratılan, oluşturulan ve sürdürülen bir yapı olarak ele alınmaktadır.

İletişim disiplinde “anlam”a merkezi önem atfeden Berger ve Lucmann'ın çalışmaları dönüm noktası olarak görülmekte ve bu çalışmanın iletişim araştırmalarına yeni bir yön kazandırdığı öne sürülmektedir (Leedz-Hurwitz, 2016; Sigman, 2016; Craig, 2016). İletişim çalışmalarını sosyal psikolojiyle kesiştiren bu yaklaşımlar kişilerarası davranışa ilişkin psikologvari açıklamalardan ziyade, iletişim pratiklerinin sosyal ve kültürel bağlamları içinde daha açıkça ortaya konmasını benimsemiştir (Craig, 2016).

Sosyal inşa yaklaşımı, Berger ve Lucmann'ın (2008) 1961 yılında yayınladıkları “Gerçekliğin Sosyal İnşası” adlı kitapla sunulmuştur. İnşacı yaklaşım, bireylerin bu dünyanın var oluşuna etkin bir şekilde katkı sağladıklarını ve aynı zamanda aynı zamanda ondan bizzat etkilendiklerini savunmaktadır (Bilgin, 2007: 59-60). Bu yaklaşıma göre gerçeklik inşası, bireylerin kendilerini dışsallaştırmalarıyla başlar. Bu inşa süreci, dışsallaşma faaliyetlerinin rutinleşmesi, tipleşmesi ve kurumlaşmasıyla nesnel bir karakter kazanır ve sonraki kuşaklara sosyalizasyon aracılığıyla aktararak içselleştirilir. Teorisyenler, gerçekliğin sosyal olarak inşa edildiği teorisini 3 önerme üzerinden sunmaktadırlar. Bu önermelerden ilki dışsallaşma olarak kavranan toplumun insani bir ürün olmasıdır. Nesneleşme sürecinde toplum nesnel bir gerçeklik kazanırken, içselleşme süreci sonunda insanın sosyal bir ürün olduğu vurgulanır (Balkız ve Ögütte, 2012: 47).

Yaklaşımın ilk safhası olan dışsallaşma sürecinde insan, antropolojik olarak dışa taşan bir varlık olarak ele alınır. Berger ve Lucmann (2008) insanların hayvanlar dünyasında özgün bir konum işgal ettiğini ve hayvanların aksine içgüdüleri bakımından esnek olarak yapılandırılmış bir çevreye sahip olduğunu belirtirler. Fakat insanın dünya üzerinde yerleşik bir düzen kurması ve çevresiyle kurduğu ilişki, kendi biyolojik terkihi tarafından eksik yapılandırılmıştır. Başka bir deyişle insan biyolojik gelişimini doğumundan sonra zaman içinde tamamlarken aynı zamanda insan organizması oluşum halindeki verili donanımını faaliyetler alanına uygulayabilmektedir. İnsan organizması (insanlaşma) hem karmaşık karşılıklı ilişkiler hem de biyolojik olarak gelişmeye açıktır. Bu bakımdan insanın hayatta kalması belirli sosyal düzenlemelere bağlıken aynı zamanda gelişimin yönü sosyal olarak belirlenir. Teorisyenler, sosyokültürel oluşumlar tarafından belirlenen ve oluşumların varyasyonlarına göre değişen insanın, kendisine bir dünya oluştururken aynı zamanda kendisini de yani kendi doğasını da inşa edeceğini belirtmiştir. Bu üretim (inşa) sosyal bir aktivitedir. İnsanlar var oldukları ve etkinlik gösterdikleri çevreyi kolektif olarak inşa ederler. Dolayısıyla teorisyenler sosyal düzenin

devam eden insani bir üretim olduğunun altını çizerler. Bu sosyal düzen insan tarafından ve insanın süregiden dışsallaşması sırasında üretilebilir. İnsan, bu üretimle birlikte yani bir faaliyet içinde devamlı olarak kendini dışa vurur. Berger (2011), dışsallaşmanın, insanın fiziki ve zihni faaliyetlerinde dünyaya etkide bulunması, onu üretmesi olduğunu belirtir. Bu üretim sürecinde toplum, bir insan ürünü olarak ortaya çıkarken insanın da dünyadan bağımsız olarak kavranamayacağı ilkesi ortaya çıkar. Dışsallaşan yani insanın kendi faaliyetinin ürünü olan insan üretimi olan dünya ise kültürdür. İnsan tarafından sürekli bir şekilde üretilen ve dolayısıyla insanın ürettiklerinin toplamı olan kültür, kurulan dünyanın kolektifliğine göndermede bulunur.

Kuramın ikinci safhası olan nesneleşme, insanların fiziki ve zihni faaliyetlerinin sonucunda oluşan realitedir. Diğer bir deyişle nesneleşme insan faaliyetlerinin nesnellik karakteri kazandığı süreçtir. Bu süreçte toplum, kendine özgüdür (sui genesis) ve nesnellik derecesine ulaşan şey fenomen haline gelir (Berger, 2011:53). Nesnelleşmenin iki önemli süreci kurumsallaşma ve meşrulaşmadır. Berger ve Lucmann, (2008), kurumsal dünyanın nesnellüğünün, inşa edilen bir nesnellik olduğunu ve objektif bir gerçeklik olarak deneyimlendiğini belirtmişlerdir. Kurumlar, bireye dışsaldır ve kendi gerçekliklerini sürdürürler. Buna göre kurumlar, bireyin kurtulma ya da değiştirme çabalarına karşı dirençlidir. Kurumsallaşma, tekrarlanan her eylemin, üreticileri tarafından kalıba dönüştürüldüğü “mutatlaştırma” (alışkanlık haline getirme); tecrübelerin tortulaşarak hafızada dondurulduğu “nesilden nesile aktarma” (intikal) ve insan üretimi olguların, insandan bağımsız şekilde kavrandığı “şeyleşme” süreçlerini kapsar. Berger ve Lucmann (2018) kurumsallaşmanın bir kere oluşturulduktan sonra (süreklilik eğiliminde olsalar bile) bu sürecin tersine çevrilerek kurumlaşmış eylemlerin kapsamının dağılabileceğini ve sosyal hayatın bazı alanlarında kurumluluktan çıkmaların yaşanabileceğini belirtmişlerdir. Nesneleşmenin kurumsallaşmadan sonra ikinci safhası meşrulaştırmadır. Berger ve Lucmann (2008) meşrulaştırmayı ikincil dereceden bir anlam nesneleşmesi olarak tanımlamıştır. Meşrulaştırma, yeni kurumlaşmış dünyadaki birincil dereceden nesneleşmeleri, nesnel anlamda erişilebilir, öznel anlamdaysa makul hale getirir.

Berger ve Lucmann (2008) nesneleşmenin önemli bir örneğinin göstergeleştirme olduğunu belirtmişlerdir. En önemli gösterge sistemi ise dildir. Nesneleşmeler dilsel göstergeleştirme yoluyla sürdürülürken gündelik hayat dil aracılığıyla kavranır. Dil, hem söyleyen hem de söyleşen için özneliği daha gerçek kılar ve dilin bu kapasitesi yüz yüze olunmayan durumlarda da geçerlidir. Bu durumda “burada ve şimdi olmayan”, “burada” ve “şimdi olmuş” gibi tezahür eder. Gündelik hayattan doğan ve nesnellik niteliğine sahip olan dil, tecrübeleri belli kategoriler içinde sınıflandırmaya olanak sağlayarak tecrübeleri tiplerleştirir.

Kuramın son süreci olan içselleşme, Berger’in (2011) belirttiği gibi toplumsal dünyanın nesnel gerçekliğinin aynı zamanda bir sübjektif gerçeklik olduğunu gösterir. Birey, bu diyalektik ilişkinin nesnelleşme safhasında kurumları kendi dışındaki nesnel dünyanın verileri olarak karşılar, fakat içselleşme safhasıyla onlar, aynı zamanda artık kendi öz bilincinin de verileri haline gelmiştir. Başka bir deyişle içselleşme, nesnel dünyanın kabullenilmesidir. İçselleşme sürecinde birey için kurumsal programlar, öznel olarak gerçektir. Yani birey, içselleşme sürecinde tüm kurumsal programları bir gerçeklik

olarak kabullenir, kendisine yüklenen rolleri üstlenir ve kendi öz kimliğini bu rollere dayanarak idrak eder.

Berger ve Lucmann (2018) içselleşmeyi insanların birbirini anlamasında ve bu dünyanın anlamlandırılıp bir gerçeklik olarak karşılanmasında önemli görmüşlerdir. Teorisyenlere göre içselleşme, nesnel bir verinin anlamlandırılarak kavranıp yorumlanması ve birey açısından anlamlı hale gelmesidir. Bu süreçte bir başka bireyi doğru ya da yanlış, iyi ya da kötü anlamının ötesinde ona içkin anlama ulaşılabilir. Teorisyenler içselleşmenin, asli sosyalizasyon sürecinde ve çocukluk döneminde başladığını belirtmişlerdir.

Berger ve Luckmann (2008) bu yaklaşımla gerçekliğin toplumun sıradan insanların ortak duygusunda (sağduyusunda) var olduğunu belirtirler. Kuramcılara göre gündelik hayat insanlara bir gerçeklik olarak anlam ithaf eder ve insanlar tarafından kabul edilir. Bu gerçeklik insanların eylemleri ve düşüncelerine temel sağlarken kendini çoklu gerçekliklerden daha üstün olarak gösterir. Bu görüşe göre gerçeklik, insan etkileşimi sonucunda üretilir. Dolayısıyla Berger' in (2011) belirttiği gibi inşacı yaklaşım her insan topluluğunu bir dünya kurma girişimi olarak görmektedir. Bir insan ürünü olan ve üreticisi üzerinde etkide bulunan toplum, bu bakımdan diyalektik bir olgudur. Başka bir deyişle toplum, insanın bir ürünü olduğu gibi insanda toplumun bir ürünüdür.

Sosyal Medyada Gerçekliğin Sosyal İnşası: Kristalleşme

Wohn ve Bowe (2014) “kristalleşme” modelini (kristalizasyonu), sosyal medyanın toplumsal gerçeklik üretimine nasıl katkı sağladığını ortaya koymak için bir çerçeve olarak önermişlerdir. Bu modelde sosyal medya, yalnızca sembolik gerçeklikler üretmekle kalmayıp, nesnel gerçekliklere demirleyebilen ve toplumsal gerçeklik üretiminde aktif rol oynayan bir mecra olarak görülmektedir.

Wohn ve Bowe'un (2014), ortaya koydukları bu teorik model, sosyal medyanın toplumsal gerçeklik üretimindeki rolünü açıklama ve bu yönde yapılacak araştırmalarda bir çerçeve oluşturma amacı taşımaktadır. Berger ve Lucmann'ın gerçekliğin sosyal inşası yaklaşımını temel alan bu model, gerçekliğin etkileşimli ve sosyal olarak inşa edildiğini kabul eder.

Gerçekliğin sosyal inşası yaklaşımında gerçeklik; dışsallaşma, nesnelleşme, içselleşme olarak belirtilen üç anın diyalektik ilişkisinde inşa edilmektedir. Kristalleşme modeli, sosyal medyanın bu diyalektik ilişkinin içselleştirme sürecine etkisi olduğunu öne sürmektedir.

Kristalleşme yaklaşımı, kimyasal kristalleşme sürecinin bir metaforu olarak ele alınmıştır: “Kimyasal bir perspektiften fiziksel kristalleşme işlemi, maddenin bir gaz veya sıvı formdan katı forma değişimini gösterir. Bu süreç bir çekirdekle başlar ve parçacıklar daha büyük bir maddeye dönüşmek için çekirdeğe yapılmaya başlar” (Wohn ve Bowe, 2016:3).

Wohn ve Bowe (2016) fiziksel kristalleşme terimini sosyal medyanın gerçeklik inşasına olan etkisine uyarlarlar. Teorisyenler, bilginin bir çekirdek gibi görüldüğünü

ve benzer tutumların gerçekliği oluşturmak için çekirdeğe kümelenen “parçacıklar” olduğunu varsayımlardır. Buna göre sosyal medyada bilgi akışı, çoklu bilgi kaynaklarının etrafındaki kümelenmelerden ve çoklu kaynaklardan ortaya çıkmaktadır. Bilgi farklı kaynaklardan geldiği için, çekirdek bir değil, birden çoktur. Bu nedenle, kristalleşme merkezi değil, çoklu bilgi kaynaklarının bulunduğu bir süreçtir.

Wohn ve Bowe’un (2014), kristalleşme modeli, bireylerin grup içi algıladıkları kişilerle ortak bir gerçeklik yaratmak için temel bir psikolojik istekleri olduğu varsayımına dayanmaktadır. Buna göre, sosyal ağ, bireye ana akım medya, alternatif medya (bloglar, sosyal medya v.b.) ve bir bireyin kişisel bağlantıları da (aile, akraba, arkadaşlar v.b.) dahil olmak üzere birden fazla medya kaynağı tarafından üretilen bilgi bolluğunu güçlendirmesine yardımcı olmaktadır.

Wohn ve Bowe (2014:262-263) kristalleşme modelinin bazı varsayımlarla yönlendirildiğini belirtirler. Bu varsayımlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Genel medya, alternatif medya ve sosyal ağlar bilgi kaynaklarıdır.
2. Bir bireyin bilgiye erişimi, kaynakları ile iletişim şekilleri tarafından belirlenir.
3. Bir kişinin bilginin belirginliği konusundaki yargısı, kaynak(lar)ın ve bireyin kaynak(lar) ile olan ilişkisinin bir fonksiyonu olacaktır.
4. Bilginin içeriğine yönelik tutum, başkalarının tutumlarından ve bireyin bu insanlarla olan ilişkilerinden etkilenecektir.
5. Zaman içinde, bireyler bir gerçeklik duygusu geliştirir.
6. Makro düzeyde, gerçeklik oluşumu gruplar halinde kristalleşir.
7. Kristalleşme süreci, bireyin sosyal ağının nitelikleri ve bireyin bireysel nitelikleri ile yönetilecektir.

Varsayımları sıralanan kristalleşme sürecinin oluşumu, ana akım medya, sosyal medya (örneğin, sosyal ağ siteleri, bloglar) ve sosyal ağlardaki bireyler de dahil olmak üzere çeşitli kanallardan bilgiye maruz kalmakla başlamaktadır. Bir birey bilgiye maruz kaldıktan sonra, bu bilginin alındığı kaynaktan da etkilenecek bir tutum oluşturmaktadır.

Kristalleşme modelinde bireyin doğrudan almak istemediği fakat maruz kaldığı içeriklere de önem atfedilmektedir. Bilinçli olarak takip edilen ya da rastlantısal olarak maruz kalınan içerikler, ağlar arasında rekabeti teşvik eder. Ahmadi ve Wohn (2018), çalışmalarında sosyal medyada rastlantısal bir habere maruz kalma ölçeği geliştirerek öncüllerini incelemek için bir anket yapmışlardır. Araştırma bulguları kullanıcıların haber içeriğine olası maruz kalma durumlarının sosyal medya kullanımını arttırabileceğini ve sosyal medya haberleriyle daha fazla ilişki kurmayı teşvik edebileceğini göstermiştir. Bu nedenle, daha fazla kullanıcı haber içeriğine rastlantısal bir şekilde maruz bırakılarak, sosyal medya haber tüketicisini çekebilme ve rekabet avantajı elde edebilmektedir.

Wohn ve Bowe (2014), sosyal medya kullanıcıları için, maruz kalınan ya da tercih edilerek seçilen bilgilerin genellikle çevrimiçi sosyal ağdan geldiğini ve çoğunlukla

bilgileri ileten kişinin tutumu ile birlikte oluştuğunu öne sürerler. Ancak, her bireyin çevrimiçi ağı farklı şekilde oluşturulduğundan, bu ağların özellikleri ve kullanıcıların bu ağlardaki kişilerle ilişkileri, özneliğini etkilemektedir. Sosyal medya kullanıcıları haber öğelerine ve sosyal etkinliklere bağlantılar gönderdikçe ve bunlar hakkında yorum yaptıkça, bu kullanıcıların öznel gerçekliklerini sembolik gerçeklere dönüştürdüğü söylenebilir. Bu yayınlar çevrimiçi sosyal ağlardaki güvenilir kişilerle paylaşıldığından, nesnel bir gerçekliğe kristalize olabilirler. Bu bireyler, kendilerine sunulan bilgilerin bilişsel ve duyuşsal özellikleri hakkında tutum geliştirirken aynı zamanda hem nesnel hem de öznel gerçekliğin gelişmesine yol açmaktadır.

Kristalleşme modeli, bilgi ve tutumların küçük moleküller gibi olduğunu ve benzer moleküllerin bir bireyin zihninde gerçeklik “kristalleri” oluşturmak için bir araya geldiği varsayımına dayanmaktadır. Bireyin gerçeklik duygusu, maruz kaldığı bilgilere ve bu bilgilere karşı tutumuna bağlı olmaktadır (Wohn ve Bowe, 2014). Diğer taraftan kristalleşme süreci bireyin sosyal ağının özellikleri ile yönetilmektedir. Sosyal ağ, karşılıklılık, yakınlık, homofilik ve çeşitliliği içerir (Bowe ve Wohn 2015).

Karşılıklılık, genellikle iki veya daha fazla aktör arasındaki karşılıklı yarar için yapılan alışverişi ifade eder. Sosyal hayatta, pozitif karşılıklılık biçimleri, kişisel ilişkilerin tesisi adına bir “başlangıç mekanizması” olarak kabul edilir. Bu karşılıklılık, hem çevrimdışı hem de çevrimiçi bağlamlarında topluluk uyumu ve karşılıklı bağımlılığının gelişmesine katkıda bulunur (Lewis, 2015),

Yakınlık, ağda yer alan diğerlerine yakınlıktır (Wohn ve Bowe, 2014). Bu yakınlık coğrafi, kültürel, fiziksel ya da duygusal olabilir. Buna göre bireyler sosyal ağlarda çeşitli nedenlerle kendilerine yakın gördükleri ağları takip etme, bağlantılar göndermeye eğilimlidir.

Homofili, yaş, cinsiyet, eğitim, prestij, sosyal sınıf, görev süresi ve meslek arasındaki benzerlik temelinde incelenmiştir. Contractor vd. (2006) homofilik teorilerinin, bireylerin benzer nitelikleri paylaştıkları diğerleriyle bağları olduğunu ileri sürdüğünü belirtmişlerdir. Benzer olarak Currarini vd. (2016) sosyal ve ekonomik ağlarda kurulan temasların benzer bireyler arasında, benzer olmayanlardan daha sık olma eğiliminde olduğunu altını çizmiştir. Genellikle “homofil” olarak adlandırılan bu benzerlik örüntüsü, birçok sosyal etkileşim türü ve benzerliğin birbirinden farklı boyutları için geçerlidir.

Çeşitlilik (diversity), bireyin sosyal ağının çok farklı ağları içermesine göndermede bulunur. Kişinin ağının çeşitliliği kristalleşmenin ne kadar güçlü olduğunu etkileyecektir. Buna göre daha az çeşitli ağlara sahip olanlar, önemli olduğunu düşündükleri hakkında daha güçlü inançlara sahip olacaklar, bu da yankı odası etkisi yaratacaktır. Ancak farklı ağlara sahip olanlar, geleneksel medya içinde erişimi son derece imkansız olabilecek bilgilere daha kolay ulaşabileceklerdir (Wohn ve Bowe, 2014). Çünkü sosyal ağlar, geleneksel medyaya göre ulaşımı zor olabilecek bilgilere erişimi kolaylaştırır ve bu bilgi zenginliği insanların mevcut inançlarına uygun bilgileri seçmelerini sağlar. Tüm bu bilgilerle birlikte kristalleşme, periferik gündemlere, tartışmalı konulara ve özel ilgi alt gruplarına verilen ağırlığı artırarak merkezi gündemin çeşitliliğini arttırmaktadır (Wohn ve Bowe, 2015).

Sonuç

Çalışma, Wohn ve Bowe tarafından ortaya atılan kristalleşme modelinin betimsel analizini yapmıştır. “Kristalleşme” modeli, “gerçekliğin sosyal inşası” yaklaşımının öne sürdüğü gerçekliğin sosyal olarak inşa edildiği argümanını kabul eder ve sosyal medyanın bu inşada etkin bir rol oynadığını ileri sürer.

Berger ve Lucmann (2008) tarafından ortaya atılan gerçekliğin sosyal inşası yaklaşımına göre toplum, nesnel bir olgusalığa sahipken aynı zamanda öznel eylemlerle ifade edilmektedir. Gerçekliğin sosyal inşası yaklaşımı toplumu oluşturan öznel ve nesnel karakteristiklerden yola çıkarak sosyal dünyanın dışsallaşma, nesnelleşme ve içselleşme süreçlerinin diyalektik ilişkisinde inşa edildiğini öne sürmüştür.

Gerçekliğin sosyal inşası yaklaşımı, gerçekliği birey ile toplum arasındaki ilişkide aramaktadır. Bu teoriye göre iletişim, *gerçekliğin üretilip, sürdürüldüğü ve dönüştürüldüğü sembolik bir süreç* olarak karşımıza çıkmaktadır (Leeds-Hurwitz (2016). İletişim bilimlerinde gerçekliğin sosyal inşası, insanların etkileşimlerini nasıl yönettiklerini, çeşitli sosyal kimlik ve rolleri nasıl icat ettiklerini ve başkalarının ürettiklerine nasıl tepkiler verdiklerini incelemektedir. Özetlersek bu teorideki temel mesele bir fenomenin toplumsal anlamının nasıl yaratıldığını ortaya çıkartmaktır.

Günümüzde etkileşimli iletişime imkan veren sosyal medyanın tercih edilen bir iletişim mecrası haline gelmesi, toplumsal fenomenlerin bu dijital mecrada mikro ve makro düzeylerde tartışılması ve sosyal medyanın gündem oluşturmaya katkısı, onu akademik bir araştırma alanı haline getirmektedir. Bu çalışma, sosyal medyada paylaşılan içeriklerin gerçeklik inşasına nasıl bir katkıda bulunduğu sorusuna kristalleşme modeliyle yanıt aramıştır.

Kristalleşme modelinin temel varsayımlarına göre birey için ana akım medya, alternatif medya ve sosyal ağlar bilgi kaynakları olarak işlev görür. Fakat bireyin bilgiye erişimi, kaynaklarıyla iletişim örüntüleri arasındaki ilişkiye bağlı olarak belirlenir. Başka bir deyişle bireyin gerçeklik algısı bilgilerinin kaynağından, miktarından ve bireyin kaynak(lar) ile ilişkisinin bir fonksiyonu olarak ortaya çıkar. Bilginin içeriğine yönelik tutum, başkalarının tutumlarından ve bireyin bu kişilerle olan ilişkilerinden etkilenmekte ve zamanla, bireyler bir gerçeklik duygusu geliştirmektedirler. Bu gerçeklik duygusu makro düzeyde ise gruplar halinde kristalleşir. Dolayısıyla kristalleşme süreci, bireyin kişisel özellikleri ile sosyal ağının özellikleri ile yönetilmektedir.

Wohn ve Bowe’un (2014; 2016) ortaya attığı kristalleşme modeli sosyal medyayı, geleneksel medya ve yakın çevre gibi gerçeklik oluşumunda bilgi kaynağı olarak görmektedir. Başka bir deyişle sosyal medya, bireylerin yararlanacağı bilgi kaynaklarının çeşitlenmesine yardımcı olur. Bu modele göre bilgi, küçük çekirdeklere benzer. Sosyal ağlar arasındaki benzer tutumlar bu çekirdeğe yapışarak nesnel gerçekliklere dönüşebilir. Nitekim sosyal medyada bilginin çoklu kaynaklardan gelmesi, bireyin sosyal ağını kendiyile benzer başka bireylerden ve ağıyla benzer başka ağlardan oluşturması çekirdeğe yapışan benzer tutumları güçlendirmektedir. Bununla birlikte sosyal medyanın beğen, paylaş, retweet, yorum gibi fonksiyonları bir ağa sahip kullanıcının öznel gerçekliklerini

sembolik gerçekliklere dönüştürmesini sağlayabilir. Bu içerikler aynı ağdaki güvenilir kişilerle (aile üyesi, iş çevresi v.b.) paylaşıldığında ise nesnel gerçekliklere kristalize olabilir. Teorisyenler maruz kalınan yada tercih edilen bilgilerin, bireylerin sosyal ağının niteliklerinden (benzerlik, hemofil, çeşitlilik ve yakınlık) etkilenecek oluşturulduğunu ve sosyal ağdaki benzer tutumlarla nesnel bir gerçekliğe kristalize olabileceğini öne sürmüşlerdir.

Kaynaklar

Ahmedi, M. ve Wohn, D. Y., (2018). “The Antecedents of Incidental News Exposure on Social Media”, *Social Media + Society*, 4, s.1-8. Doi:10.1177/2056305118772827.

Akçalı, S. ve Paker, K. O., (2013). “Sosyal Medyada Sol Muhalefetin Gündemi ve Pratikleri”, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 171(171), s.45-79.

Balkız, B., ve Öğütte, V. S., (2012). “Peter L. Berger Ve Thomas Luckmann’ın ‘Gerçekliğin Sosyal İnşası’ Teorisi Ve Eleştirisi”, *Sosyoloji Dergisi*, (27), s.33-49.

Berger P. L. ve Luckmann, T., (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası*, Vefa Saygın Öğütte (Çev.), İstanbul: Paradigma.

Berger, Peter Ludwing, (1993). *Kutsal Şemsiye: Dinin Sosyolojik Teorisinin Ana Unsurları*, Ali Coşkun (Çev.), İstanbul: İnsan Yayınları.

Bertot J. C., Jaeger P. T. Ve Hansen, D., (2012). “The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations”, *Government Information Quarterly*, 29, 1, s.30-40. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740624X11000992>. Erişim Tarihi: 05.07.2016.

Bilgin, Nuri, (2007). *Kimlik İnşası*, Ankara: Aşına Kitaplar.

Bowe, B. J., ve Wohn, D. Y., (2015). “Are there generational differences? Social media use and perceived shared reality”, *Proceedings of the 2015 International Conference on Social Media & Society*, s.1-5.

Bronwyn, H. ve Janice M., (2015). “Distance and proximity: research on social media connections in the field of communication disability”, *Disability and Rehabilitation*, 37:17, s.1509-1510, DOI: 10.3109/09638288.2015.1057031.

Contractor, N. S., Wasserman, S. ve Faust, K., (2006). “Testing multitheoretical, multilevel hypotheses about organizational networks: An analytic framework and empirical example”, *Academy of Management Review*, 31(3), s.681-703.

Currarini, S., Matheson, J. ve Vega-Redondo, F., (2016). “A simple model of homophily in social networks”, *European Economic Review*, 90, s.18-39, Doi: 10.1016/j.eurocorev.2016.03.011.

El Gody, Ahmed., (2012). “Arap Blog Dünyasında ABD’nin İmajı: Al Arabiya.net’ten değerlendirmeler”, N. Gürel (Çev), *Yeni Medya Üzerine Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Graig, Robert T., (2016). “Önsöz”. İletişim Bilimlerine Toplumsal Yaklaşımlar, Wendy Leeds Hurwitz ve Ali Büyükaslan, (Eds), Melih Mol (Çev), Ankara: Nobel.

Leeds – Hurwitz, Wendy, (2016). “Toplumsal Yaklaşımlara Giriş”, İletişim Bilimlerine Toplumsal Yaklaşımlar, Wendy Leeds Hurwitz ve Ali Büyükaslan, (Eds), Melih Mol (Çev), Ankara: Nobel.

Lewis, Seth C., (2015). “Reciprocity as a key concept for social media and society”, *Social Media+ Society*, 1(1), Doi: 10.1177/2056305115580339.

Sigman, S.J., (2016). “İnsan İlişkilerinde Düzen ve Süreklilik: İlişki Tanımına Toplumsal İletişimci Bir Yaklaşım”, İletişim Bilimlerine Toplumsal Yaklaşımlar, Wendy Leeds Hurwitz ve Ali Büyükaslan, (Eds), Melih Mol (Çev), Ankara: Nobel.

We Are Social (2020). “Digital in 2020 Global Overview Report”, <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Erişim Tarihi:22.06.2020.

Wohn, D. Y. ve Bowe, B. J., (2014). “Crystallization: How social media facilitates social construction of reality”, In *Proceedings of the Companion Publication of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, s.261-264, doi:10.1145/2556420.2556509.

Wohn, D. Y. ve Bowe, B. J., (2016). “Micro agenda setters: The effect of social media on young adults exposure to and attitude toward news”, *Social Media + Society*, 2, s.1-12, doi:10.1177/2056305115626750.