

En Sevdiğimiz Konu:
Kendimiz

En Sevdiğimiz Yer:
Sosyal Medya

Pınar Dünder [TÜBİTAK Bilim ve Teknik Dergisi



İnsan kendini ifade edebilmek için iletişimin en önemli bileşeni olan dile başvurur. Bilgi edinmek, duyguları paylaşmak, haber vermek, kısacası herhangi bir amaçla kendimizi ifade etmek için dilden yararlanırız.

Peki sayısız işlevi olan dili en sık ne için kullanıyoruz dersiniz? Kendimizden söz etmek için.



Önceki yıllarda yapılan bir araştırmaya göre, aslında insanların yaşamları boyunca bahsedebilecekleri sayısız konu olsa da en çok kendileri hakkında konuştukları tespit edilmiş.

Uzmanlara göre bunun altında basit bir neden yatıyor:

Kendisi hakkında konuşmak insana kendini iyi hissettiriyor.

Bununla ilgili olarak 2012'de *Proceedings of the National Academy of Sciences*'ta iki aşamalı bir çalışma yayımlandı. Çalışmanın ilk bölümünde 195 katılımcıdan sırasıyla kendilerinin ve başkalarının fikirleri ve kişilik özellikleri hakkında konuşmaları istendi. Bu sırada fMRI (fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme tekniği)

yoluyla her birinin beyinde gerçekleşen sinirsel etkinlik gözlemlendi. Böylelikle kişinin beyinde iki farklı konuda konuşurken oluşan sinirsel etkinlikleri karşılaştırmak mümkün olacaktı. Sonuçta katılımcıların kendileriyle ilgili konuştukları sırada, beyindeki üç bölgede yoğun bir sinirsel etkinlik olduğu gözlemlendi.

Kendimizle ilgili bir şey paylaştığımızda beynimizin hazla ilişkili olan bölümü harekete geçiyor.

Bu bölge aynı zamanda güzel bir yemek yediğimizde ya da para kazandığımızda güçlü bir şekilde tepki veren bölge.



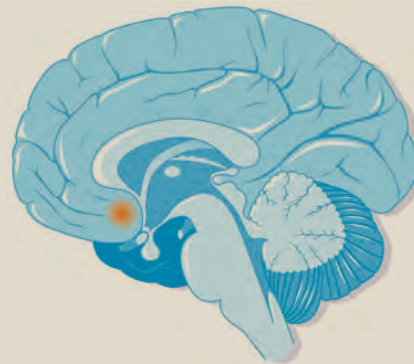


Bu bölgelerden biri, daha önce yapılan arařtırmalarda da kiřinin kendiyile ilgili bir Őey dūřünürken etkin olduđu tespit edilen medial prefrontal korteksti (prefrontal korteksin ić yūzū). Ancak etkinlik gōrūlen diđer iki bōlge, daha önce insanın kendisi hakkında dūřünmesiyle hić iliřkilendirilmediđi ićin arařtırmacıları Őařırtmıřtı. Bunlar mezolimbik dopamin sisteminin parćaları olan nūkleus akūmbens (NAcc) ve ventral tegmental alandı (VTA). Bu bōlgelerin önemi güzel bir yemek yemek gibi, insana zevk veren eylemlerin ardından duyulan hazla iliřkili olmalarıydı.

Ancak bu haliyle ćalıřmada en az bir soru yanıtız kalyordu. Katılımcıların aldığı haz duygusuyla ilişkili olan sinirsel tepki, kişinin kendini başkasına anlatmasının mı yoksa kendisi hakkında dūřünmesinin mi sonucuydu?

Arařtırmacılar bu durumu netleřtirmek ićin ćalıřmanın ikinci ařamasına gećti. Aynı katılımcılardan

bu kez laboratuvara bir arkadaşlarını da getirmeleri istendi. Onlar fMRI makinesine bağlı halde soruları yanıtlarken arkadaşlarının yan odada beklemesi istendi. Tıpkı ilk aşamada olduğu gibi katılımcılara kendilerinin ya da bir başkasının dūřünce ve tutumları hakkında sorular soruldu. Ancak her soru öncesinde katılımcılara, verdikleri cevapların yan odadaki arkadaşlarıyla paylaşılıp paylaşılmayacağı haber verildi. Araştırmacılar, söyledikleri Őeyleri o sırada bir başkasının



Turuncu bōlge nūkleus akūmbens

duyup duymayacağına dair bilgisi olan katılımcıların beyinlerinde iki farklı durumda nasıl bir sinirsel etkinlik olacağını merak ediyordu.

Tahmin edildiği üzere, ćalıřmanın ilk aşamasında olduğu gibi, kendileri hakkındaki soruları yanıtladıkları zaman katılımcıların beyinlerinin güdülenme ve hazla ilgili bōlgelerinde (örneğin NAcc ve VTA) daha fazla hareket gözlenmişti. Söyledikleri arkadaşlarıyla paylaşıldığında ise söylediklerinin gizli kaldığı duruma göre daha yoğun bir etkinlik olduğu gözlenmişti. Yani kişinin hem kendisi hakkında konuşması hem de konuşurken söylediklerini birinin duyması, ilgili mekanizmayı harekete gećiriyordu. En yoğun etkinlik ise ikisi birden yapıldığında gerćekleřiyordu. Buna göre, insanlar belki de söz konusu hazzı yaşamak ićin kendileri hakkında konuşmaya başka hić bir konuya olmadığı kadar fazla yōneliyor, bunu da özellikle çevrelerinde başkaları varken yapıyorlardı.

Sanal Ortamı Neden Daha Fazla Tercih Ettiğimize Gelince...

Her şeyden önce, bilgisayar yoluyla iletişime geçmenin bazı pratik yönleri var. Örneğin başkalarıyla yüz yüze iletişim halindeyken o kişinin zihninden geçenlere ilişkin çıkarımlar yaparız. Yüz yüze iletişimin önemli bir parçası olan mimik ve jestler de bu çıkarımlarda rol oynar. Ancak bu, duygusal ve bilişsel olarak fazladan bir çaba gerektirir, farkında olmasak da bizi zihinsel olarak yorar. Oysa bilgisayar karşısında böyle bir çaba göstermeye gerek kalmaz. Karşımızdaki kişinin yüzünü görmediğimiz için o sırada aklından ne geçtiğini ve sözlerini hangi niyetle söylediğini tahmin etmek zorunda kalmayız. Bu da iletişimin bizim için çok daha basit ve zahmetsiz olmasını sağlar.

Bu tespit, yıllar önce *Science* dergisinde yayımlanan bir araştırma kapsamında kullanılan ulti-matom oyunu ile de desteklenmiş. Bu oyunda iki oyuncudan birine bir miktar para veriliyor ve bu parayı karşısındaki oyuncuyla paylaşması isteniyor. Paranın ne kadarını diğer oyuncuyla paylaşacağı ise tamamen ona kalmış. Eğer ikinci oyuncu, birinci oyuncunun teklifini kabul ederse ikisi de kendilerine düşen parayı alıp gidiyor. Ancak ikinci oyuncu teklifi kabul etmezse oyun kimse para alamadan bitiyor.

Araştırmacılar ulti-matom oyununu bir grup katılımcıya hem gerçek bir insanla hem de bilgisayarla oynatmış. Araştırma sonucunda katılımcıların bir insanla oynarken adil olmadığını düşündükleri para miktarlarını (genellikle tüm paranın %30'undan daha az olan miktarı), bilgisayarla oynadıkları duruma göre daha fazla reddettiği gözlenmiş. Bu da karşımızda gerçek biri varken daha duygusal tepkiler verdiğimizizi gösteriyor. Sanal ortamda kurduğumuz iletişim belki de bizi bu zahmetlerden ve yorucu duygusal tepkilerden kurtarıyor.

Sosyal medyada duygularımızı ve tavrımızı yalnızca emojiler ve noktalama işaretleri yoluyla da yansıtıyoruz. Üstelik hemen o saniyede gözlerini bize dikmiş biri yokken, kendimizi istediğimiz biçimde ifade edebilmek için gerekli olan zamana da sahibiz. Bu durum, o an nasıl görünmek istiyorsak kendimizi öyle yansıtma-mıza da olanak sağlıyor. Örneğin yıllar önce annesiyle mesajlaşırken çok iyi olduğunu yazan, gü-lücük emojileri atan bir genç, bu mesajlaşmanın olduğu gece intihara teşebbüs etmiş ve arkadaşlarından alınan bilgiye göre aslında o sırada depresyonda olduğu anlaşılmıştı.

Uzmanlar karşımızdaki insanın jest ve mimiklerinin, onun gerçekte ne demek istediğini ya da nasıl hissettiğini anlamamızda önemli rol oynadığını söylüyor.

Sosyal Medyada Durum Nasıl?

İnsanın kendisi hakkında konuşma merakı, söz konusu sosyal medya olduğunda çok daha belirgin. Öyle ki, insanlar yüzyüze yaptıkları konuşmaların ortalama %60'ında kendilerinden bahsederken Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformlarında bu oran %80'e çıkıyor.

İletişim kurmak için illa yan yana gelmek zorunda olmadığımız günümüzde yazma eylemi iletişimin en önemli parçası. Yazmak deyince akla hemen mesajlar ve mesaj yazmanın başlıca ortamları olan akıllı telefon uygulamaları ve sosyal medya geliyor. İnsanlar bir konu hakkındaki düşüncelerini, o sırada ne yaptıklarını, hangi kitabı okuduklarını, kime kızdıklarını, kimi sevdiklerini, hangi etkinliğe gittiklerini hatta ne yediklerini bile birkaç saniye içinde istedikleri kişilerle paylaşabiliyor. Aynı evde yaşayan iki insanın dahi birbi-



Sosyal medyada kendisiyle ilgili bir durumu paylaşma öyle bir hal alabiliyor ki işlediği suçu paylaşanlar oluyor. ABD’de bir genç, bir polis arabasından benzin çalarken çekilmiş fotoğrafını sosyal medyada paylaşmış, daha sonra tutuklanmıştı.



riyle sosyal medya üzerinden iletişim kurduğuna tanık olabiliyoruz.

Yukarıda sözünü ettiğimiz, kişinin kendi hakkında konuşmasının ve söylediklerinin bir başkası tarafından duyulmasının verdiği haz bir yana, sosyal medyada yaptığı paylaşımlara başkalarının tepki verip vermemesi de kişinin kendini nasıl hissettiği konusunda önemli bir etken. Örneğin 2015’te *Social Influence*’ta yayımlanan bir çalışmada katılımcuların bir bölümünün 48 saat boyunca Facebook’ta bir şey paylaşmasına izin verilmezken diğer gruba böyle bir kısıtlama getirilmemiş. Bu deneyin öncesinde ve sonrasında ise katılımcılara, nasıl hissettiklerine dair ipuçları veren bazı testler uygulanmış.

Testler sonucunda elde edilen verilere göre Facebook’ta bir şey paylaşmayanların -bu çalışmayı yapan bilim insanlarının kullandığı kriterlere göre- anlamlı bir sosyal hayata sahip olma ve aidiyet gibi ihtiyaçlarının daha az karşılandığını düşündükleri

gözlenmiş. Laboratuvar ortamında gerçekleştirilen ikinci çalışmada ise araştırmacılar bu kez Facebook’ta durum güncellemesi yapan grubun hesaplarında bir ayarı değiştirerek başkalarının bu güncellemelere yanıt vermesine engel olmuş. Kimseden bir tepki alamayan bu katılımcıların -diğer katılımcı grubundakilerde gözlenenlere ek olarak- özsayılarında düşüş olduğunu düşündüklerine işaret eden veriler elde edilmiş.

Uzmanların belirttiğine göre sosyal medya paylaşımlarına herhangi bir yanıt, yorum almayan kişiler, kimsenin onların paylaşımıyla ilgilenmediğini ve önemsenmediklerini düşünüyor. Bu nedenle grup aidiyeti duyguları güncellemelerine tepki verilen kişilerinkinden daha düşük oluyor. Bu da özsayıyı zedeliyor, eksiklik ve tatminsizlik hissi doğuruyor.

Kendinden bahsetmenin, verdiği hazzın yanı sıra toplumsal bağları güçlendirmek, bilgiyi paylaşmak ve “ideal ben”i başkalarına göstermek

gibi pek çok amacı olabilir. Ancak görünen o ki asıl önemli olan, söylediklerinizi birilerinin duyup duymaması ve bunlara tepki verip vermemesi. ■

Kaynaklar

Sanfey, A. G. ve ark., “The neural basis of economic decision-making in the ultimatum game”, *Science*, Cilt 300, Sayı 5626, s. 1755-1758, 2003. 10.1126/science.1082976

Tamir, D. I. ve Mitchell, J. P., “Disclosing information about the self is intrinsically rewarding”, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Cilt 109, Sayı 21, s. 8038-8043, 2012. www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1202129109

Tobin, S. J. ve ark., “Threats to belonging on Facebook: lurking and ostracism”, *Social Influence*, Cilt 10, Sayı 1, s. 31-42, 2015. <https://doi.org/10.1080/15534510.2014.893924>

<http://marketing.wtwhmedia.com/new-harvard-study-shows-why-social-media-is-so-addictive-for-many/>

<http://mashable.com/2012/04/19/facebook-police-gas-arrest/#Y1v7dqWZbZqg>

<https://www.psychologytoday.com/blog/behind-online-behavior/201408/the-psychology-behind-social-media-interactions>

<https://www.scientificamerican.com/article/the-neuroscience-of-everybody-favorite-topic-themselves/#>

<https://www.shutterstock.com/blog/the-psychology-behind-why-we-share-on-social-media>