

Sosyal Medyada Simülasyon Pazarlamasının Göstergeleri: Facebook Uygulamalarına Yönelik Göstergebilimsel Analiz

SELÇUK İLETİŞİM
DERGİSİ 2021;
14(4): 1605-1640
doi: 10.18094/josc.934209



Zülfiye Acar Şentürk, Onur Tos

ÖZ

İletişim teknolojileri bireylerin kendilerini ve hayata bakış biçimlerini etkilemektedir. Teknolojinin getirdiği yeniliklere uyumun sağlanması çok kolay ve kısa sürede gerçekleşebilmektedir. Kendilerine, hayalindeki dünyayı farklı uygulamalar ile sunan sosyal medya platformları ile bireyler gerçek dünyanın kabul etmek istemedikleri gerçeklerinden uzaklaşarak olmak isteyecekleri ortamlara geçiş yapmaktadır. Modern dünyanın telaş ve sıkıntılarından kaçıp, kendilerine yeni bir dünya inşa etmek isteyenlerin özellikle başvurduğu bu uygulamalar kullanıcıları aktif hale getirirken, gerçek dünyada nelerin onların işine yarayacağını da göstermektedir. Göstergelerin yoğun olarak kullanıldığı bu uygulamalar gerçek hayata dair de göndermeler yapmaktadır. Bu çalışmada, Baudrillard'ın simülasyon kuramından hareketle Facebook'ta kullanılan uygulamaların sanal gerçekliği nasıl oluşturduğu, bireyleri sürece dahil eden uygulamaların bireyleri nasıl sanal gerçekliğin içine dahil ettikleri yorumlanmıştır. Facebook tarafından uygulanan "Horizon, Spark AR Sturio ve Spaces programları ile kullanıcılara neler aktardığı göstergelerin anlamlandırılmasına odaklandığı için Barthes'in göstergebilim modelinden yararlanılarak değerlendirilmiştir. Örneklerde uygulamalar, bireylere zaman ve mekân kısıtlaması vermeden istediklerini yapabileme şansı vermektedir. Bununla birlikte uygulamalar, bireylerin özgürlük, bolluk, kolaylık, ferahlık, rekabet gibi duyguları da hissetmelerini sağlamaktadır. Bireyler teknoloji aracılığıyla üretilen sanal gerçeklik ile kendilerine inşa ettikleri alanlarda istediklerini yapabileme özgürlüğüne ve ayrıcalığına sahip olmaktadır. Ele alınan Facebook uygulamaları insanlara sanal gerçeklikle birlikte; oyun, eğlence, kişiselleştirme, sosyalleşme, imaj, beğenme, beğenilme, alışveriş ve psikolojik kimlik tasarımı temaları ile sunulmaktadır. Horizon ve Spaces uygulamasında daha çok sosyalleşme teması üzerinde durulurken, Spark AR Studio uygulamasında ise alışveriş teması ön plana çıkmaktadır. Bu temalar üzerine şekillenen ortam; renkli, eğlenceli ve kolaylıkla erişilebilen özelliktedir.

Anahtar Sözcükler: Simülasyon Kuramı, Artırılmış Gerçeklik, Facebook, Sosyal Medya, Göstergebilimsel Analiz

ZÜLFİYE ACAR ŞENTÜRK

Doç. Dr.

Uşak Üniversitesi

zulfiye.acar@usak.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-2606-3547

ONUR TOS

Öğr. Gör.

Tarsus Üniversitesi

onurtos@tarsus.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-4992-9315

SELÇUK İLETİŞİM DERGİSİ 2021; 14(4): 1605-1640

doi: 10.18094/josc.934209

Geliş Tarihi: 07.05.2021 Kabul Tarihi: 22.07.2021 Yayın Tarihi: 25.10.2021

Indicators of Simulation Marketing in Social Media: Semiotic Analysis of Facebook Applications

JOURNAL OF SELÇUK
COMMUNICATION 2021;
14(4): 1605-1640
doi: 10.18094/josc.934209



Zülfıye Acar Şentürk, Onur Tos

ABSTRACT

Communication technologies affect the individuals themselves and their life perspectives. Adapting to the innovations brought by technology can be very easy and in a short time. Individuals move away from the real world realities that they do not want to accept through social media platforms presenting the world of their dreams with different applications and move to the environments they want to be. These applications, which are especially preferred by those who desire to escape from the hustle and bustle of the modern world and build a new world for themselves, activate the users while showing them what will work in the real world. These applications, where signs are used extensively, also make references to real life. In this study, based on Baudrillard's simulation theory, how the applications used in Facebook create virtual reality and how the applications include individuals into virtual reality are interpreted. What Facebook transmits to users with "Horizon, Spark AR Studio and Spaces programs" has been evaluated using Barthes' semiotics model, as it focuses on the meaning of signs. In the examples, applications give individuals the chance to do what they want without limiting time and space. In addition, applications enable individuals to feel emotions such as freedom, abundance, ease, comfort and competition. Individuals have the freedom and privilege to do whatever they want in the fields they have built for themselves with virtual reality produced through technology. The discussed Facebook applications provide people with virtual reality; It is presented with the themes of games, entertainment, personalization, socialization, image, liking, being admired, shopping and psychological identity design. In the Horizon and Spaces application, the theme of socialization is emphasized, while the theme of shopping comes to the fore in the Spark AR Studio application. The environment shaped on these themes; It is colorful, fun and easily accessible.

Keywords: Simulation Theory, Augmented Reality, Facebook, Social Media, Semiotics Analysis

ZÜLFİYE ACAR ŞENTÜRK

Assoc. Prof.

Uşak University

zulfiye.acar@usak.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-2606-3547

ONUR TOS

Lect.

Tarsus University

onurtos@tarsus.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-4992-9315

JOURNAL OF SELÇUK COMMUNICATION 2021; 14(4): 1605-1640

doi: 10.18094/josc.934209



GİRİŞ

Bireylerin hayal edemeyecekleri imkanları sunan kitle iletişim araçları kendisi ile muhatap olan izleyici ve dinleyicileri büyüdü ve farklı dünyalara götürmektedir. İzleyiciler evlerinde rahat koltuklarında otururken başkalarının yaşam mücadelesini izlemekte, onlar için bir anlığına da olsa üzölmektedirler. Kanalin değıştirilmesi ya da televizyonun kapatılmasıyla izlenen, şahit olunan durumun etkisi de azalmakta ve bitmektedir. Bireyleri televizyondan kendi yanına çeken sosyal medya uygulamaları karşısında, kendisine bağımlı hale gelen bireylere mekan ve zaman sınırı tanımayan özellikler sunmaktadır. Sosyal medya uygulamaları bireyleri aktif kullanıcılar haline getirirken aslında pasifleştirmektedir. Uygulamalar ile sunulan yenilikler bireylerin gerçek hayatlarında ulaşamayacağı mekan ve zamanlara götürerek her şeyi kolaylıkla yapabileceklerini düşündürtmekte ve gerçek hayata döndüklerinde hayal kırıklığı yaşamalarına neden olmaktadır. Bireyler bu uygulamalar ile yaşadıkları dünyanın gerçeklerinden simüle edilmiş dünyalarında kendi gerçeklerini oluşturmaktadırlar. Sınırsız özgürlüğü olan bu tarz uygulamalar bireylere kendi dünyalarında istedikleri duygulara, tavırlara ve kişilere yer verme imkanı sunduğu için de tercih edilmektedir. Simülasyonun olduğu uygulamalarının bireylerin karşısına farklı mecralarda çıkma ihtimali yüksektir. Ürün ve hizmetlerin tanıtımına yönelik olarak da tasarlanan uygulamalar kullanıcılara ürünün tasarımı, rengi, hangi mekanlarda kullanılacağını göstermekte ve kendisine seçenekler sunmaktadır. Kullanımının en yaygın olduğu yer ise sosyal medyadır.

Sosyal medya ortamında sağlanan simülasyon ve hiper-gerçeklik kurgusu çeşitli web siteleri, sanal ortamlar ve oyunlarda kullanılmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya odağındaki simülasyon uygulamaları, Twitter, Facebook ve Youtube gibi platformlarda kendini göstermektedir (Akbayır, 2014, s. 89-93). Bu platformlarda her yaşa ve cinsiyete uygun olarak yapılan simülasyon uygulamaları bireyleri sürecin içine dahil etmekte ve farklı açılardan etkilemektedir. Kullanıcıların kendi kişilik ve yaşam tarzlarına göre dahil oldukları süreçlerden farklı şekillerde ve yoğunlukta etkilenmektedirler. Uygulamalar kullanıcıların eğlenceye, enerjiye, mutluluğa, pozitifliğe, sadakate ve sevgiye kavuşacağı, diğer insanlardan daha farklı deneyimler yaşayacağı, özel günlerde de istedikleri kişilerle birlikte olabileceği kadar özgür olduğunu düşündürmektedir. Öyle ki bireyler kendilerine sunulan sanal dünyada

belki de hiç gidemeyecekleri mekanlara gidebilme, sahip olamayacakları eşyalara sahip olma özgürlüğünü de yaşamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Simülasyon Kuramı ve Artırılmış Gerçeklik

Teknolojinin bireylerin hayatına bu kadar dahil olmadığı zamanlarda daha çok teknik uygulamalar için kullanılan simülasyon kavramı, medyanın etkisini arttırmasına paralel olarak gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Simülasyon kavramıyla birlikte anılan Baudrillard, özgün çalışma perspektifiyle tanınan ve alanyazına bilimsel kuram üretimleriyle katkıda bulunan bir bilim insanıdır. Bilimsel altyapısıyla ürettiği ve farklı alanlara katkı sunan en önemli çalışmalarından biri simülasyon kuramıdır. Simülasyon kuramının anlamlandırılması belirli kavramların açıklanmasıyla mümkün olmaktadır. Baudrillard'a göre (2020, s. 7) bu kavramlar;

- **Simülakr:** Gerçeklik algılamasının görünüm olarak yansıma bulmasıdır.
- **Simüle Etmek:** Gerçekmiş algılaması ortaya koymak için gerçekte var olmayan bir şeyin gösterilmesidir.
- **Simülasyon:** Bilgi iletişim teknolojileri (BİT) ya da maket aracılığıyla gerçekliğine uygun olarak bir objenin, süjenin ya da sistemin, temel işleyiş tarzının yansıtılmasına imkan tanıyan ve bunlarla ilgili olarak açıklamalar sunan üretim şeklidir.

Baudrillard, sosyal yaşama etki eden ve bireyler tarafından özellikle son dönemde fazlasıyla yararlanılan bir içerik sunmaktadır. Bu içeriğin günümüzdeki aktarımı bilgi iletişim teknolojileriyle mümkün olmaktadır. Bu aktarım hiper-gerçeklik olarak adlandırılmaktadır. Baudrillard'ın **hiper-gerçeklik** kavramı, Yumrukuz'a göre (2016, s. 88) kurgusal bir obje, süje ya da olay ile gerçek anlamdaki bir nesne, durum arasındaki temel çizginin kaybolmasıdır. Bununla birlikte, hiper-gerçeklik; hareketli bir oluşumda nesnelerin değişik ortamlara göre programlanabilmesi, tasarımcı rolündeki bireyin farklı özellikleri bir araya getirerek sanal gerçeklik ortaya koyması olarak ifade edilmektedir (Bayrak & Yengin, 2018, s. 100).

Baudrillard, simülasyon kuramının temelini bilgi iletişim teknolojilerinin yararlanılma şekline atfetmektedir. Bilgi iletişim teknolojilerinin bilinen gerçeklik üzerine yok edici bir işlev gördüğünü dile getirmektedir. Bu kapsamda, ortaya çıkan göstergelerin bireylere olan yayılımı ve simülakr kavramının

egemenliğin teknolojinin gelişimiyle mümkün olduğuna dikkat çekmektedir (Baudrillard, 2019a, s. 33). Ortaya çıkan bu egemenlik, simüle modellerin ortaya çıkmasını sağlamakta ve gerçekmiş algısı yaratan bir gerçeklik üretmektedir (Baudrillard, 2019b, s. 127). Bu durumla birlikte ortaya çıkan gerçeklik olgusu, kimi zaman faydalı bir araç özelliği gösterebildiği gibi kimi zaman da sosyal iletişimi fazlasıyla etkileyen ve olumsuz görünüm kazanan bir yapı sergilemektedir (Baudrillard, 2019c, s. 18). Bu yapının temel açıklaması, bilgi iletişim teknolojilerinin sayısallaştırılması metodudur (Metin & Karakaya, 2017, s. 113). Metot, bireylerin zihinsel süreçlerinin bir yansıması olarak düşüncelerin ulaşabildiği noktalara iletilmesini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra kitle iletişim araçları ve sosyal medya platformuyla duygu ve düşüncelerin soyut aktarımlarının bir karşılığı olarak sayısallaştırma yoluyla somut göstergelerin sunumu gerçekleştirilmektedir.

İnsanların rutin yaşantılarından uzaklaşabilmeleri, düşüncelerinin değişimi ve kendi zihinsel süreçlerindeki hayallerinin gerçekliğe dönüşümü simülasyonlarla sağlanmaktadır. Simülasyon, bireylerin sosyal hayatlarındaki renk seçimleri, nesne veya durumlardan aldıkları hazları, karakterleri doğrultusunda yaşadıkları zevkleri etkilemekte ve yeni bir mutluluk algısı oluşturmaktadır (Huizinga, 2020, s. 33-35). Bu algı farklı aşamalardan geçerek oluşmaktadır. Baudrillard'ın bu aşamalarını Laughey (2007, s. 149-150) aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

- **Anlam;** Temsiliyet odağında sağlanan gerçeklik,
- **Çoğaltma;** Temsiliyet odağındaki gerçekliğin bilgi iletişim teknolojileri aracılığıyla çoğaltılması,
- **Simülasyon;** Temsil oluşumunun gerçek bir olgu ile arasındaki bağın kalmaması; bunun yerine gelebilecek hiper-gerçek bir göstergenin ortaya çıkarılmasıdır.

Simülasyon kavramı, bireylerin düşüncelerinde dönüşüm yaşayan obje, süje ve nesnelere yeniden anlamlandırmasını sağlamaktadır. Dönüşümle birlikte bu oluşum içindeki olgular temel anlamlarını kaybetmektedir (Öngen, 2017, s. 3). Olguların temel anlamlarını kaybetmesi medya ortamlarının hareketli yapısıyla sağlanmaktadır. Kitle iletişim araçları ve sosyal medya ile etkileşime giren bireyler mevcut simülasyon kuramının birer tamamlayıcısı rolü üstlenmektedirler (Moy & Hussain, 2014). Bireylerin üslendiği yeni rol, temelde bir sorun özelliği taşımakla birlikte bireylerin zihinsel ve fiziksel süreçlerindeki duyarlılıklarına etki ederek, simülasyon güvenilirliğine dair sorgulama olanağını mümkün

kılmaktadır (Sohn, 2019, s. 21). Bu durum, simülasyon kavramına yönelik duyarlılık yaratacak ampirik çalışmalar için bir çalışma zemini oluşturmaktadır.

Simülasyon kuramı günümüz dünyasında artırılmış gerçekliklerin sunumu ve bunların obje, süje ya da nesnelere bireylerin algılarına aktarımını daha olanaklı hale getirmektedir. Aslan'a göre (2017, s. 25) simülasyon ile sağlanan artırılmış gerçeklik ile sosyal farkındalık artırılabilen, süreçler içerisindeki mükemmeliyet daha verimli şekilde sağlanabilmektedir. Bununla birlikte, veri ve yazılım mühendisliğinde olumlu sonuçlar alınabilmektedir. Aynı zamanda sanal gerçeklik uygulamaları üç boyutlu bir görünüm kazanabilmekte, dijital tasarımlara olanak tanıyabilmekte ve yeni bir konsept oluşumuna katkı sunabilmektedir (Baran, 2019, s. 214). Bu uygulamaların olanaklı hale gelmesine yardımcı olan ve artırılmış gerçekliğin sunumunu kolaylaştıran bilgi iletişim teknolojisi kaynağı hologramdır (Wojciechowski & Cellary, 2013, s. 572). Hologram sistemi, dijital teknolojilerin olanaklarıyla üretilen akıllı telefon, taşınabilirliği artıran ve sayısallaştırmaya etki sunan mobil veri, her ortamda taşınabilecek sanal olarak gerçekliği sunmaya katkı sağlayan gözlüklerdir. Bu materyaller, bireylerin yaşamlarında "miş" gibi etkisi uyandıran bir içerik sunmaktadır (Bingöl, 2018, s. 46). Bunun yanı sıra hologram sistemi ile simülasyon odağında sunulan gerçeklikler farklı alanlarda kullanılarak bireylerle hiper-gerçek arasındaki etkileşim maksimizasyonu sağlanabilmektedir (Yusoff, Zaman, & Ahmad, 2011, s. 1374).

Simülasyon odağındaki artırılmış gerçeklikteki temel amaç; fiziksel algılama yoluyla elde edilen enformasyonun, kullanıcının bilişsel becerisi odağında hedeflenen mekân, olgusal yapı ve süje hakkındaki temel varyasyonlarının artırılmak istenmesidir (Coşkun, 2017, s. 63). Bu çerçevede, sağlanan simülasyonun etkili şekilde kullanıldığı ve artırılmış gerçekliğin yansıtıldığı uygulamaların başında AR gelmektedir (Erdemir, 2017, s. 64). AR gibi teknolojiler yoluyla sanal gerçekliğin artırılma işlemi yapılabilmekte, sanal gerçeklik ile somut olan arasındaki çizginin belirginleştirilmesi sağlanabilmektedir (Sood, 2012, s. 7). Bu belirginleştirme ile kullanıcı gerçek olanla çevresinde yer alan enformasyon odaklarıyla etkileşim kurabilmektedir (Göçmen, 2018, s. 176). Bununla birlikte, sanal gerçeklikle uyumlu gözlük, tablet ve benzer bilgi iletişim teknolojileri aracılığıyla çeşitli içeriklerle animasyonlar bireylerin algılarına sunulabilmekte, film ve reklam senaryolarında sunum gerçekleştirilebilmektedir. Bu özelliğe sahip sunumlar özellikle sosyal medya uygulamalarında sıkça kullanılmaktadır. Bireylere birçok anlamda gerçekmiş algısı sunan sosyal medya simülasyon aracılığı ile bunu daha etkili ve dikkat çekici şekilde yapmaktadır.

Sosyal Medya ve Simülasyon Kuramı

Çoklu etkileşime izin veren, kullanıcılar tarafından birden fazla kullanım özelliği sunan, kültürler arası iletişimi destekleyen, kitlesel bir oluşum olma özelliği gösteren, çift yönlü maksimizasyona sahip olan iletişim ortamları sosyal medya olarak nitelendirilmektedir (Vural & Bat, 2010, s. 3353). Sosyal medya kavramı Erbaşlar'a göre (2013, s. 4) ise; kullanıcılarına etkileşimli ortam sunan, bilgi alma, haber üretme, duygu ve düşünceleri yansıtmaya imkanları tanıyan ve sanal ortam üzerinden içerik üretimine izin veren bir platformdur. Paylaşım içerikleriyle desteklenen ve görünüm kapasitesini üst düzeye çıkaran sosyal medyanın özellikleri ise şunlardır (Mayfield, 2008, s. 5):

- **Katılımcılık (Participation):** Katılımcılar odağında gelişim gösteren sosyal medya ortamında, herhangi bir konu ya da olay konusunda geri bildirim sağlanabilmektedir. İletişim kurgusundaki kaynak ve alıcı konumundakiler arasındaki süreci belirsiz hale getirmektedir.
- **Açıklık (Openness):** Sosyal medya sunduğu paylaşım ortamları, kaynak ve alıcılara açık bir sistem sunmaktadır. Bu çerçevede sosyal medya ortamında farklı içerikler üretilebilmekte, paylaşılabilen ve beğenilebilmektedir.
- **Sohbet (Chat):** Sosyal medya platformu, kullanıcılarına çift yönlü gerçekleştirilebilecek iletişim maksimizasyonu sağlamaktadır. Bu çerçevede, kültürler arası etkileşim de söz konusu olabilmektedir.
- **Topluluk (Community):** Kullanıcı sayısının çokluğuna ve aynı anda kolektif olmaya imkan tanıyan sosyal medya, kullanıcılarına etkili iletişim sağlayabilmektedir. Bu çerçevede kitle iletişim ortamlarında görünümü kolaylaştırmakta ve bu ortamdaki paylaşılan içeriklerin çeşitli topluluklarda yayılımını sağlamaktadır.
- **Bağlantılılık (Connectedness):** Kullanıcılar sosyal medya ile etkileşim halinde oldukları sayfaları görüntüleyebilmekte ve kaynak arayışında bulunabilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya kullanıcıları, sayfaları takip edebilmekte ya da yeni içerikleri paylaşarak diğer kullanıcılarla bağlantı kurabilmektedir.

Sosyal medya ortamında sağlanan simülasyon ve hiper-gerçeklik kurgusu çeşitli web siteleri, sanal ortamlar ve oyunlarda kullanılmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya odağındaki simülasyon

uygulamaları, Twitter, Facebook ve Youtube gibi platformlarda kendini göstermektedir (Akbayır, 2014, s. 89-93). Sosyal medya ortamında kullanılan simülasyon kuramı ve bu uygulamalara yönelik yerli ve yabancı literatürde birçok bilimsel çalışma yapılmıştır. Bilimsel çalışmaların örneklerini şu şekilde sıralamak mümkündür. Çalış (2017) "Matrix" film içeriğine yönelik bir analiz gerçekleştirmiş ve simülasyonun bilinçaltı etkilerinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Demirel ve Görgüler (2018) simülasyonun eğitim ortamındaki yansımaları, bireylerin sosyal medyada vakit geçirme durumları ve okuryazarlık olgusu üzerine yaptığı çalışmada; hedef kitle özelliklerinin tespit edilmesinin sosyal medya kullanım değişikliği yaratabileceğini ve simülasyon uygulamalarının okuryazarlık konusunda olumlu etkileri olabileceğini tespit etmiştir. Çolak (2013) ise yeni medyada yer alan gerçekliklere dikkat çekmek için bir bilimsel çalışma gerçekleştirmiş; sosyal medyada uygulanan simülasyon etkilerinin bireylerde gerçek yaşamdan farklı olarak olumsuz etkiler yaratabileceğini ortaya koymuştur. Reklam ve simülasyon üzerine çalışma gerçekleştiren Dünder (2012) ise; bireylere simülasyon yoluyla aktarılan tanıtım ürünlerinde metafor kavramından fazlaca yararlandığını ve satın alındığında memnuniyetsiz tüketicinin ortaya çıkabileceğini saptamıştır. Farshid ve Motlagh (2014) yazınsal tür üzerinden bir incelemede bulunmuş; bireylerin simülasyon dünyasına sürekli maruz kaldıklarında radikal belirsizlikler yaşayabileceklerini tespit etmiştir. Karapınar (2017) ise simülasyona dayalı yazınsal tür incelemesinden yola çıkarak gerçekliğin inşası üzerine bir çalışma gerçekleştirmiş; inşa etme kabiliyeti gösteren bireylerin güç konusunda kendilerini daha iyi hissettiklerini saptamıştır. Göker (2015) iletişimin globalleşmesi üzerine gerçekleştirdiği simülasyona dayalı sosyal medya analizinde; bireylerin sosyo-kültürel yaşamlarında akıllara sığmayan isteklerinin olabileceğini tespit etmiştir. Bununla birlikte Metin ve Karakaya (2017) simülasyon perspektifinde bir sosyal medya incelemesi gerçekleştirmiş; farklılaşan sosyal medya ortamlarının gerçek ile gerçek olmayan arasındaki farkları artırdığını ortaya çıkarmıştır. Kurumsallaşma odağında medya sisteminin yansımaları üzerine çalışma gerçekleştiren Sipahi (2009) ise; sayısallaştırma temelinde üretilen algoritma kavramına yönelmiş ve algoritma - simülasyon birleşimi sağlandığı takdirde medya ve sosyal medyada planlanmasına yönelik çözümlerin daha başarılı olabileceğini saptamıştır. Simülasyonun toplumsal dönüşüme etkisini inceleyen Karimov (2018) sosyal medyadaki simülasyon göstergelerinin gerçeklikten uzak kalmasıyla yapıcı olmayan bir toplum inşasını getirebileceğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte Kurttaş (2018) gerçekleştirdiği kitle iletişim özelindeki simülasyon araştırmasında, sosyal medyada simülasyonun bireylerin tutum ve davranış

kalıplarını etkilediğini, gerçekliğe ilişkin algıların değişime uğradığını tespit etmiştir. Sosyal medya oyun kültüründeki simülasyonun konumunu ele alan Sucu (2012), kullanıcıların zaman ve mekan algısında değişim yaşandığını ve karakterlerle bireylerin özdeşleşme sağlayabileceğini saptamıştır. Mizah olgusunun simülasyon kuramı perspektifinde sosyal medyadaki yansımalarını değerlendiren Turgut (2019) ise; bireylerden sapkınlık oluşumunun ortaya çıkabileceğini ve mahrem olanın etkilenebileceğini ortaya çıkarmıştır. Sosyal medyadaki yaşam tarzlarının yemek kültürlerine etkisi çalışan Viviani (2013) ise; ilişkilerin simülasyonlarla yeni bir boyut kazandığını, simülakr bir sanal düzlemin ortaya çıktığını belirtmektedir.

Simülasyon kuramının sosyal medya platformu Facebook'ta nasıl kullanıldığı ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, araştırmacıların özellikle gençlerin ne derece ve nasıl etkilendiklerine odaklandıkları tespit edilmiştir. Gjoka vd., (2008) Facebook uygulama içeriklerine yönelik olarak yaptıkları çalışmada, Facebook uygulamalarında yararlanan simülasyon içeriklerine maruz kalan kullanıcıların hiper-gerçekliğe maruz kalma süresine bağlı olarak gerçek olanla özdeşleşme sağlama noktasında problemler yaşadığı sonucuna ulaşmışlardır. Lin vd. (2014) ise; çalışmalarında Facebook ortamında vakit geçiren üniversite öğrencilerinin, problem çözme durumlarında işbirlikçi olma seçeneklerini incelemişler; tartışma ortamında simülasyona dayalı bir bilişsel işleme modelinin olumlu etkiler yaratabileceği sonucuna varmışlardır. Yücel (2017) gençler üzerine yaptığı Facebook'taki siber alan çalışmasında; simülasyon uygulamalarına maruz kalan gençlerin sorumluluk almada ve etik değerleri sorgulamada güç kazanabildikleri değerlendirmesini yapmıştır. Toprak vd. (2019) 40 yaş üstü olan Facebook kullanıcılarına yönelik yapmış oldukları akademik çalışmada; simüle edilmiş bir evrende dahi olsa bireylerin mutluluk olgusuna, arkadaşlık durumlarına ve sevgili olma durumlarına pozitif bakabildikleri sonucuna ulaşmışlardır.

METODOLOJİ

Araştırmanın Konusu ve Amacı

Araştırma, simülasyon kuramı ve alanyazındaki bilimsel aktarımlarını göstergebilimsel perspektifte değerlendirmek ve Facebook'un ilgili uygulama içeriklerini konu edinmektedir. Bununla birlikte araştırma, dijital platform Facebook'un "Horizon, Spark AR Studio ve Spaces" uygulamasını göstergebilim kuramı çerçevesinde irdelemek, uygulamaların tanıtım videolarında sunulan simülasyon,

artırılmış gerçeklik ve hipergerçeklik kavramlarının kod ve temalarını genel çerçevede sunmak amacıyla oluşturulmaktadır.

Araştırma Soruları

Facebook "Horizon, Spark AR Studio ve Spaces" uygulaması simülasyon kuramı perspektifinde belirli temalar sunmaktadır. Bu araştırma, uygulamalar içerisinde yer alan simülasyon kuramı içeriklerinin ilgili kesitlerle irdelenmesi ve bunların göstergebilimsel kuram perspektifinde aktarılmasını kapsamaktadır. Bu doğrultuda uygulamalar içerisinde yer alan temaların göstergebilimsel analiz perspektifinde aktarılması için aşağıdaki sorular belirlenmiştir.

- Facebook "Horizon, Spark AR Studio ve Spaces" uygulaması simülasyon kuramı doğrultusunda nasıl içerikler sunmaktadır?
- Facebook "Horizon, Spark AR Studio ve Spaces" uygulaması göstergebilimsel kuramın anlamlandırma sürecinde nasıl değerlendirilmektedir?
- Uygulamalar artırılmış gerçeklik, metonimi ve metafor kavramları odağında hangi içeriklerden yararlanmaktadır?

Araştırmanın Örneklemi

Araştırmada amaçlı örnekleme yönteminden yararlanılmaktadır. Amaçlı örnekleme, nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan ve araştırmacının yorumlama kabiliyetinin ön plana çıktığı çalışma portfolyosu sunan örnekleme yöntemidir (Sönmez & Alacapınar, 2011, s. 97). Bununla birlikte, üzerine odaklanılan araştırmanın amacına bağlı olarak zengin içeriklerin belirlenip seçilmesi noktasında derinlemesine inceleme yapmaya olanak tanımaktadır (Büyüköztürk, Çakmak, Aygün, Karadeniz, & Demirel, 2016, s. 90).

Facebook, We Are Social araştırmasına göre 25 Ocak 2021 tarihi itibari ile 2 milyar 740 milyon kişi ile en fazla kullanıcısı olan sosyal medya platformudur (Kemp, 2021). Bununla birlikte sosyal medya üzerinden simülasyon göstergelerini ve uygulamalarını tanıtan, bu konuda başat rol oynayan bir platform özelliği taşımaktadır. Sırasıyla; Spaces (Facebook, Facebook Spaces, 2017), Horizon (Facebook, 2019) ve Spark AR Studio (Facebook, 2019) uygulamalarının reklamlarını Youtube üzerinden paylaşmış ve tanıtımını yapmıştır. Bu kapsamda araştırma odağında çalışma grubunu, Facebook uygulaması "Horizon,

Spark AR Studio ve Spaces” oluşturmaktadır. Uygulamaların, video tanıtımları izlenerek, simülasyon ve göstergebilim kuramının ardalanı perspektifinde ilgili temaların sunumu için içeriklerinin sunumu araştırma örnekleme içerisinde ele alınmaktadır.

Veri Toplama Aracı ve Süreci

Araştırmada elektronik veriye dayalı doküman incelemesi tekniğiyle veriler toplanmaktadır. Sığırı'ya göre (2018, s. 249) doküman incelemesi; araştırma amacına uygun olarak belirlenen hedeflere ulaşmak amacıyla obje, süje, olay ya da durumlar hakkında enformasyon sağlayan kitap, video, reklam gibi benzer materyallerden verilerin toplanması sürecidir.

Facebook uygulaması Spaces'e (Facebook, 2017) ait ilk tanıtım filmi 2017 yılı itibariyle yayınlanmıştır. Bununla birlikte Horizon (Facebook, 2019) ve Spark AR Studio (Facebook, 2019) uygulaması ise 2019 yılında tanıtım reklamıyla Facebook kullanıcılarına tanıtılmıştır. Bu kapsamda “Horizon, Spark AR Studio ve Spaces” tanıtım videolarından verilerin toplanması Youtube üzerindeki paylaşımlar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Üç ayrı uygulamanın tanıtım videolarından toplam 10 kesit analize dahil edilmiştir. Facebook uygulaması Horizon tanıtım videosundan dört kesit; Spark AR Studio uygulamasından üç kesit ve Spaces uygulamasını üç kesit araştırmayı temsilen belirlenmiştir. Bu doğrultuda üç Facebook uygulamasına ait toplam 10 kesit (Horizon - 4, Spark AR Studio - 3 ve Spaces - 3) araştırma sürecine dahil edilmiştir.

Tablo 1 Araştırmaya Dahil Edilen Facebook Uygulamalarının Künyesi

UYGULAMA ADI	REKLAM SÜRESİ (DAKİKA)	KESİT	ANA TEMA
Facebook Horizon	1 dakika 32 saniye	4	VR - Oyun
Facebook Spark AR Studio	1 dakika 6 saniye	3	Hipergerçeklik - Alışveriş
Facebook Spaces	1 dakika 22 saniye	3	VR - İletişim

Veri Analiz Yöntemi

Araştırma kapsamında Facebook uygulaması “Horizon, Spark AR Studio ve Spaces” simülasyon kavramının ardalanı ile göstergebilim kuramı perspektifinde incelenmektedir. Bu kapsamda ilgili içeriklerde uygulanacak kuram göstergebilimdir. Göstergebilim, araştırma merkezine göstergeleri alan ve bu alan içerisinde araştırma ve analizlerin yapıldığı kuramdır (Fiske, 2019, s. 122). Bunun yanı sıra göstergebilim, göstergenin ön plana çıkarılması için kullanılan fiziksel gösterenlerin ve zihinsel

anlamlandırmayla ortaya çıkarılan gösterilenlerin ortaya konulduğu bir bilimsel çalışma metodudur (Kalaman & Bat, 2014, s. 129). Bu çerçevede göstergebilimin, anlama ve anlamlandırma üzerine şekillendirilen bir kuram olduğunu söylemek mümkündür (Batu & Tos, 2018, s. 240).

Araştırma, göstergelerin anlamlandırmasına odaklandığı için Barthes'in göstergebilim modelinden yararlanmaktadır. Bu kapsamda, Barthes temel göstergebilim perspektifini düzenlam ve yananlam odağında oluşturmaktadır. Bu doğrultuda anlamlandırma dizinini oluşturmakta, kavram, olgu ve araştırılan konularla ilgili gerekli açıklamalarını yapmaktadır (Parsa & Parsa, 2012, s. 58-61). Barthes (1986, s. 12) göstergebilim kavramının temel içeriklerini "düzenlam ve yananlam boyutuyla aktarmakta bunların içerisine entegre ettiği dil ve söz, gösteren ve gösterilen, dizim ve sistem" olgularını kullanmaktadır. Bununla birlikte, Barthes'e (2018, s. 182) göre düzenlam gösteren ve yananlam ise gösterilen içerisinde değerlendirilmektedir. Barthes'in göstergebilim kuramı içerisinde yer verdiği anlamlandırma boyutlarının açıklamaları aşağıdaki gibidir.

- **Düzenlam:** Barthes kavram, olgu ve araştırmalarla ilgili açıklamalarında bu anlam boyutuyla ilgili olarak "gerçeklik" üzerinde durmaktadır (Güngör, 2020, s. 234). Yansıtılanların akla gelen ilk anlamlarıyla aktarıldığı ve gösterilenin algılarda temel algılama düzeyine oturduğu anlam düzeyidir.
- **Yananlam:** Bir göstergenin anlatım yönünün, kültürel taşıyıcı olarak gösterilmesi, aktarılması ve yansıma bulmasıdır (Gottdiener, 2005, s. 31). Bu anlam düzeyinde gösterilenin altında ikinci bir aktarım vardır ve bu aktarım kişinin güçlü yorumlama kabiliyetiyle açığa çıkmaktadır.

Barthes düzenlam ve yananlam boyutuyla açıkladığı göstergebilim kuramına, bu anlamların bir betimlemesi olarak "metonimi ve metafor" kavramlarını da eklemektedir.

- **Metonimi:** "Türkçe'de mecaz-ı mürsel, ad aktarması veya düz değişmece gibi isimlerle bilinen metonimi ise aralarında nitelik bakımından bağ olan iki şeyin birbiri yerine kullanılmasıdır" (Güven, 2014, s. 20). Bu doğrultuda, metonimi kavramı için anlamlandırılan bir kavramın, olgunun ya da durumun parça – bütün perspektifinde açıklanmasıdır yorumunda bulunmak doğru bir ifade olacaktır.

- **Metafor:** Bir nesne ya da kavramın ifadesinde kullanılan ve benzetme amacıyla yapılan, başka bir kavramı ifade edilmesiyle oluşturulan eğretileme durumudur (Guiraud, 2016, s. 146). Kendine benzeyen ve benzetilen kavramları içerisine alan bir açıklama metodudur.

Yukarıdaki gösterebilim kavramlarının temel açıklamaları dahilinde simülasyon kavramı Facebook uygulamalarının ilgili kesitlerine uygulanmaktadır. Temel içerik dahilinde oluşturulan ve uygulamaların kesit dizaynlarının aktarıldığı tablolar çalışma içerisinde bulunmaktadır. Bu doğrultuda Facebook uygulaması "Horizon, Spark AR Studio ve Spaces" için anlamlandırma perspektifi ele alınmakta, temel kuram içeriğini ifade eden ve video yansımaları olarak irdelenen tematik kodlamaya yer verilmektedir.

BULGULAR

Araştırma kapsamında ele alınan Facebook uygulaması "Horizon, Spark AR Studio ve Spaces" uygulamalarıyla ilgili toplamda 10 kesit içeriğinde simülasyon kuramına ait veriler elde edilmiştir. Bu verilerin gösterebilimsel analizi sonucu anlamsal boyutta içerikler sunumu ise her bir uygulama başlığında tablolarda irdelenmektedir. Bu kapsamda her bir uygulamanın içeriği hakkında bilgi vermek gerekirse;

Horizon: Facebook Horizon projesi uygulama, simüle dünyada keşfetme, oluşturma ve genişletme ortamını sunmaktadır. Uygulamada AR gözlüğü ve çeşitli sezgisel araçları kullanarak bir kişisel Horizon dünya oluşturma ve onun bir üyesi olma imkanı sağlamaktadır.

- **Gönderge Sistemleri:** Hobi, eğlence, arkadaşlık, yeni tarz ortamlar ve genel anlamda genç yaş gruplarına hitap etmektedir.

Spark AR Studio: Spark AR Studio, Facebook'un üç boyutlu kamera efektleri uygulaması olarak (AR deneyimli) kullanıcıya dönüştürücü ve etkileşimli fotoğraf ve video efektleri oluşturmaya olanak sağlamaktadır.

- **Gönderge Sistemleri:** Hobi, eğlence, yeni deneyimler, üzgünlük, yeni tarz ortamlar ve genel anlamda genç gruplara hitap etmektedir.

Spaces: Facebook Spaces kullanıcıların aynı odadaymış gibi sanal bir ortamda etkileşime girmesini sağlayan bir VR uygulamasıdır. Spaces arkadaş etkileşimi için kişiselleştirilmiş 3 boyutlu

avatarlar kullanmaktadır. İnsanların gerçek dünyada olduğu gibi sanal bir sehpa etrafında arkadaşlarla sohbet etmeleri ve aynı zamanda AR gözlükleri ve kulaklıkları aracılığıyla bir araya gelip Facebook içeriğini birbirleriyle paylaşmaları için VR bir odadır.

- **Gönderge sistemleri:** Alışveriş, arkadaşlık ortamı, eğlence, yeni tarz ortamlar ve genel anlamda genç yaş gruplarına hitap etmektedir.

Araştırmada analizi yapılan ilk Facebook uygulaması Horizon'dur. Horizon tanıtım videosundan araştırma konusu simülasyon kavramını temsilen dört kesit belirlenmiş ve göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmesi yapılmaktadır.



Kesit 1 Horizon

İçerik: Dış bir dünyadan şehir merkezinde olan evin balkonundan evin içine doğru kamera yaklaşmakta ve bir erkek bir kadın görülmektedir. Evde doğa ruhunun hakim olduğu görülmektedir. Soft renklerin baskın olduğu bir ev ve ortamdır. Kadının horizon aletini kullanmaktadır (Kadın: fit, modern tarz ve rahatına düşkün tarzda görünmektedir). Erkek mutfak tezgahında uğraşmaktadır. (Cinsiyet rollerinin klişeleşmiş formatının dışında olan biri olarak görülmektedir).

Düzanlam: Facebook Horizon reklamındaki ilk kesit için düzanlam boyutunda görsel kodlar; çiçek, bir kadın, bir erkek, evin mutfak bölümü ve Horizon aletidir. Bununla birlikte, kesit içerisinde insanların beden dillerinden ve jestlerinden yararlandığından kinetik gösterge de bulunmaktadır. Aynı zamanda kızın Horizon içerisinde simüle dünyada olduğu ve erkeğin bir şeylerle uğraştığı yansıtılmaktadır. Kızın sağ elinde Horizon aletinin konsolu, başında ise gözlüğü taktığına dair bandaj yer almaktadır. Genel olarak soğuk ve soft renkler ağırlıklı olarak görülmektedir.

Videoda arka planda yavaş ritimde ses efekti bulunmaktadır. VR gözlüğü kullanan kişi kendi ses tonuyla içinde bulunduğu hipergerçek ortamla ilgili seslendirme yapmaktadır.

Metonimi: Bir şehir yapısının varlığı içinde tek bir eve odaklanması ve gerçek dünyadan esinlenilmesi "küçük bir ortamda yeni bir başlangıç" metonimisine işaret etmektedir.

Yananlam: Kesit yananlam boyutunda değerlendirildiğinde, kadının Horizon ile simüle dünya içerisinde hareketli olduğu ve gerçek dünyadan bağımsız hareket ettiği yansıtılmaktadır. Bununla birlikte rahat bir içerik sunulduğu, doğal ortamdan farkın olmadığı kızın rahat kıyafet giymesi ve doğal hareketleriyle desteklenmektedir. Aynı zamanda kesitte verilmek istenen mesaj, Horizon aletinin her zaman taşınabileceği ve her an içerik sunabileceği şeklindedir. Kızın hareketli yapısı simüle dünyada bir karakterle bütünleşme ve vücut bulma izlenimi sunmaktadır. Kesitte bir mit inşası vardır ve iki farklı evrenle ilgili (gerçek – simüle) veri sunulmaktadır. Bu durum simülasyon kuramında olduğu gibi gerçek ile gerçek olmayan (Hipergerçeklik) arasındaki sınırın yok olmasına işaret etmektedir. Bunun yanı sıra videoda ses efektinin yananlam boyutunda aktarımında, içinde bulunduğu hipergerçek ortamın büyümesine kapılmış ve macera ortamının yansıtılması şeklinde bir aktarım vardır. Bununla birlikte ses efektinde yansıtılan tonlamada içinde bulunan hipergerçek ortamda bir hareketliliğin olduğu aktarılmaktadır.

Metafor: Kızın kendini simüle dünyada hareketli olarak yansıtması ve gerçek dünyadaki gibi hareketli öge sunumu ikinci bir evren varlığına işaret etmektedir.



Kesit 2 Horizon

İçerik: Simüle dünya tüm detaylarıyla yansıma gösterilmektedir. Doğa ruhunun hakim olduğu görülmektedir. Canlı renklerin baskın olduğu bir ortam sunulmaktadır. Horizon gözlüğünün sahibi kendine

benzeyen bir karakterle yansıtılmaktadır. Bir modern şehir merkezi görünümü sunulmaktadır. Doğal hayatın da gösterildiği bir içeriktir. Şehir merkezinde peyzaj sunumu da yapılmaktadır. Kadın ve erkek simüle avatarlar bir arada kullanılmaktadır. Bu simüle dünyada karakterler yarı beden ve bacaksız olarak görünmekte.

Düzanlam: Reklamın bu kesitinde Horizon gözlüğüyle sunulan simüle dünya yansıtılmaktadır. Simüle dünya içerisindeki şehir görüntüsü ve avatarların koşuşturması aktarılmaktadır. Bununla birlikte birden fazla ve farklı karakterde insanların aynı merkezde yer alarak Horizon aletinden yararlandığı görülmektedir. Avatarların ayakları simüle dünya içerisinde kullanılmamaktadır. Bunun yanı sıra ses efekti düzanlam boyutuyla ele alındığında, avatarın hipergerçek ortamdaki ses tonlamasına ve cümlelerin aktarımında açık ve anlaşılır bir şekilde aktarım yaptığı görülmektedir.

Metonimi: Evrenler arası farklılıklar net bir şekilde simüle modda gösterilmesi ve bir merkezin varlığı "Horizon'un merkezine bir metropol" metonimisi anlamı katmaktadır.

Yananlam: Gerçek yaşamda olduğu gibi gökdelen yansıtılması ve çevre dizaynında elit kesimlerin yaşadığı yerlerin sunulduğu gerçeği bir kapitalizm vurgusu yapmaktadır. Bu çerçevede insanların giyim tarzları avatarlar düzeyinde bile belirgindir. Bu da belli bir kesim tarafından yararlanılabilecek bir cihaz olduğu izlenimi verilirken elit olmanın önemine vurgu yapılmaktadır. Simüle dünyanın rahatlığı aktarılmakta ve etkileşimin yaşandığı izlenimi verilerek insanlar arası iletişim imkanlarının çok fazla seçeneği olduğu gösterilmektedir. Bunun yanı sıra ses efekti aktarımında, avatarın içinde bulunduğu ortamdan etkilenme durumu heyecan yaşama temasıyla yananlam boyutuyla aktarılmaktadır.

Metafor: Simüle evrenin tüm detaylarıyla yansıtılması ve grup içerisinde ayrıcalıklı olmak olgusunun aktarılması, bununla birlikte insan ayaklarına yer verilmezken üç boyutlu gösterimin yapılması metafor içerisinde yer alan aktarımlardır.



Kesit 3 Horizon

İçerik: Bu görselde simüle dünyada uçak üzerinde ilerleyen kullanıcı yansıtılmaktadır. Kullanıcı aynı zamanda erillğe özgü bıyıkla video içeriğinde yer almaktadır. Bu durum toplumsal cinsiyet vurgusu da taşımaktadır. Bununla birlikte kullanıcı, hipergerçeklik etkisinin de yansıtıldığı dünyada ellerini kullanmadan uçak üzerinde hareket halinde bulunmaktadır. Toprak ve doğa aktarımı da kesit görselinde yer almaktadır.

Düzanlam: Facebook Horizon uygulamasının tanıtım filmindeki bu kesit düzanlam boyutuyla değerlendirildiğinde ikinci evrende (simüle dünya) uçak üzerinde uçan bir kadın tasvir edilmektedir. Kadın, elleriyle işaret yapmakta ve gülümsemektedir. Uçağın güzergahı bir vadinin bulunduğu noktadır. Vadi içerisinde ağaçlar, taşlar ve bulutlar bulunmaktadır. Bununla birlikte kesitin yansıtıldığı içerikte renk seçiminde mavi – tonları, yeşil ve turuncu değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra videoda ses efekti boyutunda düzanlam aktarımı, avatarın beden dilini de kullanarak hareket senkronizasyonu temasına konumlandırılmaktadır.

Metonimi: Toplumsal cinsiyet değerlendirmesinin ve özgürlük aktarımının yapıldığı bu kesitte ise “Horizon özgürlüğü, cinsiyet farkı gözetmez ve avatarlar istediği gibi ikinci evrenin her noktasında ve her yerde kendi psikolojik kimliğiyle görünmekte özgürdür” metonimisini sunmaktadır.

Yananlam: Kesit yananlam boyutuyla ele alındığında, ikinci evren yani simüle dünyada hareketlilik göze çarpmaktadır. Oculus gözlüğünü kullananların farklı bir evrende farklı kişiliklerle hareket edebileceği aynı zamanda erillik – dişilik özelliklerini aynı anda kullanabilecekleri (toplumsal cinsiyete vurgu yaparak) yansıtılmaktadır. İkinci evrende bir doğa figürünün de var olduğu ve şekilsel olarak gerçek evrenle eşdeğer özellikler taşıdığı artırılmış gerçeklikle sunulmaktadır ve özgürlük miti yaratmaktadır. Bunun yanı

sıra ses efekti yananlam boyutunda insanları avartarlar ile birlikte ses tonlaması ve beden dilinin güçlü kullanımıyla etkileme temasında aktarılmaktadır.

Metafor: AR gözlüğü kullanan bireyin ikinci evrende "eril" özellik taşıdığı, özgürlüklerin sınırlarını kendisinin belirlediği, "mutlu, huzurlu ve hareketli bir yaşam döngüsü" nün hipergerçeklikle sunulması ve içerik içerisinde belirgin bir şekilde aktarılması metafor aktarımıdır.



Kesit 4 Horizon

İçerik: Kesitte, uzayda savaş halinde olan bireyler görülmektedir. Kullanıcılar astronot kıyafetleriyle uzayda hareket halinde bulunmaktadır. Ayın zeminine benzer bir platformda birbirleriyle rekabet içindedirler. Mücadelenin yaşandığı evrende, dünyanın silueti de görülmektedir.

Düzanlam: Tanıtım videosunun bu içeriği düzanlam boyutuyla değerlendirildiğinde, görsel içerisinde bir kadın ve üç erkek olmak üzere dört kullanıcı bulunmaktadır. Görselin sunum şeklinde AR gözlük kullanıcıları astronot kıyafetleri içerisinde. Kullanıcılardan kadın olan yeşil mikrofon tutmakta erkek kullanıcılar ise ellerinde uzay silahı bulundurmaktadır. Evren değişikliğinde kullanılan kırmızı bir küre de kesit içerisinde yer almaktadır. Kullanıcıların birbirleriyle etkileşim halinde oldukları beden dili ve jestleriyle anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra ses efektinin düzanlam boyutunda lazer seslerine, kullanıcıların kendi seslerine, içinde oldukları ortamın seslerine ve uzaydaki ortam seslerine yer verilmektedir.

Metonimi: Uygulama içerisinde bireysel müsabakalar olabilir ve bu karşılaşmalar "dünyadan bağımsız Horizon evreninde gerçekleşmektedir" mesajıyla metonimik olarak sunulmaktadır.

Yananlam: Kesitte yananlam boyutuyla ikinci bir evrenin varlığı ve bu evrende geçişlerin olabileceği aktarılmaktadır. Bir simüle dünyadan diğer bir simüle dünyaya (uzaya) geçiş gösterilmektedir. Bununla birlikte AR gözlük kullanıcıları uzayda bir oyun içerisinde yer alarak astronot özelliği kazanmaktadır. AR gözlük, sunduğu hipergerçek içeriklerle bireylerin ikinci evrende bir mücadele içerisinde olmasını sağlayarak uzayda rekabete gönderme yapmaktadır. Bununla birlikte ırkı fark etmeksizin fazla sayıda bireyin uzayda istedikleri şekilde hareket edebildikleri bir içerik sunmaktadır. Aynı zamanda kullanıcılara istedikleri ortamı yaratmak imkanı olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra ses efektlerinin yananlam boyutunda; robotik ve uzay sistemlerinin ses efektlerinin algılanması, uzak boşluğundaki hareketliliğin olanaklar dahilinde vurgulanması ve uygulamanın sağladığı doğa üstü silahlardan çıkan seslerin aktarımı bulunmaktadır.

Metafor: Işın silahlarının yansıtılması, geçiş sağlayan bir kürenin varlığı, bireylerin "özgürlüklerine" odaklanması ve ikinci evrende "artırılmış gerçeklik" olgusu metafor aktarımdır.

Facebook Horizon uygulaması oyun, eğlence, kişiselleştirme, sosyalleşme ve imaj temaları üzerine kurgulanmıştır. Bu kapsamda kullanıcılarına aynı anda birden fazla içerikle seslenebilmekte; kişisel paylaşım ve iletişime izin vermektedir. Uygulama, yaratmış olduğu simülasyon ortamında insanlara eğlenme, yarışma ve rekabet ortamı da sunmaktadır. Aynı zamanda kullanıcıların kendi kişisel avatarlarını oluşturmalarına imkan tanımaktadır. Bunun yanı sıra Horizon uygulaması farklı platformlar arası geçiş imkanı da tanımaktadır. İnsan algılarını olağanüstü bir platforma taşıma imkanına sahip Horizon uygulaması sosyalleşme bağlamında da olumlu bir izlenim sergilemektedir. Tek bir yetkinliğe sahip olmaması, evrenler arası geçiş imkanı, simülasyon ve hipergerçeklikle bağlantılı içeriklerin varlığı Horizon uygulamasının ön plana çıkan etkileşim alanlarını oluşturmaktadır.

Analiz edilen ikinci uygulama Spark AR Studio'dur. Bu kısımda Facebook uygulaması Spark AR Studio ile ilgili hipergerçeklik ve simülasyon konularını temsilen üç kesit üzerinde göstergebilimsel analiz yapılmaktadır.



Kesit 5 Spark AR Studio

İçerik: Kesit içerisinde bir kadın bir erkek telefon üzerinden ev içerisinde bir koltuğun bulunacağı yerle ilgili görsel dizayn yapmaktadır. Modern tarz ve soft renklerin hakim olduğu bir ortam görülmektedir. Tanıtım videosunun bu görselinde bulunan insanlar siyahidir. Mobil veri üzerinden Facebook AR Studio uygulamasıyla belirli komutlar dahilinde ev dekorasyonu yapmaktadırlar.

Düzanlam: Video içerisindeki bu kesitte siyah bir kadının ve bir erkeğin yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte kesitte yer alan sunum kodları; siyah çerçeveli bir mobil veri cihazı, beyaz renkte perde, ahşap açık kahve zemin üzerine oturtulmuş, açık gri tonlarında bir halı, çiçek ve kitaplık ve kitaplar ve aynı zamanda dekoratif kaktüs, yer küresi ve bir bisiklet görünmektedir. Karakterler turuncu hırkası bulunan siyah kadın ve siyah kazak giymiş siyah erkek şeklindedir. Kadın elindeki mobil veri cihazıyla odanın köşesine uyguladığı içeriği erkeğe göstermektedir. Erkek ise içerik incelemesini gülümseyerek izlemektedir. Bunun yanı sıra video içeriği ses efekti bağlamında hareketli ritim, senkron sesi ve özellikle bateri sesinin ağırlıklı olarak kullanılmasıyla düzanlam boyutuyla aktarılmaktadır.

Metonimi: Uygulamanın sunduğu bu içerik, mobil veri yoluyla hazırlanan içeriklerin "ben, uygulamanın merkezindeyim" metonimisiyle aktarılmaktadır.

Yananlam: Tanıtım videosu içeriği kesit içeriğiyle ele alındığında, oda içerisinde artırılmış gerçeklik yoluyla bir içerik üretiminin sunulması, bu opsiyonu ideolojik perspektifte siyah bir kadın ve siyah bir erkeğin yapması, verilmek istenen mesajın her gelir durumundan insanlara hitap edecek şekilde aktarılması, artırılmış gerçekliğin hareketli ve bireylerin kendi istedikleri düzeyde sunulabilme özelliğinin bulunması yananlam boyutunda ele alınmaktadır. Yananlam boyutuyla ses efekti ise ekstrem bir ortam

içeriğinin oluşturulmasının bir konser alanı olarak verilmesi ve insanların çılgınlarla eğlenmeleri şeklinde ele alınmaktadır.

Metafor: Bireylerin cinsiyetine ve ırkına bakmaksızın onlara tanınan haklar ve uygulamanın onların eliyle gerçekleşiyor olması ve sadece onların belirlediği noktalarda istedikleri şekilde bir görüntü ortaya çıkması "özgürlük" metaforuna işaretir.



Kesit 6 Spark AR Studio

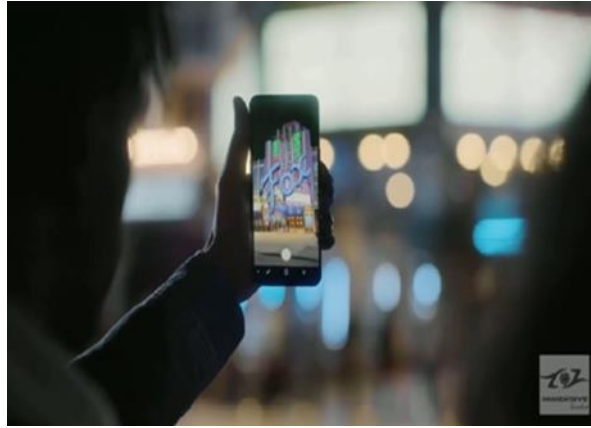
İçerik: Kadın kullanıcı bir optiğin önüne gelerek güneş gözlüğü beğenmektedir. Beğendiği güneş gözlüğü siyah renktedir. Kadın kullanıcı güneş gözlüğünün fotoğrafını çekip mobil veri üzerinden kendi gözlerinin üzerine yerleştirerek uyumlu hale getirmektedir.

Düzanlam: Facebook Spark AR Studio tanıtım videosunun bu kesitte düzanlam boyutuyla, bir kadın kullanıcının mobil veri cihazıyla güneş gözlüğü fotoğrafı çektiği görülmektedir. Ve yanında bulunan bir çerçevede şimdi cep telefonunla dene notu var. Video içerisinde çekilen görselde kadının öncelikle optikte bir güneş gözlüğü beğenmesi, bunu kendisiyle bağlam kuracak şekilde kişiselleştirmesi, Facebook Spark AR uygulamasıyla artırılmış gerçeklik sunması ve mobil verisi üzerinden kendisini gözlüklü bir şekilde görmesi aktarılmaktadır. Bununla birlikte renk kodları, kırmızı, sarı, kahverengi ve siyah tonlarındadır. Bunun yanı sıra ses efekti düzanlam boyutunda, bir optiğinin önünde bateri sesinin ön plana çıktığı ve dış sesin bu müzik sesi ile ritim tutması şeklinde ele alınmaktadır.

Metonimi: Kesitte sunulan içerik metonimik olarak ele alındığında "benim kendi isteğimle kişiselleştirilmiş ve özgünce yarattığım dünyam" iletilisiyle sunulmaktadır.

Yananlam: Facebook Spark AR Studio uygulamasının video tanıtımındaki bu görsel yananlam boyutuyla, merkeze siyah renkte mobil veriyi alan, mobil veri cihazıyla uygulamanın uyumlu olabildiği, artırılmış gerçeklik sunarak insanlarla materyal arasında bağlam sağladığı, insanların özgürlüklerine ve istedikleri hipergerçek görüntülerle biçimlenme olanağının verildiği, bağlamın sağladığı mutluluğun bireylerin beden dillerine yansması olarak bir değerlendirme yapılmaktadır. Genel anlamda uygulamanın kişiselleştirme özelliğine vurgu yapmaktadır. Kullanıcıda özellik miti inşa etmektedir. Bunun yanı sıra ses efekti, heyecan ve mutluluk hissinin tonlamayla yaşatılması şeklinde yananlam boyutuyla ele alınmaktadır.

Metafor: Video içerisindeki bu kesitte mobil verinin insan odaklı yapısına vurgu yapılmakta, içerik üretiminde etkileşim sağladığı ve bu etkileşimin her türden cihaza yansiyabildiği "sınır tanınamazlık" metaforuyla aktarılmaktadır.



Kesit 7 Spark AR Studio

İçerik: Bir erkek ve bir kadın eğlence merkezine gitmektedir. Eğlence merkezi standart dizaynda bir mekan özelliği göstermektedir. Erkek kullanıcı Spark AR Studio uygulamasıyla mekanı mobil verisine alıp yeni biçimde sunumunu ve görsel olarak aktarımını gerçekleştirmektedir.

Düzanlam: Video tanıtımının bu içeriği düzanlam boyutuyla değerlendirildiğinde; bir erkek ve bir kadının eğlence merkezine gittikleri, eğlence merkezinin önüne geldiklerinde erkek kullanıcının mobil verisiyle mekanın dış dizaynını yüklediği, uygulamaya yüklenen mekanın dış dizaynının renklendiği ve yeni biçim kazandığı görülmektedir. Facebook Spark AR Studio uygulamasıyla biçimlenen bu içerikteki renk kodları, siyah, beyaz, sarı, mavi ve kırmızı tonlarda sunulmaktadır. Bunun yanı sıra düzanlam

boyutuyla video kesiti ele alındığında dış sesin tonlamayı yükselttiği ve yeni ortama bağlı olarak ses ritminin arttığı görülmektedir.

Metonimi: Facebook Spark AR Studio uygulamasının bu içeriğinde, “her mekan benim içsel ve zihinsel dünyamın durumuna göre zenginleşmekte ve eğlenenin merkezi benim zevkim” metonimisiyle yansıtılmaktadır.

Yananlam: Uygulamayı edinen ve aktif olarak kullanan kesim konusunda ırk farkının gözetilmemesi, gerçek anlamda eğlence sunumunun yanında artırılmış gerçeklik yoluyla mobil veriden de eğlence ortamının yaratılabileceği, AR Studio’nun her ortam ve materyalle ilgili simüle ve hipergerçek bir ortam yarattığı, bu yaratımın hızlı bir şekilde ve kolaylıkla gerçekleşmesinin sağlandığı ve insanlar tarafından inşa edilen bir yapılanmanın olması yananlam boyutuyla aktarılmaktadır. Bunun yanı sıra ses efekti yananlam boyutuyla ele alındığında; uygulama sayesinde hipergerçek ortama uygun olarak coşkunun hakim olduğu bir ana gönderme yapılmaktadır.

Metafor: İdeolojik olarak ayrıntılı bir ayırımın yapılmaması, bireyler özelinde kişisel eğlenenin dijital platformda “hız ve hacim” özelliğiyle aktarılması ve bu durumun insanların “özgürlükleri” odağında yansıtılması metafor aktarımı olarak gerçekleşmektedir.

Facebook Spark AR Studio uygulamasında alışveriş, eğlence ve kişiselleştirme temaları ön plana çıkmaktadır. Uygulama, yarattığı hipergerçek içerik ile insanların alışveriş yapma eğilimlerine yardımcı olabilme, onların ev dizaynını şekillendirebilme ve uyum konularında yardımcı olabilen bir yapı sergilemektedir. Bununla birlikte insanların istediği bir binayı renklendirebilme olanağı sunması, hipergerçek bir ortam yaratılmasının ön plana çıkarılması eğlenme içeriğinin de olduğunun göstergesidir. Bireylere sürekli yanlarında taşıdıkları telefonlara uyumlu olması ve istedikleri zamanda kullanılabilme imkanı vermesi uygulamanın ön plana çıkan bir diğer özelliğidir. İnsanlara istediği bir nesneye olan yakınlıklarını artırması ve gerektiğinde bunları kendi üzerlerinde rahatlıkla görebilmeleri kişiselleştirme olanağının olduğunu göstermektedir.

Bu bölümde Facebook Spaces uygulamasına yönelik göstergebilimsel analiz yapılmaktadır. Bu kapsamda Spaces uygulaması içerisinde simülasyon kavramını temsilen üç kesit ele alınmakta ve analizler yapılmaktadır.



Kesit 8 Spaces

İçerik: Görsele siyahi kadının avatarı bulunmaktadır. Kadını Jack isimli siyahi bir erkek aramakta ve kendi uygulama alanına katılmaya davet etmektedir. Duvarda siyahi kadının astığı iki fotoğraf vardır. Alt mavi kısımda saat görünmektedir. Saatin üst kısmında geçiş küresi görünmektedir.

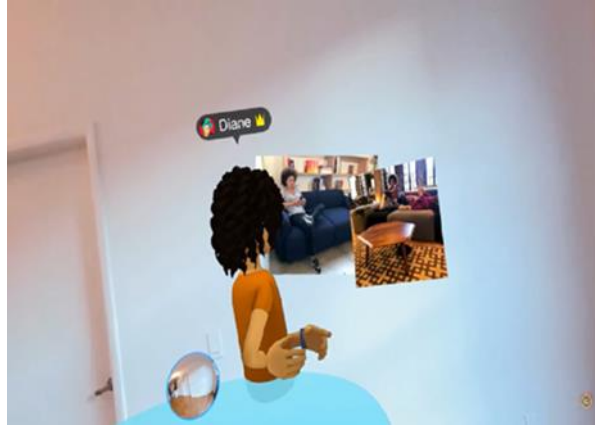
Düzanlam: Tanıtım videosunun bu bölümünde Facebook Spaces kullanıcısı siyahi bir kadın avatarının mobil veriden aldığı fotoğrafları duvara asması ve o sırada Jack isimli diğer siyahi kullanıcının kadını kendi Spaces uygulama evrenine davet etmesi düzanlam boyutuyla aktarılmaktadır. Bununla birlikte, arama esnasında tik ve çarpı sembolleri ekrana yansımaktadır. Mavi alanda geçiş küresi ve kürenin altında kolunda saat olan bir el bulunmaktadır. Saatin üzerinde 1:04 ibaresi yer almaktadır. Beyaz ve mavi renk kodlarına yer verilmektedir. Bunun yanı sıra video kesiti ses efekti bağlamında düzanlam boyutuyla ele alındığında, arka planda çalan düşük ritimde piyano sesi ve uygulamanın kendi ses içeriklerinin (tuşlara dokunmayla duyulan) ön plana çıktığı görülmektedir.

Metonimi: Uygulamaya dair bu kesitteki metonimik aktarım "kişisel durumum ve zamanım, ikinci evrende benim zihinsel dizaynım" şeklindeki sunulmaktadır.

Yananlam: Facebook Spaces uygulamasında, kullanıcıları için zaman ve mekan kavramını ortadan kaldırdığı, kullanıcıların görüşmeleri kabul edebilecekleri veya reddedebilecekleri, gerçek dünya ile spaces dünyası arasında kolaylıkla geçiş yapabilecekleri yananlam boyutuyla aktarılmaktadır. Bununla birlikte evren geçişlerindeki renk ve dizayn farkının yansıtılması ve bu durumun rutin hayatın parçası içerisinde vermesi, iletişim faaliyetlerinin evren geçişlerinde rahatlıkla yapılabilmesi ve herhangi bir aksama olmaması yananlam boyutuyla yansıtılmaktadır. Simülasyon kuramına dayanarak gerçek dünya ile simüle dünya arasındaki sınırların yok olmasına işaret etmektedir. Yananlam boyutu ses efekti boyutuyla

değerlendirildiğinde ise; uygulamaya ait farklı bir tonlamanın olduğu ve rahat bir alanın sunulduğu yansıtılmaktadır.

Metafor: Kullanıcıların hipergerçek görünümdeki avaturlarıyla sağladıkları "iletişim" olgusu, konum ve yer fark etmeksizin artırılmış gerçeklik vurgusuyla yapılan "sınırsızlık" metaforu içerisinde değerlendirilmektedir.



Kesit 9 Spaces

İçerik: Siyahi bir kadının sanal dünyadaki kendisine benzetilen avaturları görünmektedir. Siyahi kadının sanal kullanıcı adı ve yanında bir kral tacı bulunmaktadır. Kenarda bir yuvarlak içinde odanın daha geniş bir görüntüsü yer almaktadır. Oda tamamen boştur. Siyahi kadının avaturları gerçek dünyadan alınılıdığı iki görüntüyü duvara asmaktadır.

Düzanlam: Videonun bu kısmında siyahi kadının bir odaya gidip, Facebook Spaces uygulaması ile konuştuğu arkadaşına balkonunu ve odayı gösterdiği, odanın standartta tamamen boş olduğu ve kadın kullanıcının iki fotoğraf çıktısı ile duvarı biçimlendirdiği görülmektedir. İki fotoğrafta da Spaces kullanıcısı siyahi kadın, farklı mekanlarda mobil veri cihazı ile uğraşmaktadır. Beyaz, kahverengi, lacivert, mavi, siyah ve sarı renk kodlarının ortama hakim olduğu görülmektedir. Video kesiti düzanalam boyutuyla ele alındığında, gitar sesinin, uygulamanın ses efektlerinin ve kullanıcının kendi ses tonunun ön plana çıktığı görülmektedir.

Metonimi: Facebook Spaces uygulamasının gerçeklik ile gerçek olmayan dünyayı bir araya getirmesi, "hareket noktam ve içinde bulunduğum evren, benim isteğimle şekillenmektedir" iletişiyile metonimik aktarım yapılmaktadır.

Yananlam: Uygulamayı edinen ve kullanan kesim konusunda ırk farkı gözetilmemesi fakat kullanımı sanal gerçeklik gözlüğü ile mümkün kılındığı için maddi sınıf ayrımının ön plana çıkması, zaman ve mekan sınırını ortadan kaldırmasıyla kullanıcılara istedikleri zaman istedikleri yerde olabilme olanağı sunması yani evren geçişlerini olanaklı kılıp simüle dünyanın varlığına işaret etmesi ve kullanıcıda özellik ve özgürlük hissi yaratmaktadır. Aynı zamanda artırılmış gerçeklikle içerik sunumunun yapılması yananlam boyutu ile anlatılmaktadır. Kesit ses efekti bağlamında yananlam boyutuyla değerlendirildiğinde ise; uygulamanın sağladığı simüle ortamın kendine ait bir dizaynının olduğu, bu ortamda kişilerin kendi seslerini de avatarlarına aktarabildiği ve uygulama içerisinde yer alan her bir dokunuş için farklı ses tonlarının yer aldığı, bu doğrultuda insanların daha önce duymadığı birtakım sesleri de bu ortamda duymanın mümkün olduğu aktarılmaktadır.

Metafor: Simüle evren ile gerçeğin bir arada kullanılması ve “zenginlik” olgusunun aktarılması, “ırk gözetmemesi”, beyaz duvar ile verilen “sonsuzluk” algısı, duvara asılan fotoğraflarda siyahi kadının sanal boyutta vakit geçirir pozisyonundaki “rahat” görüntüsü ve geçiş sağlayan “küre” metafor olarak aktarımıdır.



Kesit 10 Spaces

İçerik: Siyahi kadının avatarı bir lunaparktır ve bir erkek bireyde görüntülü olarak ortamda görünmekte ve gülümsemektedir. Ortamda, kırmızı “Happy Birthday” yazısı ile diğer kadın kullanıcının doğum gününü kutlamaktadır. Kesitin arkasında hareket halinde bulunan eğlence platformları yer almaktadır.

Düzanlam: Facebook Spaces tanıtım videonun bu kısmında siyahi kadının, siyahi erkeğin avatarı ve beyaz tenli bir adamın, lunaparkta beyaz tenli diğer kadının doğum gününü kutladıkları, lunapark ve

içerisindeki hareket ve canlılık olgusunun kullanıcıların etkinliğini de yansıtmaya düzenlem boyutuyla aktarılmaktadır. Tanıtım videosunun bu kesitinde renk kodları ise kırmızı, mavi, yeşil, turuncu ve sarı şeklindedir. Bunun yanı sıra videonun bu kesiti düzenlem boyutuyla ele alındığında, ses efekti hareketli hale gelmekte, havai fişek sesleri duyulmakta ve kullanıcıların kendi ses tonlarının ön plana çıktığı görülmektedir.

Metonimi: Facebook Spaces uygulamasının bir lunaparka yeni eğlence unsurları eklemesi, "bizim dünyamız bizim eğlencemiz, her renk bizim" mesajıyla metonimik anlam verilmektedir.

Yananlam: Uygulama ile kullanıcıların eğlenceye, enerjiye, mutluluğa, pozitifliğe, sadakate ve sevgiye kavuşacağı, diğer insanlardan daha farklı deneyimler yaşayacağı, özel günlerde de istedikleri kişilerle birlikte olabileceği, ırk gözetmeksizin uygulamaya sahip her bireyin bir araya gelebileceği, farklı bir ortamda Facebook Spaces uygulaması ile başka bir hava katılabileceği ve dış dünya ile sanal dünyanın birleşmesi yananlam boyutuyla aktarılmaktadır. Bunun yanı sıra ses efekti yananlam boyutunda değerlendirildiğinde, simüle ortamın sağladığı imkanların farklı ses içeriklerini ön plana çıkarabildiği, aynı anda çeşitli tonlamalarında farklı duyguların ön plana alınabildiği bir ortam yarattığı yansıtılmaktadır.

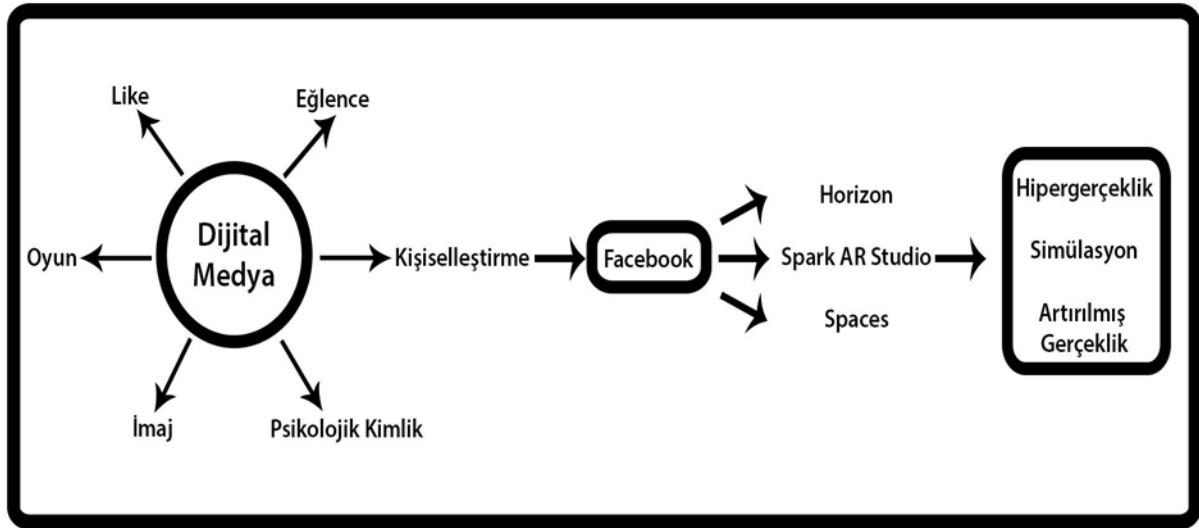
Metafor: Balonlar ile "özgürlük" algısının vurgulanması, kullanıcıların kendi aralarında "eğlenme" gerçekleştirilmesi, lunaparkta yer alan diğer bireylerle olan bağlantısızlık "bağımsızlık" konusunda metafor aktarımıdır.

Facebook Spaces uygulamasında insanların beğenilmesi yani like imajları ön plana çıkarılmaktadır. Bununla birlikte kişiselleştirme, sosyalleşme ve psikolojik kimlik ön plana çıkan diğer temalardır. Spaces uygulamasında insanlar VR gözlükleriyle simülasyon perspektifinde oluşturulmuş hipergerçek bir ortama, yeni bir dünyaya bağlanabilmektedir. Bu ortam insanlara eğlenme, iletişim kurma ve bir arada bulunabilme gibi imkanlar sağlamaktadır. Aynı zamanda farklı zamanlarda değişik coğrafyalarda bulunabilme ve etkinlikler gerçekleştirebilme imkanı da vermektedir. İnsanların, uygulamanın vermiş olduğu avatar imkanı sayesinde bir arada bulunması, eğlenceler düzenlemesi aynı zamanda başka boyutta bulunan bir insanı o ortama çağırabilme durumları Spaces uygulamasında değerlendirilmektedir. Tek bir tuşla yapılan havai fişek uygulaması ya da sandal üzerinde hareket edebilme imkanları insanların eğlence motivasyonlarına pozitif yönde katkıda bulunmaktadır.

Yukarıda Facebook "Horizon, Spark AR Studio ve Spaces" uygulamasına ait simülasyon içerikleri sunulmuş ve her bir uygulama kendi içerisinde göstergibilim unsurları dahilinde değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda sunulan içerikler dijital platform ve simülasyon bağlamında belirli kodlar ekseninde temalar sunmaktadır.

İçeriklerde kullanıcılara kendilerine ait bir dünya yaratması fırsatı verilmektedir. Kurallarını kullanıcının aktif katılımıyla belirlediği bu uygulamalarda ideal dünyanın nasıl olması gerektiği ya da nasıl olacağı gösterilmektedir. Bireyler kendi beğenileri, özellikleri, hayalleri doğrultusunda bir dünya oluşturmakta ve uygulamalar aracılığı ile kendi kimliklerine uygun ortamlarda "mı" gibi hissetmelerine fırsat vermektedir. Bu dünyada zenginlik, bolluk, ferahlık, eşitlik, özgürlük gibi kavramlara bolca yer verilmektedir.

Şekil 1 Facebook Uygulamalarının Tematik Kodlaması



Facebook kişiselleştirilmiş veri tabanıyla kullanıcılarının psikolojik kimliğini çıkararak bir dijital platformdur. Mecranın son dönemdeki niteliksel işlemlerinden biri kullanıcılarına sunduğu Horizon, Spark AR Studio ve Spaces uygulamasıdır. Her bir içerik temel anlamda birbirinden farklı olmakla birlikte kullanıcılara sunulan simüle bir evren, bu evren içerisinde hipergerçek objeler ve kullanıcılarının yeni bir deneyim kazanmasıyla sonuçlanan artırılmış gerçeklik öğeleri bulunmaktadır. Bu noktada uygulamalarda göze çarpan başlıklar ise aşağıda sıralanmaktadır.

- **Horizon:** Oyun, Eğlence, Kişiselleştirme, Sosyalleşme, İmaj.

- **Spark AR Studio:** Eğlence, Alışveriş, Kişiselleştirme.
- **Spaces:** Like (beğenme-beğenilme) İmajı, Kişiselleştirme, Sosyalleşme, Psikolojik Kimlik.

Facebook "Horizon, Spark AR Studio ve Spaces" uygulaması niteliksel anlamda içerik üretiminde ve yansıtılmasında farklı noktalardan hareket etmektedir. Bununla birlikte uygulamaların kullanıcılar tarafından değerlendirilmesinde ise temel işlevsel boyut değişmekte ve kişiselleştirilmiş bir yapıya bürünmektedir. Bu doğrultuda uygulamaların içeriğiyle sunulan dünya simüle, hipergerçek ve artırılmış gerçeklik özelliklerini barındırmaktadır. Kişiler kendilerini şekillendirdiği gibi ikinci evrenlerini de biçimlendirme özelliklerine sahip olabilmektedirler. Bu dünya, toplumsal cinsiyet farkı gözetmeksizin her bireye hitap etmektedir. Kullanıcılarına sınırsız imkanlar vermekle birlikte gerçek dünyayla da iletişim imkanı sağlamaktadır. Bu doğrultuda, kişiselleştirilmiş avatarlar odağında bir geçiş süreci yansıttığını söylemek mümkündür.

SONUÇ

Gündelik yaşamın odağında yer alan yeni iletişim teknolojileri bireylerin gündelik pratiklerinin nasıl olacağını da belirler hale gelmiştir. Teknoloji, gerçeğin kopyası olan sanal dünyada bireylerin kendilerini farklı kimliklerle ortaya koymalarını, kendilerine ait dünyalarında sanal karakterlere dönüşürken bunu gerçekmiş gibi düşünmelerini de sağlamaktadır. Sanal dünyada kendisinin hayalini kurduğu bir yaşamı uygulamaya geçirirken, yaş, meslek, cinsiyet, statü gibi toplumsal belirleyicilerden ya da ekonomik durumunun getirdiği kısıtlamalardan uzaklaşmaktadır. Bireyler, teknolojinin sunduğu imkanlarla olmak istediği kişi olmakta ve gerçek hayattan bir süreliğine de olsa kopmaktadır. Zamanının büyük çoğunluğunu sosyal medya platformlarında geçiren bireyler, kendileri için oluşturulan uygulamalarda sanal dünyanın bireyi haline gelmekte, kendisine sunulan dünyanın bireyi olma halini gerçek dünyasına da taşımak istemekte ya da taşımaktadır. Özellikle de uygulamada sunulan ürün ve hizmetler bireylerin farkında olmadan bilincine yerleşmektedir.

Kişiselleştirme en çok kullanılan bir özelliktir. Uygulamaları kullananlar kendilerinin olmak istediği kimliğe bürünmektedir. Çünkü içeriklerde kullanıcılara kendilerine ait bir dünya yaratması fırsatı verilmektedir. Kurallarını kullanıcının aktif katılımıyla belirlediği bu uygulamalarda ideal dünyanın nasıl olması gerektiği ya da nasıl olacağı gösterilmektedir. Bireyler kendi beğenileri, özellikleri, hayalleri doğrultusunda bir dünya oluşturmakta ve uygulamalar aracılığı ile kendi kimliklerine uygun ortamlarda

“mış” gibi hissetmektedir. Bu dünyada zenginlik, bolluk, ferahlık, eşitlik, özgürlük gibi kavramlara bolca yer verilmektedir.

Uygulamalar kullanıcıların eğlenceye, enerjiye, mutluluğa, pozitifliğe, sadakate ve sevgiye kavuşacağı, diğer insanlardan daha farklı deneyimler yaşayacağı, özel günlerde de istedikleri kişilerle birlikte olabileceği kadar özgür olduğunu düşündürmektedir. Öyle ki bireyler kendilerine sunulan sanal dünyada belki de hiç gidemeyecekleri mekanlara gidebilme, sahip olamayacakları eşyalara sahip olma özgürlüğünü de yaşamaktadır. Bu dünyada her şey renkli, eğlenceli, kolay erişilen bir durumdadır. Yine bu uygulamalar zaman ve mekan sınırını ortadan kaldırmakta, kullanıcılara istedikleri zaman istedikleri yerde olabilme olanağı sunmaktadır. Mekanları kendi isteklerine göre tasarlayan bireyler, satın almak istedikleri eşyaları mobil telefonları aracılığıyla üzerlerinde denerlerken, teknolojinin insan hayatına getirdiği kolaylıklara da dikkat çekilmektedir. Mekan ve zaman sınırının olmadığı uygulamalarda kutlama, rekabet, iletişim gibi insani duygular da yer almaktadır. Uygulamaların bir diğer özelliği ise bireyleri gerçek dünyanın zorluklarından uzaklaştırırken, gerçek yaşamı kolaylaştıracak ürünlerin, hizmetlerin neler olduğunu da vurgulamasıdır.

EXTENDED ABSTRACT

The simulation concept, which was mostly used for technical applications at that time when technology was not so much in the lives of individuals, has become a part of daily life in parallel with the increasing influence of the media. Baudrillard, who is associated with the concept of simulation, is a scientist known for his original study perspective and contributing to the literature with his scientific theory productions. One of his most important works, which he produced with his scientific background and has contributed to different fields, is simulation theory. Baudrillard attributes the basis of simulation theory to the utilization way of information communication technologies. He states that information communication technologies have a destructive function on known reality. In this context, it draws attention to the fact that the spread of emerging signs to individuals and the dominance of the simulacrum concept is possible with the development of technology. Simulation theory makes it more possible to present augmented realities in today's world and transfer them to the individuals' perceptions of objects and subjects. In this sense, the impact of social media is significant. The ability of people to get away from their routine lives, their change of viewpoints and their transformation of their

dreams into reality are provided by simulations. Simulation affects the individuals' color choices, pleasures received from objects or situations, the enjoyments they experienced in line with their characters, and create a new perception of happiness in their social life. It is a platform that allows an interactive environment for social media users, provides opportunities to receive information, produce news, reflect emotions and thoughts, and ensure content production over virtual media. Simulation and hyper-reality fiction provided in the social media environment is used in various websites, virtual environments, and games. The simulation applications focusing on social media manifest themselves on platforms such as Twitter, Facebook, and Youtube. In these applications, users are allowed to create a world of their own. In these applications, whose rules are determined with the active participation of the user, it is shown how the ideal world should be or how it will be. Individuals create a world in line with their tastes, characteristics, and dreams, and allow them to feel as if they "did" in environments suitable for their identities through applications. In this world, concepts such as wealth, abundance, well-being, equality, and freedom abound.

In this sense, the research subject is the Facebook applications promotional videos of "Horizon, Spark AR Studio, and Spaces." These applications qualitatively act from different points in the production and reflection of content. However, when it comes to the utilization by the users, the main functional dimension changes and takes a personalized structure. In this direction, the world presented with the application content contains simulated, hyperreal, and augmented reality features. As people shape themselves, they can also shape their second universe. This world addresses every individual, regardless of gender. It provides its users with unlimited possibilities as well as communication with the real world. In this respect, it is possible to say that it reflects a transition process with personalized avatars. Data was collected from the Facebook application "Horizon, Spark AR Studio and Spaces" promotional videos by watching the promotional film on social media. In this context, four contents belonging to Facebook application Horizon, three contents of Spark AR Studio application, and four contents representing Spaces application were included in the research process. Since the things transferred to the users focus on the meaning of the signs, an evaluation is made using Barthes' semiotics model in the data analysis of the research. Since the study focuses on the interpreting of the signs, it makes use of Barthes' semiotics model. In this context, Barthes constitutes the primary semiotics perspective in the focus of

denotation and connotation. In this direction, it creates the interpretation index and makes the necessary explanations about the concept, phenomenon, and researched subjects.

- **Horizon:** The Facebook Horizon project application offers an environment for exploration, creation, and expansion possibilities in a simulated world. The application provides the opportunity to create a personal Horizon world using AR glasses and various intuitive tools and become a member of it.
- **Spark AR Studio:** Spark AR Studio, as a three-dimensional camera effects application (with AR experience) of Facebook, enables transformative and interactive photo and video effect creations to the users
- **Spaces:** Facebook Spaces is a VR application that allows users to interact in a virtual environment as if they were in the same room. Spaces use personalized three-dimensional avatars for friend interaction. VR is a room for people to chat with friends around a virtual coffee table, just like in the real world, and also get together and share Facebook content via AR glasses and headsets.

In the examples, the practices give the individuals chance for doing whatever they want without being restricted by time and space, and also give them some feelings such as freedom, abundance, convenience, spaciousness, competition. Individuals have the freedom and privilege to do whatever they want in the fields they have built for themselves with virtual reality produced through technology. Applications also suggest that users are free enough to have fun, energy, happiness, positivity, loyalty, and love; experience different excitement than other people, and be with the people they want on special occasions. In the virtual world offered to them, individuals also enjoy the freedom to go to places they can never go and have items they cannot have. Everything in this world is colorful, enjoyable, easily accessible. Again, these applications remove the time and space limits and offer users the opportunity to be wherever they want, whenever they want. While individuals who design the spaces according to their wishes try on the items they want to buy on their mobile phones, the convenience that technology brings to human life is also underlined. Human feelings such as celebration, competition, and communication are also present in applications where there is no space and time limit. Another feature of the applications is that while taking individuals away from the difficulties of the real world, they also introduce knowledge on products and services that will make real-life easier.

KAYNAKÇA

- Akbayır, Z. (2014). *Halkla ilişkilerde hipergerçeklik ve internet ilişkisi: Sosyal medya üzerine bir araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslan, E. Ş. (2018, Ekim). Şehirlerin markalaşmasında ortak aklın yaratılması: Bir marka Kent platformu oluşturma arayışı. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 27(4), 29-61.
- Aslan, R. (2017). Uluslararası rekabette yeni imkanlar: Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve hologram. *Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 5(49), 21-26.
- Baran, H. (2019). Sanal gerçeklik donanımları ve yazılımlarının dijital sanat ve sosyal medya üzerindeki etkileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(67), 426-434.
- Barthes, R. (1986). *Elements of semiology*. New York: Hill ve Wang.
- Barthes, R. (2018). *Çağdaş söylenenler*. (T. Yücel, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Batu, M., & Tos, O. (2018). 16 Nisan 2017 anayasa değişikliği referandumunda Recep Tayyip Erdoğan'ın sosyal medyadaki görsel imajı üzerine bir analiz. *Akdeniz İletişim Dergisi*(29), 230-269.
- Baudrillard, J. (2019a). *Neden her şey hala yok olup gitmedi?* (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2019b). *Tüketim toplumu*. (F. Keskin, & H. Deliceçaylı, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2019c). *Sessiz yağınların gölgesinde toplumsalın sonu*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2020). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bayrak, T., & Yengin, D. (2018). *Sanal gerçeklik - VR*. İstanbul: DER Yayınları.
- Bingöl, B. (2018). Yeni bir yaşam biçimi: Artırılmış gerçeklik (AG). *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 44-55.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Aygün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: PEGEM Akademi.
- Coşkun, C. (2017). Bir sergileme yöntemi olarak artırılmış gerçeklik. *Sanat ve Tasarım Dergisi*(20), 61-75.
- Çalış, A. (2017). J. Baudrillard'ın 'simülasyon' ve J. Huizinga'nın 'oyun' kuramları üzerinden 'matrix I' filminin değerlendirilmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(1), 82-92.
- Çolak, M. (2013). In search of the real: New media and reality liss. K. Zilles, J. Cuenca, & J. Rom (Dü.), *VII International Conference on Communication and Reality (Breaking the Media Value Chain)* içinde (s. 69-77). Barcelona: University of Ramon Llull.
- Demirel, E. B., & Görgüler, Z. (2018). Yeni medya okuryazarlığı odağında çeviri eğitimine yönelik sosyal medya tabanlı ders içeriği örneği. *Synergies Turquie n° 11*, 13-28.
- Dündar, F. N. (2012). Reklam - simülasyon etkileşimi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 117-124.
- Erbaşlar, G. (2013). *Sosyal medyada var mısınız? Asosyal medyada var mısınız?* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Erdemir, A. S. (2017). Pazarlama yönelimli halkla ilişkilerde artırılmış gerçeklik çözümleri: Pokemon go üzerinden bir değerlendirme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(31), 61-79.
- Facebook. (2017). *Facebook Spaces*. YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=PVf3m7e7OKU> adresinden alındı
- Facebook. (2019). *Facebook Horizon*. YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=ImrozxDGtVU&t=3s> adresinden alındı
- Facebook. (2019). *Spark AR Studio*. YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=KBHNxNz3Aqw> adresinden alındı
- Farshid, S., & Mehremotlaq, H. (2014). Thomas Pynchon's the crying of lot 49: The hegemony of hyperreality. *International Journal of Literary Humanities*, 11(2), 17-25.
- Fiske, J. (2019). *İletişim çalışmalarına giriş*. (S. İrvan, Çev.) Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Gjoka, M., Sirivianos, M., Markopoulou, A., & Yang, X. (2008). Poking facebook: Characterization of OSN applications. *WOSN'08*, 31-36. doi:10.1145/1397735.1397743
- Gottdiener, M. (2005). *Postmodern göstergeler / maddi kültür ve postmodern yaşam biçimleri*. (H. Gür, A. Nur, & E. Cengiz, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.
- Göçmen, P. Ö. (2018). Artırılmış gerçeklik uygulamaları ile yeni medya reklam tasarımı. *STD(Aralık)*, 175-191.
- Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal medya üzerine bir inceleme. *Turkish Studies*, 10(2), 389-410.
- Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*. (M. Yalçın, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.
- Güngör, N. (2020). *İletişim / Kuramlar - Yaklaşımlar*. İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Güven, A. (2014). Gezi'nin dili: göstergebilimsel bir inceleme. *İnsan & İnsan Dergisi*, 1(2), 19-29.
- Huizinga, J. (2020). *Homo ludens*. (M. A. Kılıçbay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İlgüner, M., & Asplund, C. (2011). *Marka Şehir*. İstanbul: Markating yayınları.
- Kalaman, S., & Bat, M. (2014). Toplumsal cinsiyet açısından axe basın ilanlarının göstergebilimsel analizi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(3), 128-136.
- Karapınar, A. (2017). Gerçeklik ve hiper gerçeklik; Baudrillard ve G. Debord anlatılarından hareketle "hakikatin yeniden inşaşı". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(53), 513-518.
- Karimov, R. N. (2018). Transformation of hyperreality: from a constructive society to a deconstructive society. *Journal 'Humanities' of BMSTU*(8). doi:10.18698/2306-8477-2018-8-541
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital'*. We Ara Socail.
- Kurtdaş, M. Ç. (2018). Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramında kitle iletişim araçları ve toplumsalın sonu. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 2012-2023.
- Laughey, D. (2007). *Key themes in media theory*. New York: Open University Press.

- Lin, P.-C., Hou, H.-T., Wu, S.-Y., & Chang, K.-E. (2014). Exploring College students' cognitive processing patterns during a collaborative problem-solving teaching activity integrating facebook discussion and simulation tools. *The Internet and Higher Education, 22*, 51-56.
- Mayfield, A. (2008, 08 01). *What is social media?* 10 01, 2021 tarihinde icrossing: https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf adresinden alındı
- Metin, O., & Karakaya, Ş. (2017). Jean Baudrillardın perspektifinden sosyal medya analizi denemesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(2)*, 109-121.
- Moy, P., & Hussain, M. M. (2014). Media and public opinion in a fragmented society. W. Donsbach, C. T. Salmon, & Y. Tsifti içinde, *The spiral of silence new perspectives on communication and public opinion* (s. 92-100). New York: Routledge.
- Öngen, O. (2017). Sosyal medya kullanıcılarının gerçeklik yanılgısı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi, 1(1)*, 1-14.
- Parsa, S., & Parsa, A. F. (2012). *Göstergebilim çözümlenmeleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Sıgı, Ü. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri*. İstanbul: BETA Basım Yayım Dağıtım.
- Simmel, G. (2006). Bridge and door. D. Frisby, & M. Featherstone içinde, *On culture: Selected writings* (s. 160-180). London: Sage Publications.
- Sipahi, S. (2009). Belirsizlik koşulları altında medya planlama: Simülasyon temelli alternatif bir optimizasyon modeli. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8(30)*, 224-234.
- Sohn, D. (2019). Spiral of silence in the social media era: A simulation approach to the interplay between social networks and mass media. *Communication Research, 1*-28. doi:<https://doi.org/10.1177/0093650219856510>
- Sontag, S. (2011). *Fotoğraf Üzerine*. (O. Akinhay, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Sood, R. (2012). *Pro android augmented reality*. New York: Apress.
- Sönmez, V., & Alacapınar, G. F. (2011). *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sucu, İ. (2012). Sosyal medya oyunlarında gerçeklik olgusunun yön değiştirmesi: Smeet oyunu örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(3)*, 55-88.
- Toprak, Ö., Küçük, O., & Koçak, M. C. (2019). 40 yaş ve üstü kadınların facebook kullanımı ile mutluluk düzeyi arasındaki ilişkisi: Hatay örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(64)*, 886-893.
- Turgut, H. (2019). Sosyal gerçekliğin inşasında mizah: Simülasyon kuramı bağlamında yeni medya ve mizahın kullanımı üzerine kuramsal bir tartışma. *Orta Karadeniz İletişim Çalışmaları Dergisi, 1(1)*, 886-893.
- Viviani, D. (2013). Food, mass media and lifestyles. A hyperreal correlation. *Italian Sociological Review, 3(3)*, 165-175.
- Vural, Z. B., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University, 20(5)*, 3348-3382.

- Wojciechowski, R., & Cellary, W. (2013). Evaluation of learners' attitude toward learning in ARIES augmented reality environments. *Computers & Education, 68*, 570-585.
- Yumrukuz, Ö. (2016). Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramı çerçevesinde survivor programı. *TRT Akademi, 1*(1), 85-111.
- Yusoff, R. C., Zaman, H. B., & Ahmad, A. (2011). Evaluation of user acceptance of mixed reality technology. *Australasian Journal of Educational Technology, 27*(8), 1369-1387.
- Yücel, V. (2017). Siber alan ve gerçekliğin gençler üzerinde gündelik sosyal regülasyonu: Facebook. *TRT Akademi, 2*(4), 506-523.