

Pandemide sosyal medya

Said Ercan



1981 yılında Bulancak'ta doğdu. İlköğretim ve liseyi Yalova'da okudu. 2004'te İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinden mezun oldu. Türkiye'nin çeşitli illerinde memurluk yaptı. 2008'de kamudan istifa ederek İstanbul'da özel bir bankanın dijital pazarlama bölümünde çalışmaya başladı. 2010'da sosyal medya üzerinden yayınlanan radyo programını hazırlayıp sundu. 2011'de sosyalmedyahaber.com'u kurdu. Halen özel bir ajansın yöneticisi ve Uluslararası Sosyal Medya Derneği (USMED) Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapmaktadır.

Türkiye "we are social" verilerine göre sosyal ağları dünyada en çok kullanan ilk 5 ülke arasında yer alıyor (1). Ocak 2020 raporunda 62,7 milyon internet kullanıcısı ve 54 milyon sosyal medya kullanıcısı ile nüfus penetrasyonunda dünya ortalamasının çok üstünde yer alıyor. Türkiye'de sosyal ağlara harcanan ortalama süre ise şöyle: İnternet 7 saat 29 dakika, sosyal ağlar 2 saat 51 dakika, televizyon 3 saat 4 dakika, müzik 1 saat 21 dakika ve oyun 58 dakika (2). Türkiye zaten dijital kullanımında üst sıralardaydı ama "evde kal (lockdown)" sürecinde dijital kullanım kat kat arttı.

Dünyayı tehdidi altına alan yeni koronavirüs birçok alışkanlığımızı da değiştirdi. Yollarda, kurumlarda, iş yerlerinde sosyal mesafe uyarısı var. Öncelikle buna "sosyal mesafe" değil, "fiziksel mesafe" denmesinin daha uygun olacağını düşünüyorum. Sloganımız haline gelmiş bir söylemimiz var: "Teması kes, iletişimi artır." Bizler sosyalleşmekten, iletişimden kopmayacağız, sadece fiziksel teması ortadan kaldıracacağız. Özellikle dijital teknolojiler de bu teorimizi güzel destekliyor. "Sosyal ağ söylemi, hayattaki sosyalliği bitiriyor ve sanal ağlara mı devrediyor?" diye düşünmeden edemiyor insan.

Pandemi sürecini evinde geçiren büyük-küçük, yaşlı-genç herkes teknoloji kullanımında çağ atladı. Artık, akıllı telefon kullanmasını bilmeyen yok

denecek kadar az. Herkes, görüntülü görüşme ve canlı yayınlar ile eşinin, dostunun, akrabasının halini hatırlıyor. Bunun olumsuz tarafları da yok değil. "Hayat normale dönünce bu kolaylık hayatımıza iyice yerleşir de bizler akraba ziyaretlerini, bayram ziyaretlerini, kültürümüzden gelen özlerimizi yitirir miyiz?" diye de korkmuyor değiliz.

Pandeminin bir plan olduğuna ilişkin birçok haber kaynağına ulaşılabilir. İnternet alanında pandemi sürecini anlamak için herkes her habere kulak kesildi. Bunların gerçek mi, komplo teorisi mi olduğunu zaman gösterecek ama şu da bir gerçek ki, pandemi sürecinde insanlar uygulamalı eğitime tabi tutuluyorlar. İnsanlar teknolojiyi, bedenlerinde, hayatlarında, gündelik yaşantılarında ve kültürlerinde iyice hissetmeye, içselleştirmeye başladılar. Geçtiğimiz Ramazan Bayramı'nda; insanlar telefon üzerinden bayramlaşırken operatörler saatlerce hizmet veremedi. Bunun tek nedeniyse yaşanan yoğunluktu... İnsanlar kısa sürede bu teknolojik imkanlardan faydalanmaya başladılar. Şu sıralar yeni normalleşme sürecinin içerisine girmiş durumdayız fakat buna rağmen işlerimizi çevrim içi hallediyor, toplantılarımızı video konferans uygulamaları üzerinden gerçekleştiriyoruz. Kesin bir şey diyemem ama bence bundan sonraki yıllarda da bu durum değişikliğe uğramayacak, dünya COVID-19'un getirdiği etkiyi üzerinden atamayacak ve kalıcı hale gelecek.

Sosyal Medya Kullanımı

İnsanların pandemi salgınından korunmak amacıyla evlerinde kalmaları, yeni uğraşlara yönelmesine neden olurken en çok da sosyal medyada zaman geçirmenin arttığını söylemek mümkün. Pandemi süreci öncesindeki kullanımlar ile sonrasındaki kullanım oranlarına bakıldığında, pandemi sonrasında bariz bir artış olduğu gözlemlenmiştir. Benzer şekilde İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Yeşim Güçdemir'in bir söyleşide dile getirdiği hususlar dikkat çekici. Değerli hocamız; "Pandemi sürecinde kullanıcıların sosyal medyada en çok koronavirüsten korunma, hasta ve ölüm oranlarını takip etmenin yanı sıra yemek, eğlence, egzersiz gibi içerikleri aradıkları görülüyor. Ayrıca Türkiye'de haber siteleriyle ilgili aramalar yoğunlukta. Koronavirüs haberleri başta olmak üzere, ekonomik gelişmelerin yanında birçok konuyu kullanıcılar yayıncı siteler aracılığıyla takip ediyor. Bu da haber sitelerindeki doğru haber ve bilgi akışının ne kadar önemli olduğunu ve kullanıcıların bilgi konusunda en çok bu alanları tercih ettiğini gösteriyor." diyor (3). Diğer taraftan bu dönemde sosyal medya kullanımında meydana gelen artış, büyük olumsuzluklarla dolu. Sosyal medya 20 yılı aşkın süredir hayatımızda bulunmasına rağmen son birkaç yıldır tehlikeli bir hal almaya başladı. Önceden, sosyal medyadaki insanlara güvenmek sorun teşkil ederken artık karşımızda gerçekten in-

san var mı, yok mu bilemiyoruz. Abartılı gerçek dışı haberlerin ve bilgi kirliliğinin, video ve sosyal medya yoluyla toplumda korku ve paniğe yol açarak, pandemi yönetimini zorlaştırması olarak ifade edilen “infodemi” kavramı da hayatımızda yerini aldı (4). Sosyal ağlar, korona ile 5G arasında bağlantı olduğuna dair girilen içerikleri kaldırma kararı aldı. 2020 ilk çeyreğinde “koronavirüs” Google ve Facebook ardından en çok aranan 3. kavram oldu (5). Yine “we are social” 2020 yılı 1. çeyrek raporuna göre Türkiye’den “EBA” araması dünya en çok arananlar sıralamasında 13. oldu.

Sosyal Medyadaki Tehlikeler

Kaşla göz arasında, kimse fark etmeden Dünya Sağlık Örgütü 2018’de Video oyun bağımlılığını ruhsal sağlık bozukluğu ilan etmişken (6) Nisan 2020 yılında yaptığı açıklama ile “evde kal” kapsamında dijital oyunları teşvik edecek bir açıklama yaptı (7). Bir anlamda oyun bağımlılığını meşrulaştırdı ve bozukluk olmaktan çıkardı. Bu süreçte Netflix gibi dijital TV platformları rekor artış yaptı. 2020 ilk çeyreğinde yaklaşık 16 milyon yeni abone ile tüm zamanların rekorunu kırdı (8). Özellikle Tiktok gibi sosyal medya uygulamalarının sonra dönemlerde türemesiyle kültür deformasyonundan hepimiz şikâyetçi olmamıza rağmen ciddi tedbirler alınmıyor. K-POP diye ortaya çıkan bir müzik türü var. Kore Popu denilen bu müziği Köle Popu olarak Türkçeleştirmek istiyorum. Son yıllarda özellikle 13-18 yaş arasındaki kız çocuklarının dinlediği bu müzik türü kapitalizmin tavan yaptığı, algı ve manipülasyonun zirvede olduğu bir sömürü yöntemi...

Aileler Çocuklarıyla Zaman Geçirmeli

Sosyal mesafe söyleminin doğru olmadığını bunun yerine fiziksel mesafe söyleminin getirilmesi gerektiğini vurgulamıştım. Bunun nedenini biraz daha detaylandırmak istiyorum. Aile içi sosyalleşmeden uzak kalan çocuklar kendilerine yeni sosyal mecralar edinmeye çalışıyorlar. Çünkü doğası gereği insan topluluk halinde yaşar, insan insana ihtiyaç duyar. Ailesi ile iletişim kuramayan çocuk da kendisini aramaya başladığı ergenlik dönemlerinde en saf duygularla bilmediği, akıl erdiremediği bir sanal komitenin içinde buluyor kendini. Z (zero) nesli her şeyi yeniden öğreniyor, onlara yazılım yükler gibi yeni sanal

dünyayı yüklüyorlar. Genel olarak erkek çocuklar dijital oyun, kız çocuklar ise müzik grupları etrafında toplanıyorlar. Bunlardan bir tanesi de K-POP dediğimiz müzik türü. Kore müziği olarak bilinen bu müzik türünün icra edenler Koreli gençler, arkasında ise büyük şirketler ve Kore devleti var. Bu genç starlar çok ağır sözleşmeler imzalayarak çalışıyor, aileleri ile görüşürmüyor, üstelik bunları yöneten şirketler ne isterse onları yapıyorlar. K-POP’un en çok bilinen grubu BTS’nin fan grubu, A.R.M.Y yani ORDU haline getiriliyor. Bağımlılık yaptığını ve sosyal medyayı etkili kullanarak onlara sanal bir kimlik verdiğini görmek mümkün, açtıkları canlı yayınları aynı anda 6 milyon kişi izleyebiliyor.

Son 1 yıl içinde 4 K-POP starı intihar etti, sektörün ağırlığı ve starlarını metalaştırması, davranışsal salgın olarak bu sanatçıların fanlarını da intihara meyilli hale getiriyor. Detaya inildiğinde ise aile çocuk ilişkisinin zayıflığı ortaya çıkıyor. Onları dijital yetimler haline getirenler yeni onları dünyaya getiren ebeveynleri olduğu görülüyor. Ebeveynler, “işlerim yoğun” bahanesinin ardına saklanıp dünyaya getirdikleri çocuklarına yeterli kadar zaman ayırıp mensubu oldukları toplumun kültür ve ananelerini öğretmezlerse Türk çocukları Kore hayranı olarak yetişecek ve kendi kültür kodlarından kopacaktır.

Öte yandan bu gruplarda akran zorbalığı da zirveye ulaşmıştır. Çocukların “stream kasmak” diye ifade edilen, o grupların videolarını izletmek ve her yere linkini atmak suretiyle popülerliğini artırmak amacına hizmet etmesi, aynı zamanda çocukların kullanıldığını da gösteriyor. Bu dev sanal fan gruplarında görebildiğimiz siber saldırıların yanı sıra bir de göremediklerimiz, henüz keşfedemediklerimiz var. Sosyal medya, teknoloji, dijitalizm... Bunlar önemli gelişimler ama hiçbir teknolojik gelişim doğal hayatımızdan daha lezzetli olamaz. Tüm bunları kontrollü kullanmayı bilirsek daha mutlu olacağız.

Sosyal Ağlar Pandemi Gündemini İyi Değerlendirdi

Bütün sosyal ağlar “koronavirüs bilgilendirme hattı” kurdu, ücretsiz olarak Sağlık Bakanlığına yönlendirme yaptı. Tüm sosyal ağlar ve fenomenler #evdekal kampanyasına destek verdi. Sağlık Bakanı sosyal medyasından süreci iyi

yönetti ve anlık bilgilendirmeler yaptı. Korona öncesi yaklaşık 250 bin takipçisi olan Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, Haziran 2020 itibarıyla Twitter’da 5,7 milyon Instagram’da ise 10 milyon kullanıcıya ulaştı (9).

Instagram: Pandemi sürecinde 5 yeni özellik sundu. İlk olarak müzik özelliği tüm kullanıcılara açtı. “teşekkür saati” özelliği ile korona süresinde özellikle sağlıkçılara moral desteği sağladı. Canlı yayın özelliğini Instagram tv için aktif hale getirdi (10).

Twitter: Sağlıkçılar için mavi tık (onaylanmış hesap) özelliğini aktif etti. Twitter’ın uluslararası araştırmacıların COVID-19 hakkındaki tweetlere ulaşmasını sağlayacak “koronavirüs kontrol paneli” özelliğini duyurdu.

Facebook: Facebook mesaj odası özelliğini açtı, Facebook live konukla yayın yapma özelliğini açtı.

Zoom: Korona süreci öncesi bilinmeyen zoom uygulaması, resmen rekor kırdı ve talebe yetişemez hale geldi. Uzaktan çalışma ve canlı konferanslar için kullanılan Zoom, 1 Haziran tarihi itibarıyla piyasa değeri 50 milyar doların üstüne çıktı (11).

Kaynaklar

- 1) <https://webrazzi.com/2020/02/03/we-are-social-digital-2020-raporunda-turkiye-ozelinde-one-cikanlar/> (Erişim Tarihi: 15.07.2020)
- 2) <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> (Erişim Tarihi: 25.05.2020).
- 3) <https://www.istanbul.edu.tr/tr/haber/prof-dr-gucdemir-kuresel-salgin-dijital-teknolojilere-bagimlilik-artirdi> (Erişim Tarihi: 18.06.2020).
- 4) <https://digitalage.com.tr/koronavirus-gunlerinde-dijital-yasam-infodemi-nedir/> (Erişim Tarihi: 04.06.2020).
- 5) <https://medium.com/@gamzenurluoglu/15-maddede-covid-19-etkili-we-are-social-nisan-2020-raporuna-g%C3%B6z-at%C4%B1n-40808a6fd9f2> (Erişim Tarihi: 04.06.2020).
- 6) <https://webrazzi.com/2018/06/19/oyun-bagimlili-gidunya-saglik-orgutu-terafindan-resmi-olarak-tanindi/> (Erişim Tarihi: 09.06.2020).
- 7) <https://hwp.com.tr/covid-19-dsoye-geri-vites-yaptirdi-134665> (Erişim Tarihi: 09.06.2020).
- 8) <https://www.bloomberght.com/netflix-pandemi-surecinde-rekor-buyume-kaydetti-2253863> (Erişim Tarihi: 11.06.2020).
- 9) <http://twitter.com/dfahrettinkoca> (Erişim Tarihi: 15.06.2020)
- 10) <https://www.instagram.com/dfahrettinkoca> (Erişim Tarihi: 15.06.2020)
- 11) <https://www.bloomberght.com/zoom-un-piyasa-degeri-50-milyar-dolarin-uzerine-cikarak-rekorkirdi> (Erişim Tarihi: 17.06.2020).