



**Socail Sciences**

ISSN: 1308 7444

Article ID: 3C0197

Status : Research Article

Received: 19.06.2026

Accepted: 25.10.2026

**Şule Yenigün Altın**

Bingöl University, syenigun@bingol.edu.tr, Bingöl-Türkiye

|                      |                                                                                                                 |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DOI                  | <a href="http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2026.21.4.3C0197">http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2026.21.4.3C0197</a> |
| ORCID ID             | 0000-0002-5637-8737                                                                                             |
| Corresponding Author | Şule Yenigün Altın                                                                                              |

## SOSYAL İKİLEM BELGESELİNDE DİJİTAL GERÇEKLİĞİN İNŞASI

### ÖZ

Bu çalışmada, 2020 yılında yayımlanan *The Social Dilemma* belgeselinde sosyal medya gerçekliğinin nasıl inşa edildiği eleştirel söylem analizi perspektifinden incelenmiştir. Çalışmanın amacı, belgeselde sosyal medya platformlarının, kullanıcıların ve platform-kullanıcı arasındaki güç ilişkilerinin nasıl temsil edildiğini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda belgeselde yer alan uzman görüşleri, eski teknoloji çalışanlarının anlatıları, dramatize edilmiş sahneler analiz edilmiştir. Bulgular, sosyal medya platformlarının tarafsız iletişim araçlarından ziyade kullanıcı davranışlarını izleyen, öngören ve yönlendiren ekonomik yapılar olarak temsil edildiğini göstermektedir. Kullanıcıların ise hem manipülasyona açık özneler hem de platformların ekonomik değer üretmesini sağlayan veri kaynakları olarak konumlandırıldığı görülmektedir. Belgeselde algoritmalar, bireysel tercihleri ve toplumsal süreçleri etkileyen güç mekanizmaları olarak sunulmaktadır. Çalışma, belgeselin sosyal medya olgusunu teknoloji, ekonomik çıkar ve güç ilişkileri bağlamında anlamlandırdığını ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** The Social Dilemma, Sosyal Medya, Eleştirel Söylem Analizi, Dijital Platformlar, Gözetim Kapitalizmi

## THE CONSTRUCTION OF DIGITAL REALITY IN THE DOCUMENTARY THE SOCIAL DILEMMA

### ABSTRACT

This study examines how the reality of social media is constructed in the 2020 documentary *The Social Dilemma* from the perspective of critical discourse analysis. The study aims to reveal how social media platforms, users, and the power relations between platforms and users are represented in the documentary. To this end, expert opinions, narratives of former technology industry employees, and dramatized scenes presented in the documentary were analyzed. The findings indicate that social media platforms are represented not as neutral communication tools, but as economic structures that monitor, predict, and shape user behavior. Users, in turn, are positioned both as subjects vulnerable to manipulation and as sources of data that enable platforms to generate economic value. Algorithms are portrayed as mechanisms of power that influence individual choices and broader social processes. The study demonstrates that the documentary frames the phenomenon of social media within the interconnected contexts of technology, economic interests, and power relations.

**Keywords:** The Social Dilemma, Social Media, Critical Discourse Analysis, Digital Platforms, Surveillance Capitalism

### How to Cite:

Yenigün Altın, Ş., (2026). Sosyal ikilem belgeselinde dijital gerçekliğin inşası. *Social Sciences*, 21(4):33-43, DOI: 10.12739/NWSA.2026.21.4.3C0197.

## 1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Eleştirel bir perspektiften değerlendirildiğinde, sosyal medya, kullanıcı verilerini metalaştıran ve tüketim odaklı bir yapıya sahip kapitalist bir platform olarak öne çıkmaktadır [1]. Casilli ve Posada'ya göre bu platformlar "tarafsız algoritmalar" söylemiyle aslında kullanıcılar üzerindeki güç ilişkilerini örtbas etmekte; hangi bilgilerin dolaşıma gireceği ve ekonomik değerin nasıl dağıtılacağı gibi belirleyici kararlar, platform sahiplerinin siyasi tercihleriyle şekillenmektedir [2]. Bu nedenle platformların şeffaf, denetlenebilir ve toplumsal sorumluluk taşıyan yapılar hâline gelmesi gerektiği ifade edilmektedir. Fuchs (2014) dijital platformların yalnızca iletişim ortamından ibaret olmadığını, sınıfsal eşitsizliklerin ve kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden üretildiği ekonomik yapılar olduğunu vurgulamaktadır [3]. Clough ise dijital emeğin artık yalnızca üretim alanına özgü olmadığını ve gündelik yaşamın tamamına yayıldığını ileri sürmektedir [4]. Platformlar, bu yaşam süreçlerini veri ve ölçüm sistemleri aracılığıyla ekonomik değere dönüştürerek biyopolitikanın ötesinde yeni bir dijital kontrol ve emek rejimi oluşturmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya geleneksel kitle iletişim araçlarının sağlayamadığı olanakları da beraberinde getirmektedir. Marjinalleştirilmiş ve baskı altındaki topluluklar, bu platformlar aracılığıyla seslerini duyurma, örgütlenme ve kolektif farkındalık oluşturma imkânı bulmaktadır [1]. Bu yönüyle sosyal medya, bilinçli ve sorumlu kullanıldığında sosyal, ekonomik ve politik sorunların görünür kılınmasında dönüştürücü bir potansiyel taşımaktadır.

Kavramsal düzeyde sosyal medya, internet tabanlı bir yapı olarak asenkron sosyal etkileşimleri mümkün kılan ve temel değerini bireyler arası iletişimden alan bir platform olarak tanımlanmaktadır. Bayer ve arkadaşlarına göre teknolojik gelişmelerin hızla değişmesi nedeniyle gelecekteki platformları öngörmek güçleşmekte, Snapchat gibi geçici içerik üreten mecralarda elde edilen bulguların kalıcılığı da tartışmalı hâle gelmektedir [5]. Bu durum sosyal medya araştırmalarının geçici görünebileceği yönünde bir eleştiri doğurmaktadır. Bu bağlamda Goffman'ın benlik sunumu kuramı, dijital ortamdaki kimlik performanslarını çözümlemeye önemli bir teorik zemin sunmaktadır [6]. Bireyler sosyal bağlama göre benliklerinin özelleştirilmiş versiyonlarını sergilemekte ve bu performans dijital mecralarda hem genişlemekte hem de dönüşmektedir.

Bu bağlamda 2020 yılında Netflix tarafından yayımlanan The Social Dilemma (Sosyal İkilem) adlı belgesel, söz konusu tartışmaların popüler kültüre yansımalarının en çarpıcı örneklerinden birini oluşturmaktadır [7]. Jeff Orlowski'nin yönetmenliğini üstlendiği yapım; Google, Facebook ve Twitter gibi teknoloji devlerinin eski çalışanlarının itiraflarına, dramatize sahneler ve uzman görüşlerine dayalı karma bir anlatı formatı benimsemektedir. Belgesel, sosyal medya platformlarını bireysel bağımlılık üretmek, kutuplaşmayı derinleştirmek ve demokratik kurumları zedelemek üzere bilinçli biçimde tasarlanmış sistemler olarak sunmaktadır. Bu çalışma, The Social Dilemma belgeselinin sosyal medya platformlarını hangi çerçeveler aracılığıyla temsil ettiğini ve bu çerçevelerin hangi ideolojik söylemleri ürettiğini sorunsallaştırmaktadır. Dijital medya eleştirisi alanında giderek büyüyen literatüre katkı sağlamayı hedefleyen çalışma, belgeselin ürettiği anlamların görünür kılınması bakımından özgün bir analitik perspektif sunmayı amaçlamaktadır.

## 2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Bu çalışma, The Social Dilemma belgeselinde sosyal medya gerçekliğinin ekonomik çıkarlar, güç ilişkileri ve kullanıcı davranışları arasındaki bağlantılar üzerinden nasıl inşa edildiğini

ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Mevcut çalışmalar belgeseli temsil, algoritmalar, genç kullanıcılar ve ideoloji gibi farklı açılardan ele almış olmakla birlikte, bu çalışmada platformların, kullanıcıların ve algoritmik sistemlerin aynı söylemsel yapı içerisinde nasıl konumlandırıldığı eleştirel söylem analizi perspektifinden incelenmektedir. Ayrıca çalışma, belgeselde bireysel sorunlar ile toplumsal sonuçlar arasında kurulan söylemsel bağlantıya odaklanmaktadır. Bağımlılık, manipülasyon ve psikolojik etkiler ile dezenformasyon, kutuplaşma ve demokratik süreçler arasındaki ilişkinin nasıl kurulduğu incelenerek belgeselin dijital gerçekliği hangi anlamlandırma biçimleri üzerinden sunduğu ortaya konulmaktadır.

**Önemli Noktalar (Highlights):**

- The Social Dilemma belgeselinde sosyal medya platformlarının ekonomik ve teknolojik güç mekanizmaları olarak nasıl temsil edildiği ortaya konulmaktadır.
- Kullanıcıların hem manipülasyona açık özneler hem de veri ve dikkatleri ekonomik değere dönüştürülen kaynaklar olarak konumlandırılma biçimleri incelenmektedir.
- Algoritmik yönlendirme, veri temelli ekonomik model ve bireysel-toplumsal sonuçlar arasındaki söylemsel ilişkiler eleştirel söylem analizi çerçevesinde değerlendirilmektedir.

**3. THE SOCIAL DILEMMA BELGESELİ ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALAR  
(STUDIES ON THE DOCUMENTARY THE SOCIAL DILEMMA)**

The Social Dilemma belgeseli, yayımlandığı tarihten itibaren sosyal medya, algoritmalar, gözetim, mahremiyet ve kullanıcı davranışları bağlamında farklı araştırmalara konu olmuştur. Atuk, belgeseli medya, temsil ve ideoloji bağlamında nitel içerik analizi yöntemiyle incelemiş ve belgeselin dijital teknolojiler ile özellikle sosyal medyanın birey ve toplum üzerindeki etkilerini eleştirel bir anlatı içerisinde sunduğunu ortaya koymuştur [8]. Benzer biçimde, Rahmadani (2022) The Social Dilemma belgeselinde sosyal medya algoritmalarının nasıl çerçevelendiğini William A. Gamson ve Andre Modigliani'nin çerçeveleme modeli üzerinden incelemiştir [9]. Araştırmada sosyal medyanın bağımlılık, manipülasyon ve kullanıcı davranışlarının yönlendirilmesiyle ilişkilendirildiği ortaya konulmuştur. Liang ve Lim (2024) ise The Social Dilemma'nın afiş ve fragmanlarını sosyal göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelemiş ve belgeselin tanıtım materyallerinde gençlerin sosyal medya şirketleri tarafından yönlendirilen ve manipülasyona açık kullanıcılar olarak temsil edildiğini ortaya koymuştur [10]. Araştırmacılar, bu temsil biçiminin gençlerin sosyal medya kullanımındaki etkinlik ve özne olma kapasitelerini geri plana itebildiğine dikkat çekmektedir. Bu çalışmalar birlikte değerlendirildiğinde, The Social Dilemma belgeselinin sosyal medya ve dijital teknolojilerin bireyler üzerindeki etkilerinin yanı sıra algoritmik yönlendirme, manipülasyon, temsil ve ideoloji gibi boyutlar üzerinden ele alındığı görülmektedir. Bununla birlikte, mevcut çalışmaların farklı kuramsal ve yöntemsel yaklaşımlara odaklandığı, belgeselin sorunları hangi unsurları seçerek öne çıkardığı, bu sorunları hangi nedenlerle ilişkilendirdiği ve hangi çözüm önerilerini görünür kıldığına ilişkin çerçeveleme süreçlerinin ise farklı bir analitik düzlem sunduğu görülmektedir.

**4. DİJİTAL KAPİTALİZM VE GÖZETİM EKONOMİSİ  
(DIGITAL CAPITALISM AND THE SURVEILLANCE ECONOMY)**

Dijital kapitalizm kavramı, geleneksel kapitalist üretim ilişkilerinin dijital teknolojiler aracılığıyla yeniden yapılandığı ekonomik ve toplumsal düzeni tanımlamaktadır. Bu kavramın kuramsal

temelleri, birbirini tamamlayan birkaç temel perspektif üzerinde yükselmektedir. Gözetim kapitalizmi kuramının en kapsamlı çerçevesini Shoshana Zuboff ortaya koymuştur [11]. Zuboff'a göre Google ve Facebook gibi platformlar, kullanıcı davranışlarını ham madde olarak toplayıp işlemekte ve bu veriyi davranışsal tahmin ürünlerine dönüştürerek reklam piyasalarında satmaktadır. Bu süreç, yalnızca kişisel verilerin ticarileştirilmesiyle sınırlı kalmamakta bireylerin gelecekteki davranışlarını öngörme ve yönlendirme kapasitesini de kapsamaktadır. Zuboff bu yapıyı, insanlık deneyiminin sermayeye dönüştürüldüğü tarihsel olarak benzersiz bir ekonomik mantık olarak nitelendirmektedir [11]. Buckingham ise dijital kapitalizmi medya eğitimi perspektifinden ele alarak ekonomik sonuçlar yanında kültürel ve pedagojik sonuçlar doğurduğunu ileri sürmektedir [12]. Yazara göre günümüz medya ortamı, küçük sayıda tekelin egemenliğinde şekillenmekte; bu şirketler geleneksel medya kuruluşlarının aksine içerik satmak yerine veri toplayıp satarak faaliyet göstermektedir. Buckingham, dijital teknolojiyi salt fırsat ya da risk ekseninde değerlendiren ikili bakış açısının meseleyi aşırı basitleştirdiğini ve dijital kapitalizmin yapısal dinamiklerini görünmez kıldığını öne sürmektedir.

Dikkat ekonomisi perspektifinden Tim Wu, insan dikkatinin tarihsel süreç içinde nasıl metalaştığını incelemiş ve dijital platformların bu sürecin en ileri aşamasını temsil ettiğini savunmuştur [9]. Wu'ya göre reklamcılığa dayalı iş modeli, platformları kullanıcı dikkatini azami düzeyde tutmaya zorlamakta ve bu durum algoritmik tasarımı kaçınılmaz olarak bağımlılık yaratıcı bir niteliğe büründürmektedir. Bu kuramsal perspektifler bir arada değerlendirildiğinde dijital kapitalizmin üç temel boyutu öne çıkmaktadır. İlk olarak, ekonomik boyutta kullanıcı verisi ve dikkati platformların temel gelir kaynağına dönüşmektedir. İkinci olarak, siyasi boyutta algoritmik sistemler kamuoyu oluşumunu ve demokratik katılımı doğrudan etkilemektedir. Üçüncü olarak, kültürel boyutta platformların yarattığı bilgi ve iletişim ortamı bireylerin kimlik inşasını ve toplumsal ilişkilerini dönüştürmektedir. The Social Dilemma belgeseli bu üç boyutu iç içe geçirerek sunmakta ve dijital kapitalizmin yarattığı yapısal sorunları popüler bir anlatı çerçevesinde görünür kılmaktadır.

Fuchs, tekno-iyimserliğin dijital teknolojinin karanlık boyutlarını, özellikle de aşırı sağcı ve faşist güçlerin bu platformları nasıl araçsallaştırdığını görünmez kıldığını ileri sürmektedir [2]. Yazara göre sosyal medya, faşist propagandanın kullanıcı katılımı aracılığıyla yayıldığı bir alan olarak işlev görmektedir. Buckingham (2020), günümüz medya ortamının küçük sayıda büyük şirketin egemenliğinde şekillendiğini ve bu yapının "iletişimsel kapitalizm", "platform kapitalizmi" ya da "gözetim kapitalizmi" gibi kavramlarla tanımlandığını belirtmektedir [12]. Yazara göre bu şirketler geleneksel medya kuruluşlarının aksine içerik satmak yerine veri toplayıp satarak faaliyet göstermektedir.

##### 5. YÖNTEM (METHOD)

Bu araştırmanın amacı, The Social Dilemma belgeselinde sosyal medya gerçekliğinin hangi söylemsel stratejiler aracılığıyla inşa edildiğini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda çalışmada sosyal medya platformlarının, kullanıcıların ve platform-kullanıcı arasındaki güç ilişkilerinin belgesel anlatısı içerisinde nasıl konumlandırıldığı incelenmektedir. Ayrıca algoritmaların, kullanıcı verilerinin, veri temelli ekonomik yapının ve sosyal medya kullanımının bireysel ve toplumsal sonuçlarının nasıl anlamlandırıldığı araştırılmaktadır. Araştırmanın temel sorusu, The Social Dilemma belgeselinde sosyal medya gerçekliği hangi söylemsel stratejiler aracılığıyla inşa edilmektedir?

şeklinde belirlenmiştir. Bu temel soru doğrultusunda aşağıdaki alt sorulara yanıt aranmıştır:

- Belgeselde sosyal medya platformları nasıl temsil edilmektedir?
- Kullanıcılar hangi söylemsel konumlara yerleştirilmektedir?
- Platformlar ile kullanıcılar arasındaki güç ilişkileri nasıl kurulmaktadır?
- Algoritmalar ve kullanıcı verileri nasıl anlamlandırılmaktadır?
- Sosyal medya kullanımının bireysel ve toplumsal sonuçları nasıl temsil edilmektedir?
- Belgeselde sorumluluk ve çözüm hangi aktörler üzerinden konumlandırılmaktadır?

### 5.1. Araştırma Deseni (Research Design)

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veri analizinde eleştirel söylem analizi kullanılmıştır. Eleştirel söylem analizi, söylemi toplumsal ilişkiler, güç ve ideolojiyle bağlantılı bir pratik olarak ele alınmasını mümkün kılmaktadır. van Dijk [13], eleştirel söylem analizinin temel yönelimlerinden birinin söylem aracılığıyla kurulan ve yeniden üretilen güç ve egemenlik ilişkilerinin incelenmesi olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşım doğrultusunda söylemsel yapıların hangi toplumsal aktörleri hangi konumlara yerleştirdiği ve güç ilişkilerini nasıl görünür ya da görünmez hâle getirdiği sorgulanabilmektedir. Çalışmada eleştirel söylem analizi, belgeselde kullanılan sözlü anlatımlar, uzman görüşleri, eski teknoloji çalışanlarının ifadeleri birlikte değerlendirilmesini sağlayan bir perspektif olarak kullanılmıştır. Bu doğrultuda analiz yalnızca kullanılan sözcükler ve ifadelerle sınırlandırılmamış; aktörlerin temsil edilme biçimleri, güç ilişkileri, nedensellik ilişkileri, sorumluluğun dağıtılması değerlendirilmiştir.

### 5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi (Population and Sample)

Araştırmanın evrenini sosyal medya, dijital platformlar ve bu platformların bireysel ve toplumsal etkilerini konu alan belgesel yapımlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise amaçlı örnekleme yoluyla belirlenen The Social Dilemma belgeselidir. 2020 yılında yayımlanan ve yönetmenliğini Jeff Orlowski'nin üstlendiği The Social Dilemma, sosyal medya kullanımının bireysel ve toplumsal sonuçlarını konu alan belgesel-drama niteliğinde bir yapımdır [7]. Netflix'in resmi tanımlamasında yapımlar, sosyal ağların insan yaşamı üzerindeki etkilerini teknoloji alanında daha önce çalışmış kişilerin anlatıları üzerinden ele alan bir belgesel-drama olarak sunulmaktadır. Belgeselin örneklem olarak seçilmesinde, sosyal medya platformlarının çalışma mekanizmalarını, kullanıcı davranışlarını, algoritmik sistemleri ve bu yapıların toplumsal sonuçlarını aynı anlatı içerisinde bir araya getirmesi etkili olmuştur.

### 5.3. Veri Toplama ve Analiz Süreci (Data Collection and Analysis Process)

Araştırmanın temel veri kaynağını The Social Dilemma belgeselinin tamamı oluşturmaktadır. Belgesel baştan sona birden fazla kez izlenmiş ve araştırmanın amacı doğrultusunda anlamlı görülen söylemsel unsurlar belirlenmiştir. İlk aşamada belgeselin genel anlatı yapısı incelenmiş ve sosyal medya platformlarının nasıl tanımlandığı, kullanıcıların nasıl konumlandırıldığı ve platform-kullanıcı ilişkisinin hangi söylemsel bağlam içerisinde kurulduğu belirlenmiştir. İkinci aşamada elde edilen veriler belirlenen analiz kategorileri altında sınıflandırılmıştır. Son aşamada ise kategoriler arasındaki ilişkiler değerlendirilerek belgeselde sosyal medya gerçekliğinin hangi anlamlandırma biçimleri üzerinden oluşturulduğu ortaya konulmuştur. Analiz sırasında

özellikle aktörlerin temsili, güç ilişkileri, nedensellik, sorumluluk, ekonomik çıkar, algoritmik yönlendirme ve kullanıcı davranışlarının açıklanma biçimleri üzerinde durulmuştur. Böylece belgeselde bu konuların hangi aktörleri hangi rollere yerleştirecek şekilde sunulduğu da incelenmiştir.

## **6. BULGULAR VE TARTIŞMALAR (FINDINGS AND DISCUSSION)**

The Social Dilemma belgeselinin eleştirel söylem analizi perspektifinden incelenmesi sonucunda sosyal medya gerçekliğinin; platformların ekonomik ve teknolojik yapıları, kullanıcıların konumlandırılması, algoritmik yönlendirme, veri temelli ekonomik model, bireysel ve toplumsal sonuçlar ile sorumluluk ve çözüm söylemleri üzerinden inşa edildiği görülmüştür. Belgeselde sosyal medya platformları iletişim ve etkileşim sağlayan teknolojik araçlar olmasının yanında kullanıcı davranışlarını izleyen, öngören ve yönlendiren ekonomik yapılar olarak temsil edilmektedir. Kullanıcılar ise bir yandan bu sistemlerin etkisine açık özneler olarak konumlandırılırken, diğer yandan platformların ekonomik değer üretmesini sağlayan veri kaynakları olarak temsil edilmektedir.

### **6.1. Platformların Güç Mekanizması Olarak Konumlandırılması (The Positioning of Platforms as Mechanisms of Power)**

Belgeselin temel söylemsel yapılarından biri, sosyal medya platformlarının tarafsız ve nötr iletişim araçları olmadıkları yönündeki temsil biçimidir. Platformlar, kullanıcı davranışlarını sürekli biçimde izleyen, ölçen ve yönlendiren sistemler olarak konumlandırılmaktadır. Böylece teknolojik altyapı ile ekonomik çıkar arasındaki ilişki görünür hâle getirilmektedir. Belgeselde teknoloji endüstrisinde daha önce görev yapmış kişilerin tanıklıklarına geniş yer verilmesi, platformların işleyişine ilişkin eleştirilerin doğrudan sektör içerisinden gelen deneyimlerle meşrulaştırılmasını sağlamaktadır. Eski teknoloji çalışanlarının anlatıları, belgeselin temel söylemsel dayanaklarından birini oluşturmakta ve platformların çalışma biçimine ilişkin eleştirilerin yalnızca dışarıdan yöneltilen iddialar olmadığı izlenimini güçlendirmektedir. Bu söylemsel yapı, "tek bir kötü adam" bulunmadığına ilişkin ifadelerde daha açık biçimde görülmektedir. Belgeselde yer alan "Tek bir kötü adam yok. Hayır. Kesinlikle yok." ifadesi, ortaya çıkan sorunların belirli bir bireyin davranışına indirgenemeyeceğini ve sorunun sistemin genel işleyişinden kaynaklandığını vurgulamaktadır. Böylece teknoloji endüstrisindeki sorunlar bireysel ahlaki tercihlerden ziyade yapısal bir işleyiş biçimi üzerinden anlamlandırılmaktadır. Benzer biçimde, "Bana kalırsa kimsenin niyeti şu an yaşanan duruma gelmek değildi." ifadesi, mevcut durumun başlangıçtaki teknoloji geliştirme amaçlarından farklı bir noktaya ulaştığını ileri sürmektedir. "Bunları piyasaya sürdüğünüzde sizden bağımsız varlıklar haline geliyorlar." ifadesi ise teknolojik sistemlerin geliştiricilerinin kontrolünü aşan sonuçlar üretebildiği düşüncesini desteklemektedir. Böylece platformlar, toplumsal yaşam üzerinde etkide bulunan geniş bir sistemin aktörleri olarak temsil edilmektedir.

### **6.2. Kullanıcının Veri Kaynağı ve Manipülasyona Açık Özne Olarak Temsili (Representation of the User as a Data Source and a Subject Vulnerable to Manipulation)**

Belgeselde kullanıcıların temsili iki yönlü bir yapı üzerinden kurulmaktadır. Kullanıcılar bir taraftan teknolojik sistemlerin sunduğu hizmetlerden yararlanan bireyler olarak gösterilirken diğer taraftan davranışları izlenen, ölçülen, tahmin edilen ve yönlendirilen özneler olarak konumlandırılmaktadır. Bu nedenle kullanıcı, belgeselin söyleminde ekonomik değer üretmesini sağlayan bir veri kaynağı

niteliği kazanmaktadır. Belgeselde kullanıcı davranışlarının ayrıntılı biçimde takip edildiğini belirten ifadeler bu temsili güçlendirmektedir. "Çevrim içi yaptığınız her şeyin görüldüğü, izlendiği ve hesaplandığıdır. Yaptığınız her hareket dikkatlice izleniyor ve kaydediliyor." ifadesi, gündelik kullanıcı davranışlarının sistematik bir ölçüm sürecinin parçası olduğunu ortaya koymaktadır. Bu gözetimin kapsamı yalnızca çevrim içi hareketlerle sınırlı tutulmamakta; bireylerin duygusal durumlarına ve kişisel yaşamlarına ilişkin çıkarımların da yapılabildiği ileri sürülmektedir. Belgeselde "İnsanların ne zaman yalnız hissettiklerini ne zaman depresif olduklarını, eski sevgililerinin fotoğraflarına ne zaman baktıklarını, gece geç saatte ne yaptıklarını, her şeyi biliyorlar." ifadesine yer verilmesi, kullanıcının psikolojik ve duygusal özellikleri üzerinden de veri üretiminin nesnesi hâline getirildiğini göstermektedir.

Kullanıcıların manipülasyona açık özneler olarak temsili de belgeselin önemli söylemsel özelliklerinden biridir. "Bu açıkça manipülasyon." ifadesi, platformların kullanıcı davranışlarını yönlendirmesini teknik bir özellik olmaktan çıkararak doğrudan müdahale biçimi olarak tanımlamaktadır. Benzer biçimde, "Kullanıcılar olan bitenden bir haberdirdi." ifadesi, kullanıcıların kendi davranışları üzerinde gerçekleşen teknolojik müdahalelerin farkında olmadıkları yönündeki temsili güçlendirmektedir. Belgeselde genç kullanıcıların konumlandırılması da bu söylemin önemli bir parçasıdır. "Öyle bir nesil yarattık ki bu insanların içinde büyüdükleri ortamda iletişim ve kültür dedikleri şey tamamen manipülasyondan oluşuyor." ifadesi, sosyal medya kullanımının yeni kuşakların iletişim ve kültür biçimlerini de dönüştürdüğü yönünde bir anlam üretmektedir. Böylece kullanıcı, teknolojiyi kullanan birey olmaktan çıkarak teknolojik sistem tarafından biçimlendirilen toplumsal özne konumuna taşınmaktadır.

### **6.3. Algoritmik Yönetim ve Davranışların Yönlendirilmesi (Algorithmic Governance and the Shaping of Behavior)**

Belgeselde sosyal medya platformlarının kullanıcılar üzerindeki etkisinin temel mekanizmalarından biri olarak algoritmalar gösterilmektedir. Algoritmalar, kullanıcı davranışlarını tahmin eden ve belirli davranış biçimlerini teşvik eden mekanizmalar olarak temsil edilmektedir. "Ne yapacağımız ve kim olduğumuz konusunda giderek daha iyi öngörülerde bulunuyorlar" ifadesiyle, kullanıcıların çevrim içi davranışlarından elde edilen verilerin kişilerin tercihleri, eğilimleri ve davranışları hakkında tahmin üretmek amacıyla kullanıldığı ileri sürülmektedir. Bunu izleyen "Hareketlerimizi öngören modeller oluşturuyorlar" söylemi ise bu sürecin sistematik bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Belgeselde platformların çalışma biçimi; kullanıcıların platformda geçirdiği süreyi artırmak, kullanıcıların platformla kurduğu alışkanlığı güçlendirmek ve reklam gelirlerini artırmak şeklinde birbirine bağlı hedefler üzerinden açıklanmaktadır. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesinde algoritmaların merkezi bir rol üstlendiği belirtilmektedir. Kullanıcı davranışlarından elde edilen veriler doğrultusunda hangi içeriğin kullanıcıya gösterileceğine karar verilmesi, algoritmik sistemlerin kullanıcı deneyimini doğrudan biçimlendirdiğini göstermektedir. Bu bağlamda algoritmaların tarafsız teknolojik araçlar olmadığı yönünde bir söylem kurulmaktadır. Kullanıcıların geçmiş davranışları, ilgi alanları ve tepkileri doğrultusunda içeriklerin seçilmesi, kullanıcının karşılaştığı bilgi evreninin platform tarafından düzenlendiğini göstermektedir. Böylece bireyin neyi göreceği, hangi içeriğe maruz kalacağı ve hangi içerikle etkileşime gireceği teknolojik bir karar mekanizmasının parçası hâline getirilmektedir. Belgeselde algoritmik yönlendirme özellikle yanlış bilgi ve dezenformasyonun yayılması bağlamında ele alınmaktadır. Yanlış

bilgilerin doğru bilgilere kıyasla daha hızlı yayılabildiğine ilişkin anlatı, algoritmik sistemlerin dikkat ve etkileşim odaklı yapısıyla ilişkilendirilmektedir. Bu çerçevede kullanıcıların yalnızca mevcut düşüncelerini yansıtan içeriklerle karşılaşmadıkları, aynı zamanda yüksek etkileşim üreten içeriklerin algoritmik sistemler tarafından daha görünür hâle getirildiği ileri sürülmektedir.

#### **6.4. Verinin Metalaştırılması ve Ekonomik Değer Üretimi (Data Commodification and the Creation of Economic Value)**

Belgeselde sosyal medya platformlarının ekonomik işleyişi büyük ölçüde kullanıcı verileri ve dikkat ekonomisi üzerinden açıklanmaktadır. Kullanıcıların platformlarda gerçekleştirdiği faaliyetler, ekonomik değer üretiminde kullanılan bir kaynak olarak konumlandırılmaktadır. Bu söylemin en yoğun biçimde ortaya çıktığı ifadelerden biri "Eğer bir ürün için ödeme yapmıyorsan, sen ürünsün." cümlesidir. Bu ifade, kullanıcı ile platform arasındaki ilişkinin geleneksel tüketici-hizmet sağlayıcı ilişkisi içerisinde değerlendirilmesini sorgulamakta ve kullanıcıların platformların ekonomik sisteminin bir parçası hâline geldiğini ileri sürmektedir. Belgeselde insan dikkatinin ekonomik bir değere dönüştürülmesi de benzer biçimde vurgulanmaktadır. "Yeni bir pazar türüyle karşı karşıyayız" ifadesiyle tanımlanan yapı, kullanıcıların dikkatinin ekonomik faaliyetlerin konusu hâline geldiği düşüncesini desteklemektedir. Kullanıcının platformda geçirdiği zaman, etkileşimleri ve davranışları bu ekonomik sistem içerisinde ölçülebilir ve değerlendirilebilir kaynaklar olarak sunulmaktadır. Belgeselde "Pek çok insan verilerimizin satıldığını düşünse de yanılıyor." ifadesinin ardından verilerin kullanıcı davranışlarını öngören modeller oluşturmak amacıyla kullanıldığı belirtilmektedir. Böylece veri, geçmiş davranışların kaydı olmanın yanı sıra gelecekteki davranışları tahmin etmeye yarayan ekonomik bir kaynak olarak konumlandırılmaktadır. Bu yapı, kullanıcıların platformlardaki faaliyetlerinin ekonomik sisteme nasıl dahil edildiğini göstermektedir. Kullanıcının dikkatinin çekilmesi, platformda daha uzun süre tutulması ve davranışlarının tahmin edilmesi aynı ekonomik modelin birbirini tamamlayan aşamaları olarak sunulmaktadır.

#### **6.5. Bireysel ve Toplumsal Sonuçların İnşası (The Construction of Individual and Societal Outcomes)**

Belgeselde sosyal medya kullanımının sonuçları bireysel düzeyden toplumsal düzeye doğru genişleyen bir yapı içerisinde temsil edilmektedir. Bireysel düzeyde bağımlılık, dikkat dağınıklığı, psikolojik etkiler ve özellikle gençlerin ruh sağlığına ilişkin sorunlar öne çıkarılırken, toplumsal düzeyde dezenformasyon, kutuplaşma ve demokratik süreçler üzerindeki etkiler vurgulanmaktadır. Bireysel sonuçların temsilinde özellikle gençler üzerinden kurulan anlatı dikkat çekmektedir. Belgeselde sosyal medya platformlarının gençlerin psikolojik durumları üzerindeki etkisine ilişkin güçlü ifadeler kullanılmakta ve sosyal medya kullanımının ruh sağlığı açısından ciddi riskler oluşturduğu ileri sürülmektedir. "Bu hizmetler insanları öldürüyor ve insanların intihar etmesine neden oluyor." ifadesi, platformların bireysel düzeydeki etkisini son derece güçlü bir nedensellik ilişkisi içerisinde sunmaktadır. Benzer biçimde "İnsan psikolojisindeki bir zayıflığı suistimal ediyor." ifadesi, platform tasarımının bireylerin psikolojik kırılganlıklarından yararlandığı yönünde bir temsil oluşturmaktadır. Böylece kullanıcı davranışı yalnızca bireysel irade üzerinden açıklanmamakta; platform tasarımının psikolojik özelliklerle kurduğu ilişki üzerinden anlamlandırılmaktadır.

Bireysel etkilerin ötesinde belgesel, sosyal medya kullanımını toplumsal iletişim ve kültür üzerinde etkili olan bir yapı olarak temsil

etmektedir. "Yaptığımız her şeyin tam merkezine aldatma ve sinsilik koyduk." ifadesi, manipülasyonun bireysel kullanıcı davranışlarından daha geniş bir kültürel yapıya dönüştüğü yönünde bir söylem oluşturmaktadır.

Toplumsal sonuçlar içerisinde dezenformasyon özel bir yere sahiptir. Belgeselde "Nihayetinde yanlış bilgiden yana olan bir sistem yarattık. İstedikimiz için değil. Yanlış bilgiler şirketlere gerçek bilgilerden daha çok para kazandırdığı için." ifadesi, yanlış bilginin yayılımını ekonomik teşviklerle ilişkilendirmektedir. Böylece dezenformasyon platformlarının ekonomik işleyişiyle bağlantılı yapısal bir sonuç olarak temsil edilmektedir. Belgeselin toplumsal sonuçlara ilişkin anlatısı demokratik süreçlere de uzanmaktadır. 2016 ABD seçimleri, Brexit referandumu ve farklı ülkelerdeki siyasal gelişmeler üzerinden sosyal medyanın siyasi manipülasyona açık bir alan olduğu vurgulanmaktadır. Böylece platformların bireysel davranışları etkileme kapasitesi, toplumsal ve siyasal süreçleri etkileyebilecek daha geniş bir güç ilişkisi içerisinde konumlandırılmaktadır. Bu bağlamda belgeselin söylemsel yapısında bireysel bağımlılık ile toplumsal kutuplaşma, dezenformasyon ve demokratik süreçlere ilişkin sorunlar arasında bağlantı kurulmaktadır. Böylece farklı düzeylerde ortaya çıkan sorunlar, platformların veri ve dikkat temelli işleyişinin sonuçları olarak aynı anlatı içerisinde bir araya getirilmektedir.

#### 6.6. Sorumluluğun ve Çözümün Konumlandırılması

##### (The Positioning of Responsibility and Solutions)

Belgeselde sosyal medya kaynaklı sorunların sorumluluğu ağırlıklı olarak teknoloji şirketlerinin iş modeli, tasarım tercihleri ve ekonomik çıkarları üzerinden kurulmaktadır. Bununla birlikte, çözüm önerilerinin önemli bir bölümünün bireysel kullanıcı davranışları ve ebeveynlik pratikleri üzerinden sunulması dikkat çekmektedir. Bireysel düzeyde önerilen çözümler arasında sosyal medya kullanımının sınırlandırılması, telefon kullanımının azaltılması ve kullanıcıların teknoloji karşısında daha bilinçli davranması yer almaktadır. Bir karakterin "İrademi kullanarak eve geldiğimde telefonumu bırakacağım." ifadesi, bireysel iradenin teknoloji kullanımını sınırlandırmadaki rolünü ortaya koymaktadır. Benzer biçimde, telefon kullanımının fiziksel olarak sınırlandırılmasına yönelik araçların tanıtılması teknolojik bağımlılıkla mücadeleyi bireysel davranış düzenlemesi üzerinden ele almaktadır. Aile içerisinde yemek masasında telefon kullanımının yasaklanması da aynı doğrultuda aile temelli bir çözüm pratiği olarak sunulmaktadır.

Çocukların teknoloji kullanımı konusunda ebeveynlerin bilinçlendirilmesine yönelik ifadeler de belgeselin çözüm söyleminde önemli yer tutmaktadır. "Çocuklarıma zevk-acı dengesinden, dopamin eksikliği durumundan, bağımlılık riskinden bahsetmediğim gün olmuyor." ifadesi, ebeveyn farkındalığını ve çocukların dijital medya kullanımına ilişkin bilinçlendirilmesini çözümün unsurlarından biri olarak konumlandırmaktadır. Bununla birlikte belgeselin çözüm söylemi yalnızca bireysel sorumlulukla sınırlı değildir. Teknoloji şirketlerinin tasarım tercihlerinin değiştirilmesi, kullanıcıların bilinçlendirilmesi ve dijital sistemlerin yeniden değerlendirilmesi gerektiğine ilişkin daha genel çağrılar da bulunmaktadır. Ancak bu çağrılar, algoritmik sistemlerin hangi yasal mekanizmalarla denetleneceği veya platformların hangi düzenleyici çerçeve içerisinde faaliyet göstermesi gerektiği gibi somut politika önerilerine ayrıntılı biçimde dönüştürülmediği görülmektedir. Bu durum belgeselin sorumluluk söyleminde dikkat çekici bir gerilim oluşturmaktadır. Sorunların ortaya çıkmasında platformların ekonomik modeli ve tasarım tercihleri güçlü biçimde vurgulanırken gündelik yaşamda alınabilecek önlemler büyük ölçüde bireylere ve

ailelere bırakılmaktadır. Böylece belgesel bir taraftan platformların yapısal gücünü görünür hâle getirirken diğer taraftan çözüm alanını önemli ölçüde bireysel farkındalık ve davranış değişikliği üzerinden kurmaktadır.

#### **7. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)**

Bu çalışmada The Social Dilemma belgeselinde sosyal medya gerçekliğinin nasıl inşa edildiği eleştirel söylem analizi perspektifinden incelenmiştir. Bulgular, belgeselde sosyal medya platformlarının kullanıcı davranışlarını izleyen, öngören ve yönlendiren ekonomik yapılar olarak konumlandırıldığını göstermiştir. Kullanıcılar ise hem platformların sunduğu hizmetlerden yararlanan özneler hem de davranışları ve verileri ekonomik değere dönüştürülen kaynaklar olarak temsil edilmiştir. Belgeselde algoritmalar, kullanıcı davranışlarını yönlendiren temel mekanizmalardan biri olarak sunulurken, veri toplama ve kullanıcı dikkatinin metalaştırılması platformların ekonomik işleyişiyle ilişkilendirilmiştir. Bağımlılık ve psikolojik etkilerden dezenformasyon, kutuplaşma ve demokratik süreçlere yönelik risklere kadar uzanan sonuçlar, aynı teknolojik ve ekonomik yapının farklı düzeylerdeki yansımaları olarak kurulmuştur.

Sonuç olarak, The Social Dilemma sosyal medya olgusunu teknoloji, ekonomik çıkar ve güç ilişkileri bağlamında anlamlandıran eleştirel bir söylem üretmektedir. Bununla birlikte, belgeselde yapısal sorunlara yönelik çözüm önerilerinin sınırlı kalması ve bireysel farkındalık ile kullanım alışkanlıklarına daha fazla ağırlık verilmesi dikkat çekmektedir. Çalışmanın tek bir belgeselle sınırlı olması araştırmanın temel sınırlılığını oluşturmakta; gelecekte farklı dijital medya belgesellerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi önerilmektedir.

#### **YAZAR BEYANI (AUTHOR DECLARATION)**

Yazar, bu çalışmanın yapay zekâ tarafından üretilmediğini, bilimsel içeriğinin ve fikrî sorumluluğunun bütünüyle kendisine ait olduğunu ve çalışmadan doğabilecek tüm bilimsel, etik, maddi, manevi ve hukuki sonuçlara ilişkin sorumluluğu kabul ettiğini beyan eder.

#### **FİNANSAL AÇIKLAMA (FINANCIAL DISCLOSURE)**

Yazar bu çalışma için herhangi bir mali destek almadığını beyan etmiştir.

#### **ETİK STANDARTLAR BEYANI (DECLARATION OF ETHICAL STANDARDS)**

Makalenin yazarı bu çalışmada kullanılan materyal ve yöntemlerin etik kurul izni ve/veya yasal-özel izin gerektirmediğini beyan eder.

#### **ÇIKAR ÇATIŞMASI (CONFLICT OF INTEREST)**

Yazar, bu araştırma ile ilgili olarak herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

#### **KAYNAKLAR (REFERENCES)**

- [1] Jabessa Gabul, Z., (2024). Theorizing social media from capitalism and culture industry perspective. Athens Journal of Mass Media and Communications, 10(4):259-276. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.10-4-4>
- [2] Casilli, A. and Posada, J., (2019). The platformization of labor and society. In M. Graham & W.H. Dutton (Eds.), Society and the Internet: How networks of information and communication are changing our lives (2nd ed.). Oxford University Press.
- [3] Fuchs, C., (2014). Social media: A critical introduction. SAGE.

- 
- [4] Clough, P.T., (2012). The digital, labor, and measure beyond biopolitics. In T. Scholz (Ed.), *Digital labor: The Internet as playground and factory*. Routledge.
  - [5] Bayer, J.B., Triêu, P., and Ellison, N.B., (2020). Social media elements, ecologies, and effects. *Annual Review of Psychology*, 71:471-497. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050944>
  - [6] Goffman, E., (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.
  - [7] Orłowski, J., (Director) (2020). *The social dilemma* [Documentary]. Exposure Labs; Netflix.
  - [8] Atuk, F.G., (2023). "Sosyal İkilem" adlı belgeselin medya, temsil ve ideoloji bağlamında incelenmesi. *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(30):316-328. <https://doi.org/10.34189/asbd.10.30.007>
  - [9] Rahmadani, D., (2022). *Algoritma media sosial dalam film dokumenter The Social Dilemma* [Lisans tezi, UIN Sunan Ampel Surabaya].
  - [10] Liang, W.J. and Lim, F.V., (2024). Representing youth as vulnerable social media users: A social semiotic analysis of the promotional materials from *The Social Dilemma*. *Semiotica*, 2024(256):153-174. <https://doi.org/10.1515/sem-2023-0047>
  - [11] Zuboff, S., (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.
  - [12] Wu, T., (2016). *The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Alfred A. Knopf.
  - [13] van Dijk, A.T., (2015). "Critical discourse analysis", the handbook of discourse analysis, second edition. Edited by Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton, and Deborah Schiffrin, John Wiley & Sons, Inc. Published.