

BRUNO PATINO

—
Araştırma
İnceleme
—



Balık Hafıza

Dikkatimizi kim, nasıl yönetiyor?

Bruno Patino, 8 Mart 1965'te Courbevoie, Fransa'da doğmuş bir medya yöneticisi ve iletişim uzmanıdır. 2020'den bu yana ARTE France'ın yönetim kurulu başkanı olarak görev yapmaktadır. Daha önce France Télévisions, France Culture ve Le Monde gibi Fransa'nın önde gelen medya kuruluşlarında üst düzey pozisyonlarda bulunmuştur. Sciences Po Paris, ESSEC, Johns Hopkins Üniversitesi ve Sorbonne Nouvelle'de eğitim görmüş, siyaset bilimi alanında doktora yapmıştır. Medya dünyasında dijital dönüşüm ve yayıncılık stratejileri üzerine çalışmalarıyla tanınmaktadır.

BALIK HAFIZA

Dikkatimizi kim, nasıl yönetiyor?

Orijinal adı: La civilisation du poisson rouge: Petit traité sur le marché de l'attention

© Editions Grasset & Fasquelle, 2019.

Yazan: Bruno Patino

Fransızcadan çeviren: Bahadırhan Bozkurt

Yayına hazırlayan: Bahar Bilgen

Türkçe yayın hakları: © 2025 Doğan Yayınları Yayıncılık ve Yapımcılık Tic. A.Ş.

Bu eserin bütün hakları saklıdır. Yayınevinden yazılı izin alınmadan kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopya edilemez, çoğaltılamaz ve yayımlanamaz.

1. baskı / Mayıs 2025 / ISBN 978-625-5941-50-3

Sertifika no: 44919

Kapak tasarımı: Yeşim Ercan Aydın

Sayfa uygulama: Gökçen Yanlı

Baskı: Yıkılmazlar Basın Yayın Prom. ve Kağıt San. Tic. Ltd. Şti.

15 Temmuz Mah. Gülbahar Cad. No: 62/B Güneşli - Bağcılar - İSTANBUL

Tel: (212) 515 49 47

Sertifika no: 45464

Doğan Yayınları Yayıncılık ve Yapımcılık Tic. A.Ş.

19 Mayıs Cad. Golden Plaza No. 3, Kat 10, 34360 Şişli - İSTANBUL

Tel. (212) 373 77 00 / Faks (212) 355 83 16

www.dogankitap.com.tr / editor@dogankitap.com.tr / satis@dogankitap.com.tr

Balık Hafıza

Dikkatimizi kim, nasıl yönetiyor?

Bruno Patino

DOĞAN KİTAP
ÖRNEKTİR

Çeviren: Bahadırhan Bozkurt

İçindekiler

BÖLÜM 1/9 saniye	11
BÖLÜM 2/Bağımlılıklar.....	17
BÖLÜM 3/Ütopya	31
BÖLÜM 4 / Pişmanlık.....	39
BÖLÜM 5/Matris.....	45
BÖLÜM 6/Makas değişimi.....	53
BÖLÜM 7/Sonsuz bir gün.....	61
BÖLÜM 8/Çok fazla gerçek, gerçeği öldürür.....	65
BÖLÜM 9/Asimetrik kaleydoskop	73
BÖLÜM 10/Haberin adil olmayan kavgası	87
BÖLÜM 11/Savaşmak ve iyileşmek.....	97
Ek	111
Kaynakça	113
Teşekkür	119

DOĞAN KİTAP
ÖRNEKTİR

Marie ve Sarah'a

BÖLÜM 1

9 saniye

Mesele dinleyicileri uyandırmak.

Sahnedeki adamın özgüveni tam, buluşuyla gurur duyuyor. Arkasında bir ekran var. Devasa ekranda da bakışları fanusuna dikilmiş, görkemli bir Japon balığı. Metin olarak sadece bir ünlem işareti. Görüntüye, Instagram bakışlarımızı değiştirdiğinden beri alışık olduğumuz doygunluk filtresi uygulanmış ve balığın yuvarlak gözleri salonda bulunanların üzerinde hipnotik bir etki yaratıyor.

Sunumu yapan adamda hafif serseri ama gayet şık bir *hipster*'a özgü her şey var: Pantolonun içine sokulmamış dar kalıp beyaz gömlek, kusursuz kesimli dar pantolon, pastel rengi spor ayakkabılar, üç günlük kirli sakal, bilerek dağınık bırakılmış saçlar, pahalı bir gözlük, aksansız bir İngilizce, hızlı bir konuşma tarzı, hafif bir mikrofon-kulaklık; otuzlarında atletik bir tip. Dünya çapında kazanılmış bir başarının, üstesinden gelinmiş baskının ve keskin bir zekânın sonucu maddi konforun tüm işaretlerini taşıyor. Kendinden emin. Bu normal, o bir Googler, yani bir Google çalışanı. Farklı medya organlarında çalışan bir grup Avrupalının karşısında dijital devinin sözcülüğünü yapmak üzere, diğer pek çoğuyla birlikte, dünyanın en güçlü şirketinin merkezi Mountain View'den geldi. Yıl boyunca pek çok defa her kıtada profesyonellerle "buluşmalar" düzenlemek Google'ın tarzı. Bu buluşmalar şirkete araçlarını, tekniklerini, araştırmalarını tanıtma imkânı sağlıyor. Paris'te, Londra'da, Berlin'de, Madrid'de, Roma'da ya da Stockholm'de,

nerede olursa olsun bu buluşmalar birbirine benziyor. Kaliforniyalı dev ile dijital hayata hükmedenler arasındaki “ortaklık” ruhu harekete geçiriliyor. Bilginin gitgide daha hızlı paylaşıldığı bir dünya inşa etmek için ve “en çok sayıda insana ulaşmak” için kaygılanan iyi niyetli profesyoneller arasında, Amerikan tarzında, yapılacak pek çok şey, paylaşılacak pek çok beceri var. Küçük hediyeyle desteklenen, her ara verildiğinde sunulan sınırsız miktarda yiyeceklerle yaratılmak istenen ruh bu. Ortaya çıkan etki ise bunun tam aksi elbette: Her toplantıda, Google ve muhatapları arasındaki mesafe hoyratça derinleşiyor. Daha birkaç yıl öncesine kadar arasındaki güç farkı sadece baş döndürücü gibi görünse de bugün artık ölçülebilir nitelikte bile değil. Google artık bu dünyadan değil. Ya da daha doğru bir ifadeyle, o bize ait olmaktan her geçen gün biraz daha uzaklaşan bir dünya kurdu.

Salon, şirket görevlisinin açıklayacağı şeyi bekliyor. Bu şey hayal gücü, zaman ve elbette yapay zekânın gerekliliği olan olağanüstü bir bilişimsel hesap gücü gerektiriyor. Yapay zekâ denilen bu sihirli kelimenin ardında sadece bir makinenin tanıma, analiz etme, açıklama getirmeyi öğrenmesini yavaş yavaş mümkün kılan veriler ve matematik formülleri var. Ama bunun işe yaraması için binlerce mühendisin zekice üzerinde çalıştığı milyarlarca ve milyarlarca veriye ihtiyaç var.

Adam devasa ekrandaki Japon balığından bahsediyor. Fanusunun içinde durmadan dönen şu sersem hayvandan. Onu oraya insanlar koydu ve içleri oldukça rahat: Hayvanın hafızası pek az gelişmiş, dikkati son derece kısıtlı, fanustaki her turunda yeni bir dünya keşfediyor. Japon balığının hafızası bir lanet değil, onun için tekrarı yeniliğe ve hapisanesinin küçüklüğünü sonsuz bir dünyaya dönüştüren bir lütuf. Şu meşhur “balık hafızası” bir efsane mi? Pek çoğumuz bu soruyu hiçbir zaman kendisine sormamış, bir dikkatsizlik ya da dalgınlık anında özür dilemek istediğimizde kullanabileceğimiz bir deyimle sahip olmaktan mutluluk duymakla yetinmişizdir.

Ama Google, sayısal hesaplamanın nerelere uzanabileceği konusunda sınır tanımıyor. Ve adam, şirketinin balığın gerçek dikkat

süresini hesaplamayı başardığını açıklıyor. Meşhur *attention span*.¹ Bu gerçekten de alay konusu. Hayvan, dikkatini sekiz saniyeden fazla veremiyor. Bu kısa sekiz saniyenin sonrasında başka bir şeye geçiyor ve zihinsel evrenini sıfırlıyor.

Bununla birlikte, adam henüz açıklamasını bitirmiş değil. Google bilgisayarları Milenyum Kuşağı'nın da dikkat süresini hesaplamayı başarmış. Onlar kesintisiz bağlantıyla doğup parmaklarının ucunda dokunmatik ekranla büyüyenler. Onlar, yani bizler, ceplerinde titreşim hissetmekten kendini alamayanlar. Toplu taşımada ekranlarındaki akışa konsantre olup gözlerini akıllı telefonlarından ayıramayanlar. Adam bu kuşağın dikkat süresinin, konsantrasyon kapasitesinin dokuz saniye olduğunu ilan ediyor. Bunun ötesine geçince akli takıldığı şeyden kurtuluyor. Ona yeni bir uyarı, yeni bir işaret, yeni bir heyecan, başka bir önerme gerekiyor. Onuncu saniyeden itibaren. Yani Japon balığından sadece bir saniye fazla.

Google için bu dokuz saniye, Kaliforniyalı şirketin ölçeğinde üstesinden gelinmesi gereken bir meydan okuma teşkil ediyor: T. S. Eliot'ın sözlerini anmak gerekirse, "dalgınlıkla dalgınlıktan dalgın" bir kuşağın dikkatini sürekli kılmak için ne yapmalı? Daha bir şey yapmaya bile başlamadan başka bir şeye geçen kullanıcıların ruhunu sürekli olarak beslemek için hangi araç gereçleri, hangi matematik formüllerini, hangi önermeleri inşa etmeli? Google paniğe kapılmıyor, Kaliforniyalı şirket kısmen sorumlusu olduğu bu dönüşüme nasıl cevap vereceğini çok iyi biliyor. Kişisel verilerimiz sayesinde, yoksunluk daha kendisini hissettirmeye başlamadan önce bize dozumuzu verecek.

Sayısal düşlerimiz, hiç de kayda değer olmayan bu sürenin ötesinde paramparça oluyor. Oysa bize sonsuzluk vaat edilmişti. Siberuzayın² sadece ve yalnızca insan dehasıyla sınırlı olduğu muhakkak. Oysa ekranlarımızın fanusunda sıkışıp kalmış, bildirimleri-

1. Dikkat süresi. Bir insanın dikkatinin dağılmadan bir iş üzerinde odaklandığı sürenin toplamıdır. (ç.n.)

2. Bilgisayarların ve onu kullanan insanların internet ve benzeri ağlar içinde kurdukları iletişimden doğan sanal gerçeklik ortamını anlatan metaforik bir soyutlama. (ç.n.)

mize ve anlık mesajlarımıza itaat eden Japon balıklarına dönüştük. *Tweet*’lerden Youtube videolarına, *snap*’lerden e-postalara, *live*’lardan *push*’lara, uygulamalardan haber kaynaklarına, robotların ölçüsüzce ürettiği mesajlardan algoritmaların filtrelediği görüntülere, sahte olduğu apaçık ortada haberlerden acınacak haldeki *buzz*’lara³ zihinlerimiz kendi içinde dönüp dönüyor. Tıpkı balık gibi, her an yeni bir evren keşfetmeyi düşünüyoruz, oysa en kıymetli kaynağımızı, yani zamanımızı verdiğimiz dijital arayüzlerin bizi içine düşürdüğü cehennemvari tekrarın farkına varmıyoruz bile.

Bu 9 saniye, bu kitabın konusu.

Journal of Social and Clinical Psychology’nin bir çalışması sosyal ağlara ve internet ekranlarına maruz kalma süresinin maksimum 30 dakika olduğunu belirtiyor ve bu süreden fazlasını zihin sağlığı için bir tehdit olarak değerlendiriyor. Bu çalışmaya göre benim durumum umutsuz çünkü günlük kullanım alışkanlığında telefonumun ekranını kaplayan bildirimlere bağımlıyım. Ama bu durumda olan bir tek ben değilim. Stroboskopik⁴ bağlantı müptelalarının dünyasında yaşıyoruz.

Dijital ütopyaya inanmış olanlar için, ki ben de onlardan biriyim, pişmanlık vakti geldi çattı. Web’in “mucidi” olan ve artık ilk yaratısını yok etmek için bir karşı-internet yaratmaya çalışan Tim Berners-Lee de onlardan biri. Yine de ütopya güzeldi: Teilhard de Chardin’in müritlerini asit etkisindeki Kaliforniyalı özgürlükçüler gibi bir araya getiriyordu.

Bu dönüşüm yazılı değildi. Yeni imparatorluklar hiç sakınmadan ve bunun gerçeğe dönüşeceğini öngörmeksizin ancak amansız bir kararlılıkla gönüllü dijital kölelik modeli inşa ettiler. Hiçbir teknolojik determinizmi bulunmayan, yeni bir kapitalizmin mutasyonunu ifşa eden finansal bir proje. Dikkat ekonomisi.

Yeni dijital kapitalizm hem bir ürün hem de genel ivmenin üreticisi. Zamandan daha fazla değer üretmek için zamanın verimliliğini artırmaya çalışıyor. Söz konusu olan, uzamı daralttıktan sonra

3. İnternette bir ürünün ağızdan ağıza yayılmasını sağlayarak reklamını yapan pazarlama tekniği. (ç.n.)

4. Dönme etkisiyle ortaya çıkan göz yanılması. (ç.n.)

zamanı sıkıştırarak yaymak ve sonsuz bir enstantane yaratmak. İvme, alışkanlığın yerine dikkati ve tatminin yerine de bağımlılığı koyuyor. Algoritmalar ise bu ekonominin takım tezgâhları.

Dikkat ekonomisi yavaş yavaş bütün izlerimizi; medyalarla, kamusal alanla, bilmekle, gerçekle, haberle olan ilişkimizi yok ediyor, elinden hiçbir şey kurtulmuyor.

Bilgi kirliliği, “sahte haberler”, kamusal konuşmaya kendini aşırı kaptırma ve genelleşmiş şüphe, teknolojik determinizmin ürünleri değil. İnsan topluluklarının kültürel referanslarının kaybının sonucu da değil. Enformasyonun çöküşü, internet devleri tarafından seçilmiş ekonomik rejimin birincil sonucu.

Dikkat piyasası toplumu tüm bilgilendirici, demokratik zahmetlerden kurtarıyor. Felsefe ışıklarını bildirim sinyallerinin lehine söndürüyor.

Ama bu ekonomik bir düzen ve tüm düzenler gibi alt edilebilir ve iyileştirilebilir. Ne dijital toplumla ne de veri ekonomisinin gelişimiyle aynı özden ve tabiattan. Savaş zamanı geldi. Hayır, dijital medeniyeti reddetmek için değil, onu kendi doğası içinde dönüştürmek ve dijital uyanışın ilk ütopyacılarını teşvik eden hümanist ideali yeniden bulmak için.

DOĞAN KİTAP
ÖRNEKTİR

BÖLÜM 2

Bağımlılıklar

Uykusuz her gece.

Karanlığı artık cep telefonu ekranı aydınlatıyor. Ekran parlaklığı en düşük seviyeye ayarlandı ama yine de aktif. Bu ekran, retina melanopsisindeki⁵ gangliyon hücrelerinin yaptığı işi yok sayan sahibinin uykusunu berbat ediyor. Zaten insanlar onların varlığından haberdar mı ki? LED'lerin mavi ışığı ile günün beyaz ışığını birbirine karıştırdıkları için beyninin hipotalamusundaki suprakiazmatik çekirdeğe uyanma emrini gönderen onlar. Uykucunun beden saatinin düzeni bozuldu, uykusu artık huzursuz. Bastırılmaz arzular sükûnetini istila ediyor; gününü, hayatını, işini, tatillerini, dostluklarını, aşklarını, düşüncelerini ve dualarını lime lime edip parçalayanlar da aynı arzular.

Bu arzuların birincisi, en önemlisi, en süreklisi, asla tamamen kapanmayan bu telefonun üzerine atılmak. Etraftaki insanlara bağlı olarak hissedilen suçluluk duygusunun derecesine göre bunu açıkça ya da gizli kapaklı yapmak. Huzursuz işaretparmağıyla kilidi açmak ve hastalıklı bir şekilde tedirgin bir bağımlının başlangıç güzergâhında ilerlemek: Önce hızlıca mesajlara göz atmak, SMS ya da İmessage. Sonra Twitter'a dalmak, önce akışa, sonra etiketlere. Birbirini takip eden WhatsApp, Telegram, Messenger, acilen bilinmesi gerekenin eksik kaldığı düşüncesiyle nefes tutulmuş gibi, sonra aheste Instagram ve Facebook, en sonunda da

5. Işığa duyarlı retina proteinleri ailesine ait bir fotopigment türü. (ç.n.)

haber bildirimleri ve e-postalarla kapanış. Atılan bu tur, bulimik birinin tek seferde bir parça pizzayı mideye indirmesi gibi: Doyma söz konusu değil, belli belirsiz bir suçluluk ve tiksinti hissi de cabası. Ve sonra yeniden. Yeniden ve yeniden. Her 2 dakikada bir. Uyanık olunan her saat 30 defa, uyku zamanı üç saatte bir, günde 542 kere, yılda 198.000 defa.

Bu uykusuz ben değilim. Yani henüz değilim. Yakın zamanda ona benzeyebilirim çünkü akıllı telefonun ekranının manyetik çekimiyle mücadele etmek benim için her geçen gün daha da zorlaşıyor. Telefonumu cebime koymayı, masanın üzerinde ters çevirmeyi, bakışlarımdan uzak bir yere terk etmeyi, sırt çantama yerleştirmeyi, hatta kapatmayı deneyebilirim ama hiçbir işi yapamıyor, sonunda mutlaka elime alıyorum.

Hepimizin durumu bu değil mi? Pensilvanya Üniversitesi araştırmacılarının tavsiye niteliğinde yayımladıkları bilgiye gerçekten şaşıyor muyuz: Sosyal ağlarda geçirdiğimiz 30 dakikanın fazlası akıl sağlığımız için bir tehdittir. Yaşları 18 ile 22 arasında değişen 143 öğrenci, iki hafta boyunca dijital alışkanlıklarını araştırmanın hizmetine sunmayı kabul ederek kobaylık yaptılar, ruh hallerini testlere teslim etmeden önce aslında hepimizin zaten hissettiğini teyit etmiş oldular sadece. Kendi adıma şunu söyleyebilirim ki ben 30 dakikayı aşalı uzun zaman oldu.

Üstelik yalnız da değilim. Akıllı telefonda geçirilen ortalama zaman süresi dünyanın pek çok ülkesinde 2012-2016 yılları arasında ikiye katlanarak şimdiden endişe verici boyutlara ulaştı: Brezilya'da 4 saat 48 dakika, Çin'de 3 saat, Amerika Birleşik Devletleri'nde 2 saat 37 dakika ve Fransa'da 1 saat 32 dakika. Uzmanların çoğu, bu sürelerin 2020 yılına dek ikiye katlanacağını öngörüyor. Ifop'a⁶ göre, Fransızların yüzde 59'u ekranların çocukları üzerindeki etkilerinden endişe duyuyor, bunların yüzde 70'e yakını ise aynı ekranlara bağımlı olduklarını kabul ediyor. Araştırmaya göre ekranlara bağımlılık akıllı telefonun ötesine geçiyor. Amerika Birleşik Devletleri menşei istatistikler ise akıllara zarar

6. 1938 yılında kurulmuş Fransız anket ve pazar araştırması firması. (ç.n.)

türden: Kaiser Family Vakfı'na göre genç Amerikalılar eğlence teknolojilerine, video oyunlarına, internet yayınlarına ve sosyal ağlara günde 5,5 saat ayırıyorlar ve çevrimiçi ekranların tamamına 8 saatlerini harcıyorlar. Bir günün üçte biri, oysa bunların yüzde 22'sinin 22-30 yaş aralığında hiçbir eğitim ya da profesyonel faaliyeti bulunmuyor, 15 yaş için ise sayı ikiye katlanıyor.

Ağlarda geçirilen zaman varoluşları yutuyor. Amerikan *Huffington Post*, 2013 yılı sonunda New Jersey'de yaşayan 14 yaşındaki genç bir kız olan Casey'nin haberini yaptı. "Bir ergenin iPhone'unda gerçekten olup bitenler," hapisliğinin bilincinde bir kölenin yazısıydı: "Sabah uyanıyorum ve hemen Facebook'a bakıyorum, sadece şey için... yani, öyle yapmak istediğim için değil, sadece yapmak zorundayım, beni bunu yapmaya zorluyorlarmış gibi. Neden bilmiyorum, buna ihtiyaç duyuyorum. Facebook hayatımı benden çaldı." Her paylaşımına mümkün olabildiğince çok "beğeni" almak için, 100'ün altında kalma fikrinin kaygılandığı, diğer arkadaşları kadar "beğeni" toplayamadığını fark ettiğinde perişan olan Casey, Instagram'daki 580 "arkadaşının" ve Facebook'daki 1110 "arkadaşının" oluşturduğu canavarı beslemek için tüm varlığını bu işe adanmak zorunda.

Tıbbi danışmanlık merkezleri, çocuklukları ekranlar tarafından sakatlanıp amputé edilmiş bu ergenlerin hikâyeleriyle dolup taşıyor. Aşk hikâyelerini çevrimiçi ve sosyal "muhabbet" tarafından yutulur halde yaşayarak andan bir tanık, bir fotoğraf ya da bir "hikâye" bırakmadan bir araya gelmeyi beceremeyerek, okulda çuvalleyerek ve bazen intihara giden bir depresyonda yok olup yiterek. Bu felaket yazıları, istisnai durumlar sayıca azlar ve gerçek dünyayı anlatmıyorlar. Ama yepyeni bir karanlığa mahkûm geleceğimize ışık tutuyorlar.

2014 yılında ilk yayımladığından bu yana binlerce defa paylaşılan bir @cap0w *tweet*'i bugünkü durumumuzu anlatıyor: Bir tren garı peronunda yirmi kadar kişi görülüyor; erkekler, kadınlar, gençler, yaşlılar, iş için ya da keyif için giyinmişler, başları akıllı telefonlarına doğru eğilmiş, evrensel bir itaat pozisyonunda taşlaşmış gibiler. Peronun arkasında, bir adam, başı havada, bakışları-

nı dümdüz önüne dikmiş bakıyor. Farklılığı, ağır yorumcularının endişesini tetikliyor; yorumcular yarı alaycı, yarı çaresiz, yazar gibi kendi kendilerine soruyorlar: “Bu herifin nesi var? Nereye bakıyor olabilir? Dünyaya mı?”

Patolojilerimiz biliniyor, kişilik ve davranış bozuklukları repertuarına girdiler. Yeni ifadeler yitirdiğimiz özgürlüğümüzün üzüntüsünü taşıyor. Cep telefonlarının mesajlarını kaçıracakları korkusuyla derin bir uykudan imtina edenler “nöbetçi uykucu” olarak nitelendiriliyorlar. Geçici de olsa telefonlarından uzak kalma korkusuyla paniğe kapılma durumuna nomofobi deniyor (*no mobile phone phobia*). *Phubbing*, iş arkadaşları, dostlar, sevgililer ve aynı ailenin bireyleri arasındayken bize bir şey sorulduğunda ya da söylendiğinde alenen akıllı telefonuna bakmayı sürdürme halini ifade ediyor. Sözcük, *phone* “telefon” ve *snubbing* “küçümseme” terimlerinin birleşmesiyle meydana geliyor. Yapısı itibarıyla iyimser görünüyor çünkü gönüllü bir eylem hipotezine dayanıyor. Oysa basit bir gözlem kişiyi tam aksi bir kanıya götürüyor: *Phubbing*, tamamen bilinçsiz bir reflekse dönüşmüş durumda, omurilik beynin üzerinde hâkimiyeti ele almış. Akıllı telefon omuriliklerimizi yok etmiş.

Dijital toplum, ekranla hipnotize olmuş bağımlı bir topluluğu bir araya getiriyor. Gazetelerin, radyonun, televizyonun bizde yarattığı alışkanlıklar karşısında yaptığımızın benzerini yaptık, alışkanlığın bağımlılığa dönüşmemesi için gardımızı almadık. Üç belirgin unsur bu olguyu tanımlıyor: Tolerans, mecburiyet ve bağımlılık. Tolerans, organizma için aynı tatmin oranına ulaşabilmek adına dozu düzenli olarak artırma gereksinimini ifade ediyor. Mecburiyet ise birey için arzusuna direnmenin imkânsızlığını açıklıyor. Ve bağımlılık, yani kölelik, eylemde olduğu gibi düşüncede de bu arzuya bağımlı olma, sonunda varoluşun tüm alanına hâkim oluyor. Kriterlerin en basit haliyle ifadesi bile kendi kendimizin ve çevremizdekilerin üzerinde yapacağımız gözlemle birleştirmede tanı kaçınılmaz: Hepimiz tahakküm altındayız.

Ve bu tahakküm yavaş yavaş hükümranlığını genişletiyor, şu ana kadar pek bilinmeyen zihinsel kırılğanlıklar yaratıyor. Uzmanlardan ve hekimlerden oluşan bir çalışma grubu olan Near Future Laboratory bunlardan dördünü gözlemleyip tespit etti: Kaygı bozukluğu sendromu, profil şizofrenisi, atazagorafobi ve gölgeleme sendromu.⁷

Kaygı bozukluğu sendromu bu kırılğanlıklardan en yaygın olanı. Gülünç de olsalar, varoluşun farklı anlarını sürekli olarak ağların tamamında sergileme ihtiyacı şeklinde kendini gösteriyor. Instagram’da bir hikâye, Facebook’ta bir fotoğraf, bir *tweet*. Paylaşımlara eşlik eden endişe, “doğru anı” ya da paylaşılacak “doğru fotoğrafı” bulamama, paylaşımın, içeriğin değerini artırma ve mükemmelleştirmeye yarayan filtreler ve diğer düzenleme araçlarına rağmen yeterince onay tepkisi alamaması korkusundan ileri geliyor. Sosyal ağındaki kişileri şaşırtacak fotoğrafı çekmek için çılgınca riskler almasının ardından kendisini yaralayan ya da öldüren kişilerin *selfie* kazaları bize tebessüm ettirebilse de aslında paylaşılan sosyal kaygı bozukluğunun aşırı tezahüründen ibaret. Akıllı telefondaki varoluş vekâleten yaşanan bir hayat, temel taşı da diğer insanların elektronik yargıları ve bakışları olmadan yok olma korkusu, her ne kadar bu diğerleri elektronik seyahat esnasında tesadüfen karşılaşmış profillerden ibaret olsalar da. Yüksek sayıda “beğeni” ile elde edilen rahatlama ise geçici, zira yerini hemen bu skoru yeniden elde etmeyi sağlayacak bir sonraki gönderiyi bulmakla yenilenen kaygı bozukluğuna bırakıyor.

Profil şizofrenisine yakalananlar, sosyal ağlarda ya da diğer çevrimiçi arkadaşlık sitelerinde pek çok farklı kimliğe sahip olma imkânıyla hokkabazlık yaparken sonunda seçilen bu kimlikleri asıl kişiliklerinden ayıramaz hale geliyorlar. Farklı maskeleriyle yaptıkları sohbetlerden keyif alınca gerçek hayatla yüzleşme söz konusu olduğunda bunlardan hangisine öncelik vereceklerini bilemiyorlar.

7. *Overshadower Syndrome*

Atazagorafobi, denkleri tarafından unutulma korkusu, sosyal ağlara bağlı yeni gelişmelerle ortaya çıkıyor. Bunlar, kendi uzamlarında giriştikleri her eylemin sayısal sonuçlarını sürekli yayımlayarak, kendisini terk edilmiş hissedenlerin ya da dijital tanışlarının kayıtsızlığına maruz kalanların melankolisini arttırıyorlar. Atazagorafobi tıpkı bir hayalet gibi, grubunun onu mahkûm ettiği unutulmuş hak etmiş ikinci sınıf bir birey olduğunun kesinliğini yalanlayacak bir “sevdim”, “beğendim”, “paylaşım”, “etiket” umuduyla akıllı telefonuna bakıyor.

Gölgeleme sendromu, Near Future Laboratory tarafından bildirilen zihinsel patolojilerin sonuncusu, bir kişinin sosyal ağlardaki izini bundan hasta düşecek kadar sürdürmeyi amaçlayan bütün çabanın boşa oluşu anlamına geliyor. Bundan mustarip olan kişi durup dinlenmeden, dijital ava dönüşmüş bir ya da birkaç kişinin yaşam izlerini arıyor. Bunlar kendi bıraktığı izler gibi türetilmiş ya da ayarlanmış olabiliyor, kişi aradaki mesafe sebebiyle bunları analiz edebilecek dirayette olmuyor ve gitgide yıpratıcı bir ayna oyununun içine hapsoluyor. Bulduğu her bağlantı ya da fotoğrafta, diğeri daha gerçek görünüyor ama kendi varlığının realitesinden uzaklaşmış oluyor. Tatminsizliğin arttığı ölçüde başka bağlantılar bulma takıntısı da artıyor ve özne, pre-depresif bir hali andıran bir “gölgeleme”nin içine düşüyor.

İletilerin, isteklerin, elektronik uyarıların meydana getirdiği çığ, koyduğumuz engellere karşı zafer kazandı. Mavi kuşun platformunu her dakika 480.000 *tweet* dolduruyor, Snapchat’de 2,4 milyon *snap* yayınlanıyor, aynı esnada tüm gezegende 973.000 kişi Facebook’a bağlanıyor. O dakikada Instagram’a bakanlar “sadece” 174.000 kişi ama sayı her ay artıyor. Çevrimiçi olan insanların 60 saniyelik meşguliyetlerinin listesi baş döndürücü: 38 milyon mesaj, 18 milyon SMS, Tinder’da 1,1 milyon “kaydırma”; işaretparmanın bu yanal hareketi tanışma sitesinde başka bir profile geçmeyi amaçlıyor. YouTube’da izlenen 4,3 milyon video, 187 milyon

Gözünüzün önündeki fanusun camı kırılabilir. Yeter ki hatırlayın: Balık olmadığınızı...

Akvaryumdaki bir Japon balığı yalnızca sekiz saniyelik bir dikkat süresine sahiptir. Her turda dünyayı yeniden keşfetmesinin sebebi de budur. Peki ya biz? Araştırmalar, Milenyum kuşağının dikkat süresinin yalnızca dokuz saniye olduğunu gösteriyor. Sosyal medya bildirimleri, algoritmalar ve sonsuz kaydırmalı ekranlar arasında yönümüzü kaybederken, tıpkı o fanustaki balıklar gibi aynı döngüleri yeniden ve yeniden yaşıyoruz.

Bu kitap, bireysel dikkatimizin nasıl sistematik biçimde sömürüldüğünü gözler önüne seriyor. Araştırmalara göre sosyal medya kullanımı, 30 dakikanın ötesine geçtiğinde zihinsel sağlığı tehdit etmeye başlıyor. Biz farkında olmadan, dijital imparatorluklar gönüllü bir kölelik düzeni inşa ettiler: Adına "dikkat ekonomisi" diyorlar.

Medya uzmanı ve Arte France'ın başkanı Bruno Patino, dijital dünyayı tümüyle reddetmeden, onun üzerindeki kontrolümüzü nasıl yeniden kazanabileceğimizi araştırıyor. *Balık Hafıza*, çağımızın en sinsi bağımlılığına karşı uyarı niteliğinde bir manifesto.

Çeviren: Bahadırhan Bozkurt

