

GENÇ MÜTEFEKKİRLER DERGİSİ
JOURNAL OF YOUNG INTELLECTUALS

e-ISSN: 2718-000X

Yıl/Year: 6, Cilt/Volume: 6, Sayı/Issue: 1

Mart/March-2025

Sosyal Medya Bilinçsizliği ve Kontrol Mekanizması

Social Media Unconsciousness And Control Mechanisms

Türkan AYDOĞAN

Öğr. Gör., Avrasya Üniversitesi, MYO

Lecturer., Avrasya University, Vocational Scholl

Trabzon, Türkiye

aydoganturkan@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1286-1604>

Atıf / Citation: Aydoğan, T. Sosyal Medya Bilinçsizliği ve Kontrol Mekanizması. Genç Mütefekkirlere Dergisi, 6 (1), 69-87.

<http://doi.org/10.5281/zenodo.14973672>

Yayın Bilgisi/Publication Information

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi/Date Received: 07.01.2025

Kabul Tarihi/Date Accepted: 02.03.2025

Sayfa Aralığı/ Page Range:69-87

İntihal: Bu makale, intihal.net yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Plagiarism: This article has been scanned by intihal.net. No plagiarism detected.

Yayıncı / Published by: Nihat DEMİRKOL / TÜRKİYE



ÖZET

Zaman mekân ve bilinç bilgi üzerine kurulmuştur. Teknoloji ve insan bu düzlem içerisinde ayrılmaz bir bütün olmuş, karşılıklı olarak yapılan paylaşımlar sosyal hayat içerisinde bireyin var olmasına neden olmuştur.

Toplumsal yapı içerisinde önce gönüllülük, bilinç ve bilgi paylaşımı amacıyla kullanılan teknoloji yansımaları, yerini zamanla kontrol odaklı, mekanik paylaşım esası üzerine kurmuştur. Davranışların oluşturulması beklenen istenilen doğrultuda yürütülmesi için hedef kitlenin demografik yapısı ön plana çıkmıştır. Kod ve mesajların kontrol mekanizması çerçevesinde hareket ettiği düşünülürse, bu noktada yapı içerisinde bulunan bireyin davranışları an be an incelenmiş, kişisel özellikleri, beklentileri, istekleri, yetersizlikleri üzerinden hareketle kontrol mekanizması oluşturulmaktadır.

Beklenen sonuç hedef kitlenin yüklenen kod ve mesajların dışına çıkmamasını sağlamaktadır. “Mış’lı” “hayat dediğimiz bu yapıda kişiler gönüllülük esası ile yaratılmış olan bu sanal dünya içerisinde yer alırlar. Sosyal medya hedef kitleye sunduğu sonsuz imkân ile bireylerin istek ve arzularını tetiklemektedir. Her yeni bilgi ile daha fazlasını istemeye programlanan hedef kitle, daha ne olduğunu anlayamadan kontrol mekanizmasının kendine yönelttiği örtük mesajların etkisinde kalarak bağımlılık süreci içerisine bu sayede sürüklenmiş olmaktadır.

Çalışma Gerbner “Ekme Modeli”, “Sihirli Mermi Kuramı”, “Fikir Grupları kuramı” çerçevesinde ele alınacak, sosyal medya bağımlılığı, kontrol mekanizmalarının hedef kitle üzerinde nasıl oluşturulduğu irdelenerek, bilinçsiz farkındalık nasıl harekete dönüştürüldüğü irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler; Sosyal Medya, Hedef Kitle, Kod, Mesaj, Ekme Modeli.

ABSTRACT

Time, space and consciousness are based on knowledge. Technology and human beings have become inseparable in this plane, and mutual sharing has led to the existence of the individual in social life.

Technology reflections, which were first used for voluntarism, consciousness and information sharing within the social structure, have been replaced by control-oriented, mechanical sharing over time. The demographic structure of the target audience has come to the fore in order to carry out the creation of behaviors in the expected desired direction. Considering that codes and messages act within the framework of the control mechanism, at this point, the behavior of the individual in the structure is examined moment by moment, and a control mechanism is created based on personal characteristics, expectations, wishes and inadequacies.

The expected result ensures that the target audience does not go beyond the uploaded codes and messages. In this structure, which we call “as if” life, people take part in this virtual world created on a voluntary basis. Social media triggers the wishes and desires of individuals with the endless opportunities it offers to the target audience. The target audience, which is programmed to want more with each new information, is dragged into the addiction process by being under the influence of the implicit messages directed by the control mechanism before they can understand what is happening.

The study will be handled within the framework of Gerbner's “Sowing Model”, “Magic Bullet Theory”, “Idea Groups theory”, social media addiction, how control mechanisms are created on the target audience, and how unconscious awareness is transformed into action.

Keywords; Social Media, Target Audience, Cod Message, Planting Model.

GİRİŞ

Karşılıklı fikir alışverişi, duygu ve düşüncelerin aktarılması ve etkileşim süreci iletişimin vazgeçilmez var oluş temelidir. Gelişen değişen yapılar içerisinde insanlar günlük yaşamın getirilerine uyum sağlayabilmek, bağlantı kurabilmek için etkileşimli bir şekilde iletişim kurarlar.

Sosyal medya bu etkileşim değişim ve gelişim mekanizmalarının en temelinde vurgu noktalarından biri olmaktadır. Davranışların değiştirilip yönlendirilmesi, kişilerin sosyolojik, psikolojik ve duygusal anlamda kendilerini ifade edebilmeleri için iletişimin içerisinde olduğu platformları aktif bir şekilde katılımcı olarak kullanmaktadırlar.

Günlük yaşamın vazgeçilmezi olan sosyal medya hedef kitle üzerinde olumlu ve olumsuz bir şekilde etki bırakabilmektedir. Davranışların şekillendirilmesi noktasında sosyal medya bireyler üzerinde iletişim kurma ve iletişimde kalma imkanları sunmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları sistem üzerinden istedikleri bilgi ve materyallere hızlı bir şekilde ulaşıyor olmaları bilgi edinme ihtiyacının giderilmesine imkân vermektedir.

Teknoloji unsuru ile iletişimin sosyal ağlara evrilmiş olması, iş hayatının veri paylaşımlarının da bu ağlar üzerinden yapılmasını sağlamıştır. Bu sayede network bulma oluşturma imkanları, topluluk ve paylaşım grupları ile bir araya gelme imkanları, kişilerin yaratıcı fikirler üretmesine ve kendi platformlarında hikâye oluşturma gücünün olması sosyal medya kullanımını artırmaktadır.

Sosyal medya ve içeriklerinin hedef kitlenin aktif zaman kontrolünü sağlayabilmek amacı ile oluşturulmuş bir platform olması, hedef kitleye duygusal psikolojik mesajlar vermesi, sosyal izolasyon sağlaması, vazgeçilmez oluşu ve ardından gelen gündemi takip etme arzusu ile oluşan medya bağımlılığı, zaman yönetimi konusunda aksaklıklar yaşanmasına, manipülasyon etkisi ile hedef kitleler üzerinde olumsuz etkiler oluşturduğu da ifade edilmektedir.

Sosyal medyanın bilgi verme amacı ile hedef kitleye sunduğu işitsel ve görsel sunumlar her zaman doğru bilgileri içermemektedir. Manipülasyon etkilerinin en çok uygulandığı mecra bireylerin sosyal medya kullanımındaki bilinçli davranış kontrolünü de yönetmelerini zaman zaman sekteye uğratabilecektir. Sosyal medya üzerinden sunulan bilgi akışının doğruluğu konusundaki net olmayan ifadeler hedef kitlenin yanlış fikir sahibi olmalarına ve buna bağlı olarak davranış geliştirmesine de neden olmaktadır. Bu

tutum sosyal medya bilinçsizliğini ve kontrol mekanizmalarının manipülasyon etkilerini ortaya koymaktadır.

1. Sosyal Medya Kullanımı ve İçerikleri

İnternet sisteminin etkileşim sistemi olarak hayatımızda yer edinen sosyal medya iletişim ve içerik paylaşım imkanları sunarak bireylerin ses, görüntü, fotoğraf, video paylaşımına izin vererek etkileşim de bulunmalarına ve bu sürecin devamlılığını sağlamaktadır.

Sosyal medya ve sunmuş olduğu veriler ile kişilerin fikirlerini ve bilgilerini paylaşmasını ve kullanıcı tabanlı olarak veri alışverişine imkân veren platformlar, içerik oluşturma, paylaşma, beğeni sunarak kişilerin gerçek zamanlı, etkileşimli içerikler üretmelerine olanak sunar.

İletişim unsurlarında hedef kitleye bilgi verme ve geri dönüşüm sağlayarak en etkili diyalogun kurulması mesajların etkili bir şekilde anlam bulmasına imkân vermektedir. Olması gereken etkileşimli iletişim kuralları bu yönde sağlanacaktır. Günümüzde teknolojik yapının gelişmesi, kişilerin istek ve beklentilerinin farklılaşması ve çağın en büyük sorunu olan zaman yönetimi, sosyal medya ve platformlarının etkin bir şekilde kullanılması zorunluluğunun da beraberinde getirmiştir. Hedef kitle maruz bırakıldığı bu mecra alanlarında kişisel tepki verme gücünü de kaybetmiş bulunmaktadır.

Her sosyal medya platformunun hedef kitlesi ve içerikleri farklı şekilde kodlanarak oluşturulmuştur. Farklı hedef kitlelere hitap ediyor olması, kişilerin bu mecralarda aradığını bulabilme imkânını sağladığı için kullanıcı sadakati ardından bağımlılığını da getirecektir. Beklenen davranış mecraların aktif kullanılması, kendi hikayelerini oluşturan kitlelerin bu alanlarda kendilerini özgür hissetmelerinin sağlanmasıdır.

İnsanların çevrelerine diğer yaratıklardan farklı bir şekilde tepkide buldukları doğrudur, fakat bu fark sadece bir karmaşıklık Peter WINC farkıdır. Dolayısıyla, insanların olduğu durumlarda keşfedilmeleri daha zor olsa da düzenlilikler kesinlikle mevcuttur ve onları ifade eden genellemeler, diğer birçok genellemeyle tamamen aynı mantıksal tabana sahiptirler (Winch,2007;81). Güdülerin fizyolojik yorumuna karşı hakikaten çok basit fakat ikna edici bir iddia vardır. Üzücü bir eylemin güdülerini keşfetmek, insan davranışlarına uygulanırken, 'anlama' ne anlama geliyorsa o anlamda, söz konusu eylemi anlamamızı artırmaktır. Fakat bu, kişilerin fizyolojik durumları

hakkında önemli bir bilgiye sahip olmadan da keşfedebileceğimiz bir şeydir; dolayısıyla onların güdülerini anlamamızın fizyolojik durumlarıyla herhangi bir ilgisi yoktur. Nevcomb'un kork tuğu gibi bunu, güdü açıklamalarının ya sadece totoloji ya da muhayyilenin uydurmalarına bir başvuru olduğu sonucu izlemez. Fakat onların ne içerdiğine dair olumlu bir değerlendirme yapmaya başlamadan önce, daha başka yanlış kavrayışların giderilmesi gerekir (Winch,2007;87). Eğer insanlar arasındaki sosyal ilişkiler, ancak onların düşüncelerinde ve düşünceleri yoluyla meydana gelecekse, o zaman düşünceler arasındaki ilişkiler içsel ilişkiler olduğu için, sosyal ilişkilerin de bu içsel ilişkiler türünden olması gerekir (Winch,2007;129).

Sosyal medya kendi alanını oluştururken derinlemesine yapılan incelemelerle tamamen hedef kitlenin istek ve beklentilerine göre şekillenir. Sosyal medya platformları neler olacak, sosyal medya içerikleri işitsel ve görsel olarak nasıl hazırlanacak, hikâye oluşumları mecralara göre nasıl konumlandırılacak, hedef kitlenin memnuniyeti nasıl ölçülecek, etkileşimli iletişim sağlanırken kod mesajlar neleri kapsayacak, sosyal medya kullanım amaçları neler olacak detaylı bir şekilde planlanır.

Bilgi amaçlı sunulan veriler zamanla etkin zamanların geçirildiği platformlara dönüşmüştür. Bireylerin sosyal medyayı kullanma amaçlarında eğlence, eğitim, bilgi edinme, etkileşim içerisinde bulunmak, iş faaliyetlerini gerçekleştirmek, gündemi takip etmek, güncel olaylara katılım sağlamak ve tıpkı bir muhabir gibi gözetim toplumu özelliklerini sergilemek sosyal medyada aktif katılımcı olunmasına neden olacaktır.

İletişim araçlarından en önemli mecra konumuna yükselen sosyal medya, kullanım imkanları ve hedef kitlenin bu alandan gelen bilgilere karşılıksız bir şekilde güveniyor olması, takip etmeyi ve ardından da kullanım sadakatini getirmektedir. Sosyal medya kontrol mekanizmalarını sağlayabilmek için sadece görsel alanlarda değil hedef kitlenin psikolojik ve sosyolojik olarak etkilenebileceği alanlara da yönelerek, mesajlarını bu detaylar üzerinden şekillendirecektir. Toplumsal birliktelik hareketini sağlayabilmesi için kişilerin bağımsız tekil olarak düşünmesi ait olma, aidiyet hissini sağlayabilmesi için bağımlılık sağlayacağı ve duygusal etkiler vereceği mesajlar çerçevesi ile davranışları kontrol edilmektedir.

Sosyal medyanın kullanıcıları üzerinde oluşturduğu psikolojik ve sosyolojik etkiler, sosyal medyanın nasıl kullanılacağını, tepki verilecek alanlarda nasıl toplu davranış

özelliği gösterileceğini belirleme gücüne de böylelikle sahip olacaktır. Kullanım gücünün ve özgürlüğünün sınırsız olduğu, zaman yönetiminin etkin bir şekilde kullanıldığı bu mecrada hedef kitlelerin bağımsız bir şekilde toplumsal hareket oluşumları göstermesine olanak sunmak kontrolsüzlüğü de sağlayacaktır. Sosyal medya kullanıcılarının içerik oluşturma kabiliyeti ve gücü, algoritmalar sayesinde sınırlandırılarak, kendileri ile aynı olan kişilerin olduğu alanlarda kontrollü olarak etkileşim içerisinde bulunmaları sağlanmaktadır.

Sosyal medya toplumsal yapı üzerinde psikolojik etkiler ve baskılarda oluşturmaktadır. Anlık toplumsal hareketlerin yapılması, kontrolsüz tepki verilmesi, toplumsal farkındalık hareketleri, sosyal medya bağımlılığı, gerçeklik algısının yitirilmesi, duygusal yoğunluğun sınırların dışında yaşanması sosyal medya mesaj ve etkileri sayesinde oluşmaktadır.

2. Sosyal Medya Bilinçsizliği

Sosyal alanlarda etkin vakit geçirmek, bilgi edinmek, etkileşimi artırmak, mecraların aktif kullanımı, kişisel tatmin sağlamakla birlikte hedef kitlede gündemi takip ediyorum bilincinin oluşmasına neden olmaktadır.

Modern üretim koşullarının hâkim olduğu toplumların tüm yaşamı devasa bir gösteri birikimi olarak görünür. Dolaysızca ya şanmış olan her şey yerini bir temsile bırakarak uzaklaşmıştır (Debord,1996;13). Yaşamın her bir görünümünden kopmuş olan imajlar, bu yaşamın birliğini yeniden kurmanın artık mümkün olmadığı ortak bir akışta kaynaşırlar. Kısmi olarak göz önünde bulundurulmuş gerçeklik, ayrı bir sahte-dünya olarak, salt seyrin nesnesi olarak, kendi genel birliğinde sergilenir. Dünyasal imajlardaki uzmanlaşma, aldatıcı şeyin hakikatle yüz yüze gelmekten kaçındığı özerkleşmiş imaj alanında kendini tamamlanmış bulur. Genel anlamda gösteri, yaşamın somut tersyüz edilişi olarak, canlı olmayanın özerk devinimidir (Debord,1996;13-14).

Kendini gerçekleştirme, bireysel sosyal hakimiyetinin kurulması, beklenen etki ve tepki oluşturma gücünün bireysele dönüşmüş olması, sosyal medyanın bilinçsiz kullanılmaya başlandığının bir göstergesidir. Gösteri, ne bir görüntü dünyasının suistimal edilmesidir, ne de imajların kitlesel yayılma tekniklerinin ürünüdür. Gösteri, daha ziyade somutlaşmış ve maddi olarak ifade edilen bir Weltanschauung'dur [dünya görüntüsü]. Bu, nesnelleşmiş bir dünya görüntüsüdür (Debord,1996;13-14).

Bu görüntüde iletişim yüz yüze, etkileşimli geri bildirim anın da alındığı, gürültü unsuru etkilerinin hızlıca düzeltildiği kod ve kod açmanın iletişim unsurları kategorisinde sağlanması ile etkin bir şekilde yürütülecektir. Gerçek zamanlı sağlanan bu iletişim yönü teknolojik unsurların toplumsal yaşam içerisinde yer almaya başlamasıyla sanal, gerçek zamanlılıktan uzak, mesafelerin olduğu zamansız mecralara yönelmiştir. Tecrit üzerine kurulu olan ekonomik sistem, döngüsel bir tecrit üretimidir. Tecrit tekniği yaratır ve bunun karşılığında da teknik süreç tecrit eder. Otomobilden televizyona kadar, gösteri sisteminin seçtiği bütün mallar aynı zamanda "yalnız kalabalıkların tecrit koşullarını sürekli olarak güçlendirmek üzere sistemin kullandığı silahlardır. Gösteri, kendi varsayımlarını her seferinde daha somut olarak yeniden keşfeder (Debord,1996;21) Gerçeklikten uzak yaşam alanlarının olduğu, hedef kitlelerin eksikliğini duyduğu duygusal boşlukların psikolojik ve sosyolojik olarak bir amaç doğrultusunda oluşturulan mesaj içerikleriyle oluşturulması bireylerin platformda geçirdikleri aktif zaman diliminin artmasına bir süre sonra da burada maruz kaldıkları mesaj manipülasyonunun farkında olmamalarına neden olacaktır.

Sosyal medya içerisinde oluşturulan içerikler hedef kitlenin tüm vaktini bu alanlarda geçirebilmesini sağlayacak içeriklerle donatılmıştır. Zaman yönetimi noktasında en büyük sorunu yaşayan kişiler, sosyal alanlarını yönetebilecek, fayda yarar sağlayacak kişisel jokerlere ihtiyaç duymaktadır. Kendi adına en iyi kararları alabilecek ve kendini özgür hissedebileceği alanlar yaratıldığı için birey kontrolsüz bir şekilde bu platformlarda yer almaktadır.

Kullanıcılar ihtiyacını duyduğu etkinlik sosyal yaşam platformlarını, kendisine sunan dijital dünyayı bilinçsizce kabul etmektedir. Bu sayede bu mecralarda geçirilen zamanın kontrolünü de kaybeden kişiler içeriklerinde farkında olmamaktadır. Sosyal medyanın bilinçsiz kullanımı ayırım yapılabilmek kabiliyetinin kaybolması ile ortaya çıkmaktadır.

Gerbner "Ekme Modeli" yaklaşımındaki gibi kişiler sosyal medya içerisinde bulunan olay ve olguları gerçek zannetme hissiyatı içerisine girmektedirler. Rol model olarak sunulan içerikler, karakterler, davranışların oluşturulması değiştirilmesi ve farkındalığın kaybolmasına neden olmaktadır. Bunu sağlarken genelleme yapmış olması kişilerin en ihtiyacını duyduğu içerikleri oluşturmuş olması sorgulama kabiliyetlerinin kaybolmasına neden olacaktır.

Yaşayan insanın gösterideki temsili olan ünlü kişi, olası bir rolün imajını kendinde toplayarak, aslında bu bayağılığı somutlaştırır. Ünlü kişi olmanın koşulu görünüşte yaşanmış olanda uzmanlaşmaktır; ünlü kişi fiilen yaşanmış olan üretken uzmanlaşmalardaki parçalanmayı telafi etmek zorunda olan derinliksiz ve görünür yaşamla özdeşleşme nesnesidir. Ünlü kişiler, çeşitli yaşam tarzlarını ve toplumun kavrayış tarzlarını canlandırmak için vardırırlar ve kendilerini global olarak ifade etme özgürlüğüne sahiptirler. Onlar, bu emeğin amaçlarıymış gibi olağanüstü bir şekilde üste çıkarılan yan ürünlerini -tartışma götürmez bir sürecin başında ve sonunda yer alan karar ve tüketimi, iktidarı ve tatilleri- taklit ederek toplumsal emeğinin ulaşılmaz sonucunu temsil ederler. Kâh, devlet iktidarı sahte-ünlü kimliğine bürünür; kâh, tüketimin ünlü kişisi, yaşanmış olanın üzerinde bir sahte iktidar olarak kendini seçtirir. Ancak ünlü kişinin bu etkinlikleri gerçekten global olmadıkları gibi çeşitli de değildir (Debord,1996;34-35).

Haber alma ve edinme ihtiyacı, gündemi takip etme arzusu kişilerin sosyal medyada geçirdikleri zaman dilimini artırmaktadır. Zaman yönetimi eksikliği platformda sunulan olguların kavramsal anlamlarının da gerçeklikten uzaklaşmasına neden olmaktadır. Sunulan içeriklerin hedef kitle üzerindeki etkisi sosyal medyada fazla zaman geçirilmesine, sosyal ilişkilerde araya mesafelerin girmesine ve sosyal yalnızlığa sebep olacaktır.

Sosyal medya bilinçsizliğinde, kullanıcıların en sık kullandıkları alanlar, ilgilendikleri içerikler kayıt altına alınarak bir algoritma oluşturulur. Bu sayede bireysel veri dökümleri oluşturulur. Kullanım alışkanlıklarının kayıt altında olması hedef kitlelerin sürekli aynı mesajlar ve içerikler maruz bırakılmasına neden olacaktır. Öyle ki içerikler belirlenirken, platformu kullanan kişilerde aynı özelliklerde sınırlandırılarak, sosyal medya kullanıcılarının farklılığı görmesi kontrollü bir şekilde engellenmiştir.

Kullanıcı davranışları oluşturulan bu detaylarla şekillenirken kişiler algoritmanın etkisinde olduklarını bilmemektedir. Sürekli ilgi alanlarına göre oluşturulan içerikler, aynı fikirde olunan kişilerin bir arada bulunması, sunulan içeriklere karşı düşünce oluşumunu engelleyerek böylelikle bilinçsizlik aşamalarını başlatmış olacaktır.

3. Sosyal Medya İçerik Manipülasyonları

Teknolojik yenilikler muhtemelen Sanayi Devrimiyle kıyaslanabilecek veya daha da kapsamlı- toplumsal değişiklikler getirmiştir. Artan otomasyon ve bilgisayarlaşma, hizmet endüstrilerinin yükselişi ve tüketici toplumunun gelişmesi günümüzde birçoğumuzun içinde yaşadığı toplumun şekillenmesine katkıda bulunmuştur. Bazı sosyologlar bunu modernite sürecinin bir devamı olarak görürken, bazıları da artık post modern, post-endüstriyel bir çağa girdiğimize inanmaktadır (Bourdieu,2017;15)

Sosyal medya içerik düzenleyicilerde bu durumda etkileyecekleri hedef kitlelerin tüm demografik, sosyolojik ve psikolojik bilgilerine sahiptirler. Manipülasyon içerisinde bulunan kullanıcılar verilerinin toplanmış olduğunun farkında olmadan algoritma içerisinde kendi sosyal hikayelerini verilen kodlar çerçevesinde oluşturmaya devam etmektedirler.

Sosyal medya içerik manipülasyonları, sosyal ağlarda paylaşılan her türlü içeriğin yapısını etkileme gücünü artırmak için, beklenen davranışın oluşturulması adına mesajları yanıltıcı hale getirebilir. Manipülasyonun amacı kullanıcıların düşüncelerini, bakış açılarını değiştirerek tutum ve davranış oluşumunun sağlanmasıdır. Kriz ve kaos ve karmaşa anlarında hedef kitle manipülasyona daha açık hale gelecektir. Toplu kitle davranış değişikliği sağlanması isteniyorsa, algı yönetimi tam da bu noktada devreye girerek propaganda ile yanlış bilgileri servis eder ve bilgileri yayar.

Hedef kitleye iletilecek olan bilginin içeriği, amaç ve kapsamı ve algı oluşturma konusundaki detayları ne ise mesaj etkisi o derecede olacak şekilde işitsel ve görsel unsurlarla desteklenerek servis edilir. Dezenformasyon bu noktada devreye girecektir. Kasıtlı bir şekilde yayılan yanlış bilgi, sosyal medya üzerinden verilen haberler, iletiler ve mesajlarla kitleleri yanıltmayı amaçlar. Amaç doğrultusunda hedef kitlenin dikkatini çekmek için abartılı konular, başlıklar, içeriği kanıtlanmamış metinler, sahte bot hesaplar hedef kitleyi manipüle ederler. Algıyı etkilemek için ürüne ait sayfalardan oluşturan yorumlara dayalı aslı olmayan bildirimler ve filtre balonları görüşleri etkilemede son derece başarılıdır.

Filtre balonları ve algoritmalar hedef kitleyi kısıtlı bir alanda tutarak manipüle eder ve nasıl davranış sergileyeceklerini belirler. Kullanıcıları ilgi alanları ve yönelimleri kayıt

altında tutulduğu için sadece belirli konularda görüşleri olması sağlanır. Odak noktası sadece dijital efekt ve mesajlarla oluşturulmuş platformlar olacaktır.

Sosyal medyanın bilinçsiz ve kontrolsüz kullanılması hedef kitle üzerinde potansiyel zararları ve bu zararlarında kitleler tarafından fark edilmiyor oluşu sistemin etkili çalışmasına olanak sağlamaktadır. Kod mesajların etkisinde olan kullanıcılar bu etkinin çoğu zaman farkında olmamaktadırlar. Kişilerin sosyal yaşamlarındaki yapıları demografik özellikleri, kültürel ve psikolojik yapıları etkilenme derecelerini farklılaştıracaktır. Sosyal medyada bilinçsizliğin en temel nedeni zamanı etkin kullanamamak ve zaman yönetimi yoksunluğudur. Kişiler dijital izleme ile gizlilik sorunları yaşayacaklarını bilemedikleri için mahremiyetin ihlal edilmesi riskini de taşıyacaklardır.

Sosyal medya bilgiye hızlı erişim imkânı verdiği için hedef kitle içeriklerin doğruluğundan emin olmadan yapılan paylaşımlardan etkilenmektedir. Sosyal alanlardaki güvensizlik, genelin kullandığı ve haber niteliğini özellikle bireylerin servis ediyor olması, haber muhabirini bizlerden biri haline getirdiği için katılımcılar buradan yayılan haberleri doğru olarak addetmektedir.

Bilinçsizlikte sanal ortamlarda yayılan bilgi ve içeriklerin doğru olduğunun düşünülmesi en yanıltıcı adımların başında gelmektedir. Ağ platformları içerisinde hedef kitleyi etkileyecek sayısız kod ve mesajlar kişilerin doğru ve yanlış ayırt etmesini zorlaştıran en büyük etkenlerin başında gelmektedir.

Popüler kültürde bireyleri etkileyecek ortak algoritmalar sayesinde kitle davranışları kolaylıkla oluşturulabilmektedir. Ve ardından sosyal medya davranışı dediğimiz karşılaştırmalı hayat detayları ortaya çıkararak özendirici görsellerle kişilerin takipleri artırılır. Sosyal medya bilinçsizliği tam da bu takip noktasında ortaya çıkacaktır. Kıyaslanan yaşam platformları bireylerin sosyolojik ve psikolojik duygu durumları üzerinde olumsuz yansımalar yaratacaktır.

Fark edilme ihtiyacı önceliği ile sosyal ağlarda kendini var etmeye çalışan bireyler bir süre sonra gerçeklik algısını da yitirdiği için sosyal medya da sunulan görselleri içselleştirerek orada kendilerine ilen kodların direk mesajları ile davranışlarını oluşturma eğilimi sergileyeceklerdir.

4. Sosyal Medya Davranışı ve Tüketim Kültürü

Sosyal medya davranışları kendi amaçları doğrultusunda etkileme gücüne sahiptir. Bunun için tüm işitsel görsel unsurlar, pazarlama, Pr yöntemlerini kullanır. Sunulan içerikler bireysel rol model oluşturacak ölçüde kuvvetli, vazgeçmeyi zorlaştıracak yönde alışkanlık ve ardından da sosyal medya bağımlılığı oluşturacak derecede kuvvetlidir.

Algoritmalar kişilere ve kitlelere özel içerikler sunarak bağımlılık adımlarını atar. Deneyim sunulan sekmeler, kişisel görüş belirtilen yorum alanları en etkili manipülasyon alanlarıdır. Geçmiş deneyimlere güven duyulması, canlı olarak kabul edilen bot yorumları kişileri olumlu yönde etkileyecektir. Platformlar takip oluşturabilmek adına etkileşim mesaj ve gönderileri ile iletişimi sürekli paylaşımlı ve canlı tutar. Bir süre sonra kişiler kendilerini bu mecralarda içerik üreticisi konumunda bulurlar.

Haber merkezleri artık kendileri olmuştur. Bilgi ve içeriklerin devamlı ve güncel olarak yenilenerek veriliyor olması sonsuz kaydırma ve takip davranışını oluşturur. Her kaydırma ile yeni içeriklerle karşılaşılması, yeni alan mecra hikayelerinin öğrenilmesini ve yorum yapılmasına neden olacaktır. Bu döngü davranışın tekrarlanmasına ve kişisel takip isteğinin oluşmasına neden olacaktır. Tıklanma ve takip noktasında geri kaldığını düşünen hedef kitle, gündemi takip edemediğini ve günceli yakalayamadığını düşünerek, öncelikle kendini baskılama davranışını sergileyecektir.

Geliyoruz yeniden kendimize ve insana. Maddesel dünyaya bağlı olduğumuz sürece, bu planın anayasasına da bağlıyız demektir. Bu nedenle, içinde yaşadığımız bu gerçeklik alemi (her ne kadar bunun bir yanılgı, bir suret ve hayal görüntüsü olduğunu bilsek de) reddetmek ya da ona sırt dönmek yanlış olur. Mademki, bu bedene büründük ve bu alemde görüldük, oyunu onun kurallarına göre oynamak zorundayız. Senaryoya uygun davranmak, yani bireysel iradeyi, evrensel kurallar ile bir etmek, bizi kısıtlamaz, tam tersine üzerimizdeki baskıyı kaldırır. Ancak, bu planın yasalarını bilmek ve onlarla (elverdiğince) uyum içinde olmak, tek bağlanılacak değer maddesel dünya olduğu anlamına gelmez. Asıl gerçekliğin farkında bulunmak, bizi daha bilgili, anlayışlı ve olgun kılar. Dünya üzerinde nasıl yaşanması gerektiği konusunda, bize yeni bir bakış açısı ve değişik bir perspektif kazandırır. Gerçekleşmesi bir ütopya gibi bile olsa, bizi "bütünsel gerçekliğe" doğru yönelmiş toplumsal yapılar kurmaya yöneltir. Böylece, dünyanın o çözemediğimiz karmaşıklığının arasında ezilmekten kurtuluruz. Eksik ve

mükemmellikten uzak oluş, bu nedenle de bize ancak "suret" olarak yansıyış, bir maddesel plan yasadır (Krischner,2004;12).

Sosyal medya takibini bireysel alanda artırabilmek için sosyal onay hissi yaratmak kullanıcılarla, onların seslendiği kitleleri bir araya getirerek iki tarafı da aslında kontrolü altına almaktadır. İçerik takibi sağlayabilmek için oluşturulan hikâyelerin nitelikleri de önemlidir. Kişilerden nelerden etkilenir, davranışlarını yönlendiren esas duyguları nelerdir. Tespit edilir. Duygusal tepkiler öncelikle davranışların şekillenmesinde ön plan çıkmaktadır.

Ait olma hissiyatı ve eksikliğini hissettiği duygusal boşluklar davranışların oluşumunu temelidir. Grup olma arayışı paylaşımların bireysel ifadelerine yer vermesi ve algoritmalar sayesinde, kendi ile aynı düşüncelere sahip olan kişilerle bir araya gelen kişiler, yorumlama ve farkındalık ve farklılık duygularından uzak bir şekilde tek alan mercekle içerikler üretmeye mecbur edilmektedir. Ve en önemlisi de bu paradigmanın farkında olunmamasıdır.

5. Nasıl Esir Oluyoruz?

İletişim karşılıklı bilgi alışverişi ile etkileşimli ve yüz yüze yapılan bir bilim alanıdır. Geri bildirim alanlarının olması ile istek ve beklentiler ölçülerek, gürültü unsurunun oluşturduğu boşluklar tespit edilerek, iletişim en baştan tasarlanarak kitlelere en doğru mesajlar verilir.

Teknolojinin gelişimi beraberinde zaman yönetimi kavramlarını getirmiştir. Sunduğu bilgilerle kolaylaştırması gereken alan, bilgi kirliliği ile, meşguliyeti olması gereken alanlardan tamamen sosyal medyanın gerçeklik algısından uzak hikayesel yaşamların içine çekmektedir.

Yüzeysellik, her zaman, kültürde anlamsızlık ve değersizlik demek olmayabilir. Değersiz diye nitelenen şeylerin, çözümlenmesi, semiyotik okuma düzeyinde kalmamalıdır. Bu açıdan bakıldığında postmodernizm, kültür eleştirmenlerinin metinde anlam aramayı bir tarafa bırakıp imgeler, değişik kültürel biçimler ve kurumlar arasında oynanan sosyolojik oyunlara gözlerini çevirmelerini sağlayan taze bir soluk gibidir (McRobbie,1999;11)

Yaşamsal alanları içinde tatmin edilemeyen duygu durum davranışları platformlarda tatmin edilmektedir. Sosyal ağlar hedef kitlenin boş zaman kavramlarını dolduracak

içeriklerle doludur. Boş zaman kavramları bir süre sonra olması gereken kişisel yönelim alanlarını da bu platformlarda zaman geçirme eğilimlerine yönlendirmiştir.

İnsanların çoğu, planlarını ve hayallerini gerçekleştiremeyince, kendilerini kabul ettirmek ve hedeflerine ulaşmak konusunda ümitsizliğe kapılır, hatta bu işten tamamen vazgeçerler. Ardından kendilerine acımaya ve bu başarısızlıkları nedeniyle başkalarını suçlamaya başlarlar. Bu yüzden dünyada, kendisine olan güvenini kaybetmiş bulunan birçok mutsuz insana rastlıyoruz. Bu türlü kişiler sürekli olarak, başka insanların onlara; neyi nasıl yapmaları, nasıl düşünmeleri, neleri satın alıp, neye ve kimlere inanmaları gerektiğini söylemelerini beklerler. Böylece, hiçbir eleştiride bulunmadan, kafalarını yormadan ve rahat bir biçimde, diğer insanların onları istedikleri gibi yönlendirmeleri ve yönetmeleri altında ya şar, giderler. Çünkü bu insanlar, manipülasyon denen olgunun (yani, etkileme ve yönlendirmenin), insanlar arası ilişkilerde ne denli önemli olduğunu bilmemektedirler (McRobbie,1999;18)

Alışkanlıklar bağımlılıklara ve sosyal medya kişisel mecra kontrollüne dönüşmüştür. Dopamin salınımı, sürekli bağlanma isteği, gündemi kaçırma korkusu, aidiyet hissi, onaylanma isteği, toplumsal baskı, kişisel imaj oluşturma istek ve kaygısı, tamamen özgür olarak yaratılan kişisel hikayeler, psikolojik etkiler, sosyolojik temalar, kaçış ihtiyaçları, sanal ortamda gerçek alanlarda yakalanamayan sosyal prestij oluşturma isteği esaretin en önemli sebeplerindendir.

6. Bilinçdışı Bakış ve Freud

Psikolojik etkilerin davranışlarımızı şekillendirdiği, eksikliklerin yön verdiğini sosyal alışkanlıkların bu yaklaşımla belirlendiğini ifade edebiliriz. Arayış ve kendini oluşturma, bireysel anlamda neyi aradığımızla örtüşmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ve bilinç oluşumunu incelerken insan unsurunu temeline net olarak bakmak gerekmektedir. Bir davranışın temelinde neler yatar. Kontrol dışı bağımlılık oluşturan kitlelerin bu davranışları sergilemelerindeki en temel nedenlerin ortaya çıkışında hangi duygunun eksikliğinin olduğunun tespit edilmesi. Bilinç kazanımı tekrar kişilere verilebilmesini sağlayacaktır. Mutlak bir gerçeklikten söz edebilmek ne kadar güçse, bir illüzyon üretiminden söz etmek de o kadar güçtür. Illüzyondan söz edebilmek imkansızdır, çünkü artık gerçek diye bir şey yoktur (Baudrillard,2018;38)

Yapısal teori insan ruhsal işlevini esas olarak bilinç ve bilinçdışı kavramlarıyla düşünen ve fenomenolojik açıdan çok daha “deneyime yakın” bir yaklaşım olan eski topografik kuramı bir kenara atmamış, genişletmiştir. Bununla beraber yapısal teori getirdiği birçok yeniliğe rağmen bazı sakıncalar da taşır. Bunlardan ilki yapısal teorinin jargonunun psikanalizin bilgi alışverişinde bulunabileceği komşu bazı biyolojik disiplinlerin dilinden kopuk olmasıdır. İlk metapsikolojik yaklaşımların dürtü, içgüdü, bilinç, bilinçdışı, duygu, fikirsel temsilci gibi kavramlarıyla konuşulduğunda biyoloji kökenli disiplinler nedendiğini, neden söz edildiğini anlamaya daha yatkındır; bu kavramlarla ifade edilen süreçlerin homo sapiens beyninin ne gibi işlevlerine denk düştüğü konusunda belli bir seviyede de olsa tartışma imkânı vardır. Halbuki yapısal teori ile özerk bir zihinsel aygıt modeli ortaya çıkmaya başlamıştır. Buna karşılık Kris, Rapaport, Erikson, Anna Freud ve özellikle Hartmann gibi bazı psikanalistler “organizma”, “uyum” vs. gibi biyolojik göndermeleri olan kimi kavramları korumakla beraber yapısal teorinin en azından bazı bakımlardan akademik psikolojinin diliyle uyumlu hale getirilebileceğini düşünmüş ve bu yönde çaba harcamıştır (Freud,2011;14)

Freud Etkisi psikoloji teorileriyle insan davranışlarının temelinde bilinçdışı dürtüler, çatışmalar, sosyal yaşam alanlarındaki konumlarının, sosyal medya kullanımını etkilediğini söylemektedir. Sosyal medya bu alanlardan hedef kitleyi tanımlayarak içerikleri üretmekte, psikolojik süreçlerini etkileyerek kullanım alışkanlıklarını derinlemesine şekillendirmektedir.

Bilinç altına itilen bastırılmış dürtü ve duygular çoğunlukla kontrol edilmesi zor olan ilkel dürtülerdir. Yaşamsal alan yazılı ve sözlü olan kurallar kişileri tavır olarak şekillendirir. Bu durumda tatmin edilmeyen dürtüler ego ve süper ego kavramları sosyal platformlarda kendilerine görünür bir alan bulmuş olurlar. Kullanıcıların bu davranışlarını gösterebilecekleri alanlarda sağlanan sosyal medya mecraları olacaktır. Kişilerin platformlarda agresif davranmalarının temel nedeni kendilerini tüm hatları ile gösterebilecekleri alanlar bulmuş olmalarıdır.

Görsel paylaşımlarıyla öz değerlerine kavuşan hedef kitle bilinç dışı istek beklentilerini kendi alanında verebilmesi, yeni bir kimlik, karakter oluşturmaya ve hikayeleşmesine neden olmaktadır. Kimlikler birer yansımadır. Kimliği oluşturan öge ve değerler ne ile beslendiyse, aktarılan da bu öğretilerin göstergeleridir.

Kendini gerçekleştirme ve birey olarak var olduğunu göstermek takdir edilmek, beğenilmek isteği sosyal medyada tıklanma ve beğeni sayılarının çokluğu ile ölçüldüğü için kişi değer bulabilmek adına her adımda daha fazlasını sunma ve alma isteği ile hareket edecektir. Bir süre sonra sosyal yaşamında kaçmış olduğu dürtüler, bu platformda da ortaya çıkacaktır. Ancak bu mecrada ilkel dürtüleri ile tatmin edilmeyen hisler ile hareket eden kullanıcı, artık daha yüksek tepkiler veren birine dönüşecektir.

Freud yaklaşımında süper ego toplumsal normları ve uyulması gereken kuralları ifade eder. Kabul edilebilir olmak için bu kurallara uyulması kişilerin kendilerini kısıtlamalarına neden olmaktadır. Toplumsal beklentilerin içerisinde de değerler, yargılar ve ahlak anlayışları vicdani olarak duyguların kontrolünü sağlar. Tüm bu baskılanmış hisler sosyal medyanın kullanıcılara sunmuş olduğu, kendi hikâye ve mecrasını oluşturma güç ve kabiliyetini sunması, baskılanmış kişiliklerden ayrışarak yeni kimlik oluşturulmasına izin vermektedir. Öz benliği artık kendi eliyle inşa ettiği maskeli kimlikleridir.

Bilinçdışına itilen her duygu yeni bir görünür maske ile sosyal medya ağlarında sunulur. Algoritmaların etkisi ile kendilerini eleştirebilecek ya da farklı düşünen kişilerle bir arada bulunmayan kullanıcı sunduğu içeriklerle özgürlüğünü ilan etmektedir. Katarsis kavramı sosyal medyada süreç olarak görünmektedir.

Sosyal medya bağlılığı ve bilinçsiz kullanımının en temel nedeni de sosyal karşılaştırmalar, yetersizlik hissi, güven problemleri ve ait olma hissiyatı ile gündemden geri kalma kaygısıdır. Bilinçsiz farkındalık ile öncelikle kişilerin oluşturulmuş bu sanal alanda geçirdikleri zaman dilimleri artırılır. Ardından duygusal etkileşim dönemi başlayacağı için her kullanıcı bağlılığı farklı bir duygusal isimle platforma yükleyecektir.

Sosyal medya tıpkı sosyal yaşamda olduğu gibi kendi kural ve silsilelerini belirler. Kişiler alan içerisinde sorgulamadan yer alırlar ve duygusal hareket ediyor olmaları bağımlılık duygusunu da beraberinde getirmektedir. Alışkanlıkla, merak duygusu ile başlayan ziyaretler bir süre sonra zorunluluğa ardından yaşam alanına dönüşerek kişileri bu mecrada esir etmektedir.

SONUÇ

Sosyal medya platformlarında kişisel takip algoritmaları ile kullanıcıların rutinleri takip altına alınarak sosyal davranış oluşturmaları sağlanmaktadır. Bazı durumlarda algoritmalar görünür olmaktadır. Bu farkındalık deşifre olduğunda sistem kendini koruyabilmek için hemen manipülasyon çalışmalarına başvurarak fark edilme yönünü başka bir gündem maddesine çevirmektedir. Böylece kullanıcılar sosyolojik, psikolojik ve davranışsal olarak etki altında kalarak davranış değişikliği oluşturabilir, kutuplaşabilir, agresyon gösterebilir.

Kontrol mekanizmaları davranışların bilinçli olarak birey tarafından tekrar yönetilebilmesini hedeflemektedir. Kişisel kontrol mekanizmaların farkındalığının sağlanması sosyal medya manipülasyon etkilerinin azalmasına neden olacaktır. Öncelikle davranış ve tutum değiştirmek, oluşturmak amacıyla gerçekliğini kaybetmiş platformlar olduğunun bilincine varmak, sosyal ağlarda geçirilen zaman dilimlerinin azaltılması, kişisel gelişimin geliştirilmesi kontrol adımlarının ilk aşamalarını oluşturabilir.

Sosyal alanların doldurulması boş zaman değerlendirilmelerin platformda geçirilen zamanlar olmaması bu alanlarda verilecek eğitimler kullanım kontrolü sağlayabilir. Medya okur yazarlığı en önemli alınması gereken eğitimlerin başında gelmektedir.

Toplumsal olarak platformların güvenliği için içerik kontrolünün sağlanması, fitrelerin uygulanması zararlı içeriklerin engellenmesi sosyal medya şiddeti ve söylemlerini yasal düzenlemelerle kişisel hakların güvenliği sağlanabilecektir.

Dijital okuryazarlık ve eğitim- kültür seviyelerine ilişkin sunulacak içerikler, demografik yapı özelliği baz alınarak oluşturulan bilinçlendirme çalışmaları, dezenformasyon ve manipülasyon etkilerinin azalmasına neden olacaktır. Sosyal medya kontrolü için gizlilik ayarları, kişisel zaman kontrolü, paylaşım içerik takibi ve kontrolünün sağlanması güvenlik açığının sağlanmasında etkin rol oynayabilir.

KAYNAKÇA

- Aranson, Wilson, A. (2012). Sosyal Psikoloji, İstanbul: Kaktüs Yayınları
- Aydoğan, F. (2011). Küresel Medya, İstanbul: Beta Yayınları
- Baudrillard, J. (2010). Tüketim Toplumu. (Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Baudrillard J. (2018). Simulakrlar ve Simülasyon, Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Darıcı S. (2015). Subliminal İşgal, İstanbul: Destek Yayınları
- Dağtaş, B. (2003). Reklâmı Okumak. Ankara: Ütopya Yayınları
- Debord G. (1996). Gösteri Toplumu ve Yorumlar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Finlayson, J. (2007). Habermas, Ankara: Dost Yayınları
- Freud, S. (2011). Haz İlkesinin Ötesinde Ben ve İd, İstanbul: Metis Yayınları
- Göksel A., Gültekin B. (2008). Medya Analizleri, İstanbul: Nobel Yayınları
- Guiraud, P. (1994). Göstergibilim, (Çev. Prof. Dr. Mehmet Yalçın) Ankara: İmge Yayınları
- Hogan, K. (2007). Gizli İkna Taktikleri, (Çev.Taner Gezer), İstanbul: Yakamoz Yayınları
- Kara, Özgen, T. (2012). Sosyal Medya, İstanbul: Beta Yayınları
- Krischner J. (2004). Manipülasyon Ama Nasıl, İstanbul: Arıtan Yayınları
- McRobbie A. (1999) Postmodernizm ve Popüler Kültür, Sarmal Yayınları
- Okay Ayla, A. (2005). Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, İstanbul: Der Yayınları
- Packart V. (2007). Çaktırmadan İkna, İstanbul: Mediacat
- Postman N. (1999). Televizyon Öldüren Cazibe, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Tood M., Sarah T., Weeks M., Hobbs M. (2007). Sosyoloji Kitabı, İstanbul: Alfa Yayınları
- Winch P. (2007). Sosyal Bilim Düşüncesi ve Felsefe, Ankara: Vadi Yayınları
- Yelkenli, A. (2006). Yalan Söylememek Mümkün Mü? İstanbul: Yakamoz Yayınları

Etik Beyan / Ethical Statement

Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.

It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Yazar(lar) / Author(s)

Türkan AYDOGAN

Finansman / Funding

Yazar bu araştırmayı desteklemek için herhangi bir dış fon almadığını kabul eder.

The author acknowledges that received not external funding support of this research.

Çıkar Çatışması / Competing Interests

Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

The author declares that he have no competing interests.