

SOSYAL MEDYADAKİ DEZENFORMASYONDA GÖRSEL KULLANIMI

Melike ÇETİN

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü / Yüksek Lisans

Doç. Murat KARA

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

ÖZET

Günümüzde milyarlarca aktif kullanıcıya hitap eden sosyal medya platformları dijital ortamda verinin toplanması, işlenmesi ve yayımında çok yönlü bir iletişimin merkezi rolündedir. Bu platformlarda paylaşılan içeriklerin çokluğu neticesinde görsel, işitsel ve metinsel bir karmaşa meydana gelmektedir. Etkileşimli bir iletişim sürecine dahil olan kullanıcıların, içerik üretebilir veya düzenleyebilir hale gelmesi bilginin doğrulanabilmesini zorlaştırmakta ve dezenformasyona sebep olmaktadır. Konvansiyonel medyaya göre sosyal medyada bilginin çok daha hızlı ve kolay bir şekilde yayılması sonucunda ise bireylerin dezenformasyona uğrayan içerikler ile algılama biçimleri etkilenmekte ve gerçeklik ile olan bağları zayıflayabilmektedir. Dezenformasyona uğrayan içeriklerin dönüşümünde ise hiç şüphesiz görsel kullanımının ses veya yazıdan oluşturulan içeriklere göre daha etkin olduğu söylenebilir. Bu çalışma kapsamında, sosyal medya platformlarında viral olmuş bazı görsel içeriklerin nasıl ve ne amaçla oluşturulduğu incelenerek görsellerdeki dezenformasyon unsurları ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, sosyal medya, görsel algı, görsel iletişim tasarımı, dijital

THE USE OF VISUALS IN SOCIAL MEDIA DISINFORMATION

Today, social media platforms, which appeal to billions of active users, play the role of a multidirectional communication center in the collection, processing and publication of data in the digital environment. As a result of the abundance of content shared on these platforms, a visual, audio and textual chaos occurs. The fact that users involved in an interactive communication process can produce or edit content makes it difficult to verify information and

causes disinformation. As a result of the much faster and easier dissemination of information in social media compared to conventional media, individuals' perceptions are affected by disinformation and their ties with reality may weaken. In the transformation of disinformation, it can undoubtedly be said that the use of visuals is more effective than audio or textual content. Within the scope of this study, how and for what purpose some visual contents that have gone viral on social media platforms are created and the disinformation elements in the visuals are discussed.

Keywords: Disinformation, social media, visual perception, visual communication design, digital