Dijital Evrenin Yeni İletişim Kodları III

Editör
Öykü Ezgi Yıldız Balaban

nobel bilimsel

Dijital Evrenin Yeni İletişim Kodları III
Editör: Öykü Ezgi Yıldız Balaban

Yayın No.: 1467
ISBN: 978-625-398-251-5
E-ISBN: 978-625-398-250-8
Basım Sayısı: 1. Basım, Mart 2023

© Copyright 2023, NOBEL BİLİMSEL ESERLER SERTİFİKA NO.: 20779
Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir.
Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik
ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.
Nobel Yayın Grubu, 1984 yılından itibaren ulusal ve 2011 yılından itibaren ise uluslararası düzeyde düzenli olarak faaliyet yürütmekte ve yayınladığı kitaplar, ulusal ve uluslararası düzeydeki yükseköğretim kurumları kataloglarında yer almaktadır.
"NOBEL BİLİMSEL ESERLER" bir Nobel Akademik Yayıncılık markasıdır.

Genel Yayın Yönetmeni: Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-
Genel Yayın Koordinatörü: Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Sayfa Tasarım: Furkan Mülayim -furkan@nobelyayin.com-
Redaksiyon: Mine Metin -mine@nobelyayin.com-
Kapak Tasarım: Doç. Dr. Dide Akdağ Satır -dideakdag@gmail.com-
Görsel Tasarım Uzmanı: Mehtap Asiltürk -mehtap@nobelyayin.com-

Kütüphane Bilgi Kartı

Yıldız Balaban, Öykü Ezgi.
Dijital Evrenin Yeni İletişim Kodları III / Öykü Ezgi Yıldız Balaban
1. Basım, XIV + 290 s., 16,5x24 cm. Kaynakça var, dizin yok.
ISBN: 978-625-398-251-5
E-ISBN: 978-625-398-250-8
1. Yeni Medya 2. Sosyal Medya 3. Marka 4. Reklam

Genel Dağıtım

ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.
Adres: Bahçekapı Mh. 2465 Sk. Oto Sanayi Sitesi No.: 7 Bodrum Kat, Şaşmaz/ANKARA
Telefon: +90 312 278 50 77 - **Faks:** 0 312 278 21 65
Sipariş: siparis@nobelyayin.com- **E-Satış:** www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com
www.atlaskitap.com - info@atlaskitap.com

Dağıtım ve Satış Noktaları: Alfa, Kırmızı Kedi, Arkadaş, D&R, Dost, Kika, Kitapsan, Nezih, Odak, Pandora, Prefix, Remzi

Baskı ve Cilt: Meteksan Matbaacılık ve Teknik Sanayi Tic. Anonim Şirketi / Sertifika No.: 46519
Beytepe Köy Yolu No.: 3 06800 Bilkent-Çankaya/ANKARA

Beşinci Bölüm

DİJİTAL NARSİSİZM: REKLAM VE MARKA BAĞLAMINDA PSİKANALİTİK BİR TARTIŞMA

Alparslan Nas*

Güleser Ekşioğlu Şensoy**

Giriş

Günlük yaşamın yeni bir formu olarak sosyal medya hayatımıza girdiğinden bu yana, sosyal ilişkiler, kimlik inşası, nesnelerle girilen libidinal bağlanımlar ve tüketim alışkanlarıları da dijitalleşerek yeni biçimler kazanmaya başlamıştır. Fiziki dünyaya alternatif olarak sanal ortam, benliklerin yeni bir ifade alanı, yeni ilişkiler kurma ve onları tanzim etme ortamı olarak mevcudiyetini sürdürmektedir. Başta Z kuşağı olmak üzere, günlerinin büyük bir bölümünü sosyal medyada geçiren kişiler, libidinal ekonomileri çerçevesinde sanal irtibatlar üzerinden haz ve tatmin arayışı içindeyken, sosyal medyanın da bu arayışları güçlendirdiği yönünde çeşitli spekülasyonlar bulunmaktadır.

Nitekim mecraya göre çeşitlenen beğeni, favorileme, hikâye yanıtlama gibi eylemler ödüllendirme mekanizmalarını devreye sokarken, linçleme, "dislike" atma, takipten çıkma ve hesap engelleme gibi eylemler de bir tür cezalandırma ve kişiye nahoş hissettirme unsurlarını barındırmaktadır. Sosyal bir canlı olan insan, fiziki veya sanal olsun bulunduğu tüm ortamlarda bu gibi etkileşimlerin psikolojik yan etkilerini deneyimlemektedir. Dijital mecralardaki anonimlik, sanal ortamın verdiği güvence, vb. faktörler, kişileri normalde olduklarından daha aşırı tepkiler vermeye ve duygulanımlarını daha yoğun bir biçimde hissedip yansıtmaya yönlendirmektedir. Bu durumun olağan bir sonucu olarak da bireylerdeki birtakım psikolojik tutumlar dijital ortamda katlanarak pratiğe dökülmektedir. Bunlardan en önemlilerin-

* Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, alparslan.nas@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1759-4357

** Doktorant, Marmara Üniversitesi Reklamcılık Dalında Doktora Öğrencisi