



T.C.
BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE ASOSYAL DAVRANIŞLAR
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN SOSYAL HİZMET
PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ**

Damla BUĞA
Yüksek Lisans Tezi

Sosyal Hizmet Anabilim Dalı
Sosyal Hizmet Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Fikri KELEŞOĞLU

Bandırma 2024

T.C.
BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE ASOSYAL DAVRANIŞLAR
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN SOSYAL HİZMET
PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ**

Damla BUĞA
Yüksek Lisans Tezi

Sosyal Hizmet Anabilim Dalı
Sosyal Hizmet Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Fikri KELEŞOĞLU

Bandırma 2024



BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Bu çalışma 18/07/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Sosyal Hizmet Anabilim Dalı, Sosyal Hizmet Tezli Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün safhalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışması ile elde edilmemiş bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığı beyan ederim.

(18/07/2024)

Damla BUĞA

TEŞEKKÜR

Bu tezin hazırlanmasında yardım ve desteğini sunan, kendimi daha fazla geliştirmeme katkı sağlayan değerli danışman hocam Doç. Dr. Fikri KELEŞOĞLU'na teşekkürlerimi sunarım. Çalışma hayatı ile yüksek lisans sürecini birlikte yürütmeme fırsat vererek sosyal hizmet alanında kendimi geliştirmeme katkı sağlayan tüm bölüm hocalarıma teşekkürü borç bilirim. Tez yazma sürecinde desteklerini esirgemeyen aileme minnettarlığımı sunarım.

Damla BUĞA

Bandırma, 18/07/2024

ÖZET

SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE ASOSYAL DAVRANIŞLAR ARASINDAKİ İLİŞKİNİN SOSYAL HİZMET PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ

Bu çalışmanın amacı 18-55 yaş arasındaki bireylerin, sosyal medya kullanımı ve asosyal davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyerek sosyal hizmet perspektifinden değerlendirmektir. Araştırma için derinlemesine 10 erkek 10 kadın olmak üzere toplam 20 kişiyle görüşme yapılmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış 24 sorunun yer aldığı görüşme formu kullanılmıştır. Sorular araştırmacı tarafından hazırlanmış, katılımcılara sorularak cevap aranmıştır. Verilere, yüz yüze görüşme yoluyla ulaşılmıştır. Araştırmacı tarafından toplanan veriler, bir nitel veri analizi yazılımı olan Maxqda programı ile çözümlenmiş ve değerlendirilmiştir. Katılımcı grubun sorulara verdikleri cevaplar, orijinal görüşler korunarak, gerçek halini bozmadan araştırmacı tarafından kısaltılması sağlanmıştır. Sosyal medya kullanımının artması katılımcıların yüz yüze iletişimden uzaklaşarak asosyallik ile ilgili problemler yaşamalarına neden olmuştur. Sosyal medya kullanımının artması ile katılımcılarda sosyal aktivitelere katılım durumunda azalma, toplumda kendini tek başına hissetme, kendini ifade etmede eksiklik yaşama, ruhsal olarak kendini kötü hissetme ve sosyal ilişkilerinde bozulma gibi asosyallik ile ilgili problemler yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Toplumda sosyal medya kullanımının artması, toplumdaki bireylerin iletişimin azalmasına ve ruh sağlıklarının bozulmasına neden olmaktadır. Sosyal hizmet uzmanları bireyin problem çözme kapasitesinin artırılmasında, bireylerin özgürleşmesi ve güçlendirilmesinde rol oynamaktadır. Bu doğrultuda toplumun ruh sağlığının korunmasında sosyal hizmet alanında alınacak önlemler ve yapılacak müdahalelerde birey, aile ve toplumda iyilik halinin arttırılması hedeflenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Sosyal medya kullanımı, asosyallik, sosyal hizmet

ABSTRACT

AN INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA USE AND ASOCIAL BEHAVIORS FROM A SOCIAL WORK PERSPECTIVE

The aim of this study is to examine the relationship between social media use and asocial behavior of individuals between the ages of 18-55 and evaluate it from a social work perspective. For the research, a total of 20 people, 10 men and 10 women, were interviewed in depth. An interview form containing 24 semi structured questions was used as a data collection tool in the study. The questions were prepared by the researcher and answers were sought by asking the participants. The data was obtained through face to face interviews. The data collected by the researcher was analyzed and evaluated with the Maxqda program, a qualitative data analysis software. The answers given by the participant group to the questions were shortened by the researcher, preserving the original views and without distorting the real version. The increase in social media use caused most of the participants to move away from face to face communication and experience problems with antisociality. It has been observed that as the use of social media increases, participants experience antisocial problems such as decreasing their participation in social activities, feeling alone in society, experiencing a lack of self-expression, feeling psychologically bad, and deterioration in their social relationships. The increased use of social media in society causes the communication of individuals in the society to decrease and their mental health to deteriorate. Social workers play a role in increasing the problem-solving capacity of the individual and liberating and empowering individuals. In this regard, it is aimed to increase the well-being of the individual, family and society in the measures and interventions to be taken in the field of social services in protecting the mental health of the society.

Keywords: Social media use, antisociality, social service

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
TEZ ONAYI	
BEYAN	i
TEŞEKKÜR	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ	viii
1.GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİLER	3
2.1.Sosyal Medya Kullanımı	3
2.1.1.Sosyal Medyanın Anlamı	3
2.1.2.Sosyal Medyada Tarihsel Gelişim	3
2.1.3.Ülkemizde ve Dünyada Sosyal Medya Kullanımı	6
2.1.4.Sosyal Medya Uygulamaları	8
2.1.4.1. Blog	8
2.1.4.2.Mikroblog	9
2.1.4.3.Twitter	9
2.1.4.4.Tumblr	10
2.1.4.5.Podcast	10
2.1.4.6.Wikiler	10
2.1.4.7.Sosyal Ağlar	11
2.1.4.7.1.Facebook	11
2.1.4.7.2.MySpace	12
2.1.4.7.3.Linkedin	12
2.1.4.8.İçerik / Medya Platformları	13
2.1.4.8.1.Instagram	13
2.1.4.8.2.Youtube	14

2.1.4.8.3.Swarm	15
2.1.4.8.4.Snapchat	16
2.1.4.9.Anlık Paylaşım Platformu	16
2.1.4.9.1.Whatsapp	17
2.1.4.9.2.Facebook Messenger	17
2.1.4.9.3.Skype	18
2.1.4.9.4.TikTok	18
2.1.5.Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları	19
2.1.5.1.Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları	20
2.1.5.1.1.Sosyal Geri Çekilme Motivasyonu	21
2.1.5.1.2.Bilgi Edinme Motivasyonu	21
2.1.5.1.3.Serbest Zaman Motivasyonu	21
2.1.5.1.4.Finansal Yarar Motivasyonu	21
2.1.5.1.5.Sosyal İletişim Motivasyonu	21
2.1.5.1.6.Keyif Alma Motivasyonu	22
2.1.5.1.7.Toplumsal Uyum Motivasyonu	22
2.1.6.Sosyal Medyaya Kuramsal Bir Bakış	23
2.1.6.1.Susunluk Sarmalı Kuramı	23
2.1.6.2.Determinizm Kuramı	25
2.1.6.3.Sistem Kuramı	25
2.1.6.4. Goffman Benlik Sunumu Kuramı	25
2.1.7.Sosyal Medyanın Bireyler ve Toplum Üzerindeki Etkisi	26
2.1.7.1.Sosyal Medyanın Bireyler Üzerindeki Etkisi	28
2.1.7.2.Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi	32
2.2. Asosyal Davranışlar	33
2.2.1.Sosyal- Asosyal Davranış Kavramlarının Anlamı	33
2.2.2.Asosyal Davranış Belirtileri	36
2.2.3.Asosyallik –Teknoloji İlişkisi	37
2.2.4.Sosyal Medya Kullanımının Asosyal Davranışlar Üzerindeki Etkisi	38

2.3. Sosyal Hizmet Disiplini	41
2.3.1.Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Hizmet Mesleği	41
2.3.2.Sosyal Hizmet Mesleğine Genel Bir Bakış	44
2.3.3.Problemlı Sosyal Medya Kullanımında Sosyal Hizmetin Rol ve İşlevleri	46
3. GEREÇ VE YÖNTEM	50
3.1.Araştırmanın Modeli	50
3.2.Araştırmanın Çalışma Grubu	50
3.3.Araştırmanın Evreni- Örneklemi	50
3.4.Araştırmaya Dahil Edilme ve Dahil Edilmeme Kriterleri	51
3.5.Araştırma Soruları	51
3.6.Verı Toplama Araçları	51
3.7.Verı Toplama Yöntemi	51
3.8.Verı Analizi	52
3.9.Araştırmanın Etik Onayı	52
3.10.Araştırmanın Sınırlılıkları	52
4.BULGULAR	53
5. TARTIŞMA	86
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	104
7. KAYNAKLAR	110
8.EKLER	119
9. ÖZGEÇMİŞ	123

TABLÖLAR LİSTESİ

	SAYFA
Tablo 4.1. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri	543
Tablo 4.2. Katılımcıların mesleki durumları	54
Tablo 4.3. Sosyal medya uygulamalarında günde ortalama zaman geçirme süreniz nasıldır? Sorusuna dayalı görüşler	54
Tablo 4.4. Kullandığınız sosyal medya uygulamaları nelerdir? Sorusuna dayalı görüşler	55
Tablo 4.5. Sosyal medya kullanım amacınız nedir? Sorusuna dayalı görüşler	55
Tablo 4.6. Sosyal medya hesaplarınızı günde ortalama kontrol etme sıklığınız nasıldır? Sorusuna dayalı görüşler	57
Tablo 4.7. Sosyal medya uygulamalarını kullanmadığınızda kendinizi nasıl hissedersiniz? (Olumlu-olumsuz) Sorusuna dayalı görüşler	57
Tablo 4.8. Ailenizin ve arkadaşlarınızın yanında iken sosyal medya kullanım tercihlerinizden bahseder misiniz? (Olumlu-olumsuz yönleri) Sorusuna dayalı görüşler	58
Tablo 4.9. Sosyal medya kullanımınızdan dolayı günlük yaşantınızda bir problem yaşadığınızı düşünüyor musunuz? Sorusuna dayalı görüşler	59
Tablo 4.10. Sosyal medya kullanımı esnasında günlük işlerinizde aksama yaşadığınız durumlar nelerdir? Sorusuna dayalı görüşler	61
Tablo 4.11. Sosyal medya kullanım alışkanlıklarınızdan dolayı hiç sosyal dışlanmışlık yaşadınız mı? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler	62
Tablo 4.12. Günlük yaşamda sosyal aktivitelere katılım durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz? Sorusuna dayalı görüşler	63
Tablo 4.13. Sizce asosyallik nedir? Asosyal olmak veya asosyallik size ne ifade ediyor? Sorusuna dayalı görüşler	64
Tablo 4.14. Sosyal medya uygulamalarını kullanırken kendinizi asosyal hissettiğiniz durumlar yaşadınız mı? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler	66

Tablo 4.15. Sosyal medya hesabınızdan kendinizi başkalarına karşı sosyal göstermek veya asosyal olduğunuzu gizlemek/göstermemek için paylaşım yapar mısınız? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler	68
Tablo 4.16. Sosyal medyada yansıttığınız sosyal yaşamınız ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumunuzsan bahseder misiz? (Farklılıklar, benzerlikler) Sorusuna dayalı görüşler	69
Tablo 4.17. Sosyal medya kullanımı ile bireyin gerçek hayatta insanlarla olan iletişimi hakkında neler düşünüyorsunuz? Sorusuna dayalı görüşler	71
Tablo 4.18. Sosyal medya kullanımı ile bireyin toplumda kendini tek başına hissetmesiyle ilgili düşünceleriniz nedir? Sorusuna dayalı görüşler	72
Tablo 4.19. Sosyal medya kullanımı ile bireyin kendini ifade etmede eksiklik yaşaması arasında bir ilişki olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konuda deneyimleriniz varsa paylaşır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler	74
Tablo 4.20. Sosyal medya kullanımı kalabalık ortamlara girmenizi etkiledi mi? Nasıl? Sorusuna dayalı görüşler	76
Tablo 4.21. Sosyal medya kullanımınız sosyal etkileşimlere katılıp-katılmama durumunuzu etkiler mi? Bu konuda ne düşünüyorsunuz? Sorusuna dayalı görüşler	77
Tablo 4.22. Sosyal medya kullanımı ile ruhsal olarak kendini kötü hissetme arasında bir ilişki olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konudaki deneyimlerinizi paylaşır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler	79
Tablo 4.23. Asosyal olduğunuz dönemlerde davranış durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz? Sorusuna dayalı görüşler	80
Tablo 4.24. Sosyal medya uygulamalarını kullanmadığınız veya daha az kullandığınız zamanlarda sosyal aktivitelere katılım durumunuzda ne gibi değişimler yaşarsınız? Sorusuna dayalı görüşler	82
Tablo 4.25. Sosyal medya kullanım alışkanlıklarınızın değişmesi sosyal ilişkilerinizi nasıl etkilemektedir? (Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı) Sorusuna dayalı görüşler	83

1.GİRİŞ

İnsanlık var olduğu günden bugüne insanlar birbirleri ile iletişim ve etkileşim içinde olmuşlardır. İnsanların birbirleri ile kurdukları iletişim biçimleri zamanla değişmiş ve eski iletişim biçimlerinin yerini almıştır. Teknolojik gelişmeler ile insanlar, en uzaktaki yakınları ile iletişim kurma imkânı yakalamışlardır. Geçmişten günümüze insan yaşamını etkileyen buluşlardan bir tanesi internettir. İnternetin insan yaşamına girmesi ve kullanımının artmasıyla birlikte toplumdaki bireylerin birbirleri ile olan iletişim şekilleri değişmiştir. 1990'lı yıllarda internetin yaşamımıza girmesinden sonra 2000'li yıllarda sosyal medya uygulamalarının kullanımı giderek artmıştır. Sosyal medya kullanımının insan yaşamına dahil olması ile insanlık tarihinde iletişim yönünden yeni bir döneme geçilmiştir (Özkapı, 2021).

Sosyal medya kullanımının artarak insan yaşamına dahil olması ile insanlar arasındaki iletişim yüz yüze iletişimden sanal iletişime dönüşmüştür. Sosyal medya uygulamalarının yoğun kullanımı sonucunda bireyler zamanla yalnızlaşmakta ve asosyal davranışlar sergileyebilmektedirler (Karakuş, 2019).

Asosyallik kelime anlamı olarak sosyal olmayan ve toplumda genel kabul görmüş kuralların dışında davranışlar sergileme durumu olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Asosyallik psikoloji biliminde ise diğer insanlarla iletişim kurmama, sözcükleri en kısa yoldan ifade etme, kaliteli iletişim içinde olmama şeklinde açıklanmaktadır. Asosyal bireyler, diğer insanlara karşı çekimser ve utangaç bir tavır içinde olan, insanlarla mecbur kalmadıkça iletişim kurmamayı tercih eden, hiçbir sosyal aktiviteye katılmayan ve bir süre sonra konuşmakta ve iletişim kurmakta güçlük çeken bireylerdir. Asosyallik bireyin içine kapanması ve yalnızlaşması ile başlamakta ve sosyal medya kullanımı sonucu artış göstermektedir (Tunalıoğlu, 2013).

Sosyal medya uygulamaları üzerinden gerçekleştirilen görüşmelerin yüz yüze gerçekleştirilen görüşmelerin karşılığı olamayacağı, karşılıklı hissedilen duyguların, mimik ve jestlerin sanal ortamlarda yerinin doldurulamayacağı düşünülmektedir. Sosyal medya uygulamaları, bireyleri kendilerini ifade etmeleri bakımından olumsuz etkilemekte yüz yüze kurulan bağları zayıflatarak kişilerin uzaktan ilişkiler

kurmalarına neden olabilmektedir. Sosyal medya ortamlarında kendini olduğundan farklı gösterme gayreti, bireylerin yeni bir kimlik arayışına girmesine, kendinden uzaklaşmasına ve psikolojik problemler yaşamasına neden olabilmektedir (Özdemir, 2016).

Sosyal medya kullanımının artmasıyla bireylerde kendini toplumda tek başına hissetme, çevresiyle arasındaki iletişimde azalma, kendini ifade etme becerisinde azalma, sosyal etkileşimlere katılmamayı tercih etme, cesaretsiz ve kendine güvenmeyen bir bireye dönüşme ve başkalarının duygularını anlamada güçlükler yaşama, bireyin ruhsal yönden kendini kötü hissetmesi gibi asosyal davranışlar görülebilmektedir (Çayırılı, 2017).

Sosyal hizmet, bireyin ve toplumun iyilik halinin artırılmasında koruyucu, önleyici ve rehabilite edici görevleriyle problemlerin çözümünde etkili olabilmektedir. Sosyal hizmet mesleği problemlerin çözümünde mikro, mezzo ve makro düzeyde yaptığı mesleki çalışmalar ile birey, grup ve toplumun problem çözme kapasitesinin artırılmasında ve kaynaklara ulaşmada etkili olabilmektedir (Turan, 2012:12).

Sosyal hizmet uzmanları bireyin problem çözme kapasitesinin artırılmasında, bireylerin özgürleşmesi ve güçlendirilmesinde rol oynar (Koç, 2015). Toplumda sosyal medya kullanımının artması, toplumdaki bireylerin iletişimin azalmasına ve ruh sağlıklarının bozulmasına neden olabilmektedir. Toplumun ruh sağlığının korunmasında sosyal hizmet alanında alınacak önlemler ve yapılacak müdahalelerde birey, aile ve toplumda iyilik halinin arttırılması hedeflenmektedir (Selçuk, 2022).

Bu çalışmanın amacı, sosyal medya kullanımı ile asosyal davranışlar arasındaki ilişkiyi inceleyerek sosyal hizmet perspektifinden değerlendirmektir. Sosyal medya kullanımı ile asosyal davranışlar arasındaki ilişkiyi sosyal hizmet perspektifinden değerlendirmenin, toplumdaki bireylerin iyilik halini arttırmaya yönelik stratejiler geliştirilmesine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

2. GENEL BİLGİLER

2.1.Sosyal Medya Kullanımı

2.1.1.Sosyal Medyanın Anlamı

Latince’de ‘medium’ kelimesi ortam anlamına gelmekte, sosyal sözcüğü ise Türk Dil Kurumu’nda toplumsal olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya yalnızca okunabilir haldeyken Web 2.0 teknolojisinin getirdiği imkanlar sayesinde sanal dünyaya dönüşmüştür. Sosyal medyanın kullanım amacı bilgi akışı sağlamak ve diğer kişilerle iletişime girmektir. Kurulan çeşitli sosyal ağ platformlarında bir araya gelen sosyal medya kullanıcıları internet üzerinde bir araya gelmeye başlamıştır. Sosyal medya kullanan kişiler ise internet ortamında buluşmaya başlamıştır. Sosyal medya ortamında oluşan sosyal ilişkiler giderek yüz yüze iletişim kuran kişilerin buluştukları sosyal medyayı meydana getirmiştir (Kartal, 2013).

Teknolojinin ilerlemesi ile hayatımıza giren sosyal medya kavramı, iletişim ve bilgi teknolojisindeki gelişmelerin de hızla yayılması ile yaşamımızda önemli bir yer kaplamaktadır. Sosyal medya terimi, teknolojinin ilerlemesi, iletişim ve bilgi teknolojisinin hızla artış göstermesi ile hayatımızda önemli bir alanı kaplar hale gelmiştir. Sosyal medya, sosyal medya kullanan kişilere rahat bir ortam sağlayan, kendi içeriklerini oluşturmaları ve bu oluşturdıkları içerikleri paylaşmaları konusunda onlara fırsatlar sunan, Web 2.0 teknolojisinden beslenen internet temelli bir araçtır (Uzun, Yıldırım ve Uzun, 2016: 145).

Sosyal medya kullanımının giderek artması bireyler arasında sanal etkileşimleri artırırken, yüz yüze iletişimi azaltarak bireylerin sosyal izolasyon yaşamalarına neden olabilmektedir.

2.1.2.Sosyal Medyada Tarihsel Gelişim

Sosyal medyada tarihsel gelişim, iletişim teknolojilerindeki evrimle yakından ilişkilidir. İlk sosyal medya platformları, bilgisayar ağlarının ortaya çıkmasıyla birlikte şekillenmeye başlamıştır. Bu dönemde ARPANET gibi erken ağlar, kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurmasını sağlamıştır. İnternetin evrimi, kullanıcıların bilgi

paylaşımı, etkileşim ve topluluk oluşturma gibi amaçlarla bir araya geldiği sosyal medya platformlarının oluşmasına olanak sağlamıştır (Gürcan ve Kumcuoğlu, 2017: 160).

İnternetin temel taşları 1970'li senelerde atılmaya başlanmış olup ilerleyen yıllarda ise erişimi hızla yükselerek internet kullanımının harekete geçirici gücü olan sosyal medya unsuru günlük hayatımıza girmiştir (Yıldırım, 2019).

1980'lerin sonlarına doğru Bulletin Board Systems gibi erken çevrimiçi topluluklar ortaya çıkmıştır. Bu sistemler, kullanıcıların mesajlaşma, dosya paylaşımı ve tartışma grupları oluşturmalarını sağlamıştır. Bu dönemde, bilgisayar bilimleri alanında yapılan çalışmalar, sosyal medyanın temelini oluşturan etkileşim ve katılım kavramlarını ele almıştır (Tufan,2013).

1990'lı senelerden itibaren internet, hızlı bir şekilde insan yaşamının bir unsuru haline gelmiştir. Web 1.0 ilk dönemler kullanılırken web 2.0'nin 2004 senesinde geliştirilmesi ile internet kullanıcı sayısı büyük oranda artmıştır. Web 1.0'de sadece etkileşim içinde olunmayan siteler ve e-posta varken, web 2.0'de kişilerin etkileşimlerini artıracakları, paylaşacakları ve yayınlayacakları, içerikleri kendilerinin ortaya koyacakları bir mecra oluşturulmuştur. Geleneksel medyanın dergi, televizyon, gazete gibi tek taraflı iletişim tarzının tersine, web 2.0 teknolojisiyle beraber kullanıcılar iki yönlü etkileşim kurma fırsatı yakalayarak paylaşım konusunda kararları kendilerinin aldığı iletişim biçimine geçmişlerdir (Tengilimoğlu, Parıltı ve Yar, 2015).

Sosyal medya kavramı, 1979'da Duke Üniversitesi'nde, dijital kullanıcılarına halka mesaj iletmek için kullanılan USANET'in (User's Network) kurulmasıyla temellenmiştir. USANET kullanıcılarına gruplar kurma, kişisel kesit oluşturma ve bilgi akışı sağlamanın ardından, açık günlüğü kurarak çevrimiçi günlük yazarları bir araya getirmiştir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

1990'larda internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, sosyal medya platformları daha geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Web tabanlı forumlar ve çevrimiçi sohbet odaları, insanların fikir alışverişinde bulunmasını ve sanal topluluklar oluşturmalarını sağlamıştır. Çevrimiçi toplulukların ortaya çıkışı, sosyal medyanın önemli bir aşamasını temsil ederken, kullanıcıların dijital kimliklerini oluşturdukları

ve çevrimiçi ilişkiler kurdukları bir ortam haline dönüşmüştür (Çalışkan ve Mencik, 2015).

2000'lerin başlarına gelindiğinde, bloglar ve sosyal ağ siteleri (örneğin, Friendster, MySpace) popüler hale gelmiştir. Bu platformlar, kullanıcıların içerik paylaşımı yapmasını, bağlantılar kurmasını ve dijital kimliklerini oluşturmalarını sağlamıştır. Bu dönem sosyal medya açısından kişisel ve profesyonel ilişkilerin dijitalleşmesi olarak nitelendirilirken, bu değişim iletişim ve kültürel dinamiklerde büyük etkiler yaratmıştır (Atak, 2023).

2001 yılında iş ile ilgili iletişimi sağlamak amacıyla Ryze.Com sitesi kurulmuştur. Ryze.Com, topluluk üyeleri, iş dünyasının önde gelen isimleri ve yatırımcıları da bünyesine dahil etmek için uğraşmıştır. Ryze, LinkedIn, Friendster ve Tribe.net ve uygulamalarının birbirlerini destekleyeceğine inanılsa da zamanla her biri başka bir alana yönelmiştir. İnternetin ansiklopedi olarak kullanılması amacıyla ise Wikipedia kurulmuştur (Hazar, 2011: 173).

2003 yılında sosyal ağ sitesi Myspace ve iş dünyasında profesyonel kullanıcıların toplandığı LinkedIn geliştirilmiştir. 2004 yılında kullanıcıların fotoğraf ve video kullanmalarına fırsat tanıyan Flickr kurulmuştur (Binbir, 2012).

2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları insanların birbirleri ile bilgi alışverişi yapmasını ve iletişim kurmasını amaç edinen ve sosyal bir web sitesi olarak tanımlanan Facebook'u kurmuştur (Cassidy, 2006).

2005 yılında video paylaşma, izleme ve yükleme özellikleri bulunan Youtube, Jawed Karim, Chad Hurley ve Steve Chen tarafından geliştirilmiştir. Bunu izleyen 2006 yılında 280 karakterlik metin oluşturarak paylaşım yapma özelliği ile Twitter tasarlanmıştır. 2009'da kullanıcılarına çevrimiçi mesajlaşabilme fırsatı sağlayan WhatsApp ve konum paylaşma özelliği olan Foursquare geliştirilmiştir. Swarm mobil platformu ise bireyin android telefonundan anlık konumuna göre mekân ve yer bildirmeye, mekanlar hakkında önerilerde bulunmaya olanak sağlayan bir programdır (Urista vd., 2009).

Fotoğraf paylaşma platformu olarak 2010 yılında geliştirilen Instagram, 2011 yılında kullanıcıların fotoğraf ve videolar ile yazışmalarını sağlayan Snapchat kurulmuştur (Yeniçikti, 2016).

“Youtube”, “Twitter” ve “Facebook” günümüzde en çok kullanılan sosyal medya platformları olması ile yeni çıkan sosyal medya platformlarının da zeminini oluşturmuştur. Sosyal medya dünyasına gün geçtikçe yeni platformlar, ağlar ve uygulamalar eklenmektedir (Özkök, 2019).

Bugün, 21. yüzyılın ilk çeyreğinde sosyal medya insanların günlük hayatlarında vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Sosyal medya uygulamaları en uzaktaki insanları bile bir araya getirerek geleneksel iletişim biçimi olan yüz yüze iletişimi sanal ortama taşımaktadır (Tektaş, 2014: 855).

Sosyal medyanın tarihsel gelişim sürecini bilmek, sosyal medyanın insan yaşamında nasıl var olduğunu anlamamız bakımından yol gösterici olabilmektedir. Sosyal medya platformları ilk zamanlar insanlar arasında sadece iletişimi kolaylaştırmak ve bağlantı sağlamak amacıyla kullanılırken günümüzde yüz yüze iletişimin yerini alan sanal bir ortam haline gelmiştir. Sosyal medyanın tarihsel gelişimini bilmenin, sosyal medyanın bireyler üzerindeki sosyal ve psikolojik etkilerini ölçmede yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

2.1.3.Ülkemizde ve Dünyada Sosyal Medya Kullanımı

We Are Social tarafından hazırlanan “2024 Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri” dijital raporuna göre, şu anda dünyada 5 milyardan fazla aktif sosyal medya kullanıcı kimliği bulunmaktadır ve küresel sosyal medya kullanıcı kimliği 2024’ün başında toplam 5,04 milyara ulaşmıştır. Sosyal medya kullanıcı profilleri rakamı 2023 yılına göre yüzde 5,6 artmış; 2023 yılı boyunca 266 milyon yeni kullanıcı ilk kez sosyal medyayı kullanmaya başlamıştır. (We Are Social Dijital Raporu, 2024).

2024 Dijital Raporu’na göre günlük sosyal medya kullanım süresi en yüksek olan 10 ülke sırasıyla; Birleşik Arap Emirlikleri, Bahreyn, Kuveyt, Katar, Suudi Arabistan, Güney Kore, Hong Kong, Lübnan, Libya ve Singapur’dur. Günlük sosyal medya kullanım süresi en düşük olan 10 ülke ise sırasıyla; Kuzey Kore, Eritre, Türkmenistan, Nijer, Orta Afrika Cumhuriyeti, Çad, Uganda, Etiyopya, Sudan ve Malawi’dir. Türkiye ise %66 kullanım oranı ile 14. sırada bulunmaktadır (We Are Social Dijital Raporu, 2024).

Bu veriler sosyal medyanın küresel ölçekte ne kadar yaygınlaştığını ve hızla büyümeye devam ettiğini açıkça ortaya koymaktadır. Bu durum sosyal medyanın

modern toplumlarda vazgeçilmez bir iletişim ve etkileşim aracı haline geldiğini ve dünya nüfusunun büyük bir kısmı tarafından benimsendiğini göstermektedir. Sosyal medya platformlarının kullanıcı tabanlarını genişletme ve yeni kullanıcıları çekme konusundaki başarısı, bazı dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Bu dezavantajlar arasında, sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte bireyler arasında asosyallik ve yalnızlık hissinin yaygınlaşması önemli bir yer tutmaktadır.

Rapor, sosyal medya kullanıcılarının günde 2 saat 23 dakikasını sosyal medya uygulamalarını kullanarak geçirdiğini ortaya koymaktadır. Ülkemizde ise günlük sosyal medya kullanım süresi 2 saat 44 dakika olup ortalamanın biraz üzerinde bulunmakta ve ülkemiz sosyal medya kullanım süresi bakımından dünyada 14. sırada yer almaktadır (We Are Social Dijital Raporu, 2024).

Türkiye’de sosyal medyanın bu kadar yaygın ve etkili olmasının nedenleri arasında, genç nüfus oranının yüksek olması, dijital bağlılık ve çevrimiçi etkileşimlerin güçlü olması, mobil internet kullanımının yaygınlaşması ve kültürel etkileşime açık bir toplum yapısına sahip olunması sayılabilir.

TÜİK’in 2023 Yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Raporu, internet erişimine sahip hane oranının %95,5, 16-74 yaş arasında internet kullanan bireylerin oranının ise %87,1 olduğunu göstermektedir (TÜİK, 2023).

Bulgular, ülkemizde yaklaşık olarak her evde internet olduğunu, internetin artık sadece maddi durumu iyi olan bireylere hizmet vermediğini ve kullanımının giderek arttığını göstermektedir. Kullanıcıların interneti hangi araçla ne amaçla ve ne sıklıkta kullandığı eğitim ve sosyoekonomik durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından yapılan araştırmaya göre gençlerin internet kullanım süresi, 15-21 yaş arasındakiler için günlük 4 saat 37 dakikadır (Özdener, 2022). Araştırma bulguları gençlerin internette harcadıkları vaktin, televizyon izleme sürelerinin yaklaşık 3 katı olduğunu ve internet kullanan gençlerin %94,8’inin sosyal medya uygulamalarını kullandığını göstermektedir.

Statista Nisan 2024 Raporu’na göre, 2024 yılında toplam sosyal medya kullanıcı sayısının 5,17 milyar kişi olacağı tahmin ediliyor. Facebook 3 milyardan fazla aylık aktif kullanıcıyla lider durumda. YouTube 2,5 milyar, Instagram 2 milyar kullanıcıya sahip. TikTok 1,2 milyar, Snapchat 750 milyon, Twitter ise yaklaşık 660

milyon aktif kullanıcıya sahip. Pinterest ise 465 milyon aktif kullanıcıyla yer alıyor (Statista, 2024).

Sosyal medyanın ülkemizdeki ve dünyadaki demografik farklılıklarını ve yaygınlığını bilmenin, sosyal medya uygulamalarının bireyler ve toplum üzerindeki psikolojik etkilerini ve etkileşim biçimlerini anlamamızda yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

2.1.4.Sosyal Medya Uygulamaları

Sosyal medya, çeşitli platformlar aracılığıyla toplumsal tesirini ve dönüşümünü gerçekleştirmektedir. Bu alanda bu sosyal ağları kullananların ihtiyaçları yönünde tasarlanan birbirinden nitelik açısından ayrılan çokça sosyal medya uygulaması bulunmaktadır (Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013).

2.1.4.1.Blog: Bloglar, kullanıcıların teknik bilgi gerektirmeden açabileceği ve içeriklerini istedikleri şekilde paylaşabileceği sosyal medya uygulamalarıdır. Bu sosyal ağlar kullanıcıların belirli konularda, düşüncelerini, deneyimlerini ve bilgilerini paylaşımlarına olanak sağlamaktadır. Blogların kullanımı bilgiye erişimi artırmakta ve topluluklar arası iletişimi güçlendirmektedir. Bu nedenle, bloglar bilimsel araştırmalarda da önemli bir iletişim sağlayıcı olarak kabul edilmekte ve bilimsel içeriklerin yayılmasında etkili olabilmektedirler (Alikılıç ve Onat, 2007: 903).

Kullanımı gittikçe artan blogların, türlerinde yoğun bir artış yaşanmakta ve tanınmış bir sosyal ağ olmasında bazı özellikler öne çıkmaktadır. Blogların öne çıkmasında, herhangi bir ücret ödmeden oluşturulabilir olması ve yazılımsal bir deneyim gerektirmeden içeriğin güncellenebilmesi ve paylaşılabilmesi, paylaşımların hızlı olarak yapılabilmesi, tüm kullanıcılar tarafından yorum gönderilebilmesi etkili olmaktadır (Özüdoğru, 2014).

Bloglara olan ilginin artmasında kullanıcılarına video, ses ve resim gibi paylaşımlar yapılmasına izin vermesi etkili olmuştur. Bununla birlikte blogların organizasyonlar ve kurumlar tarafından da kullanılabilmesi popülaritesini artırmıştır. Kullanıcılar farklı amaçlarla blogları kullanabilmektedir. Bazı kullanıcılar blokları hobi amaçlı kullanırken bazıları tam zamanlı paylaşım yaptıkları bir alan olarak kullanabilmektedir. Kullanıcılar, bloglarındaki paylaşımların etkileşimini artırmak

için sosyal medya kanallarını da araç olarak kullanabilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

2.1.4.2.Mikroblog: Yeni popüler uygulamalardan olan bununla birlikte blogging ile hızlı mesajlaşma arasındaki boşluğu kapatan mikrobloglar, kullanıcıların telefonları veya bilgisayarları aracılığıyla internet aracılığıyla anlık mesajlar paylaşmalarına olanak sağlamaktadır. Mikrobloglar, anlık irtibat sağlayarak üyelerin bilgileri yenileyip düzenleme yapabilmelerine imkân tanımaktadır. Mikroblog, sosyal iletişimi etkileyerek kullanıcılarına anlık mesajlaşma ve durum güncellemeleri yapma gibi özellikler sunmaktadır. Mikrobloglar, geri bildirim ve etkileşime bağlı olarak içerik güncelleştirmelerini basitleştirerek kullanıcıların iletişim ihtiyacını karşılamakta ve kullanıcı katılımını artırmaktadır (Yayla, 2018: 46).

Mikroblog kullanıcıları bu platformda kendi fikirlerini paylaşımlarının yanı sıra, sanat, ekonomi ve siyaset gibi konularda da düşüncelerini özgürce aktarabilmektedirler. Mikrobloglara cep telefonu, bilgisayar ve tabletlerden ulaşılabilmesi mikroblogların daha popüler ve kullanılabilir olmasını sağlamıştır. Mikrobloglardaki bilgi hızlıca yayılma özelliğine sahiptir. Tumblr ve Twitter önemli mikrobloglardandır (Yazıcı, 2014).

2.1.4.3.Twitter: 2006'da kurulan ve mikro blog özelliği taşıyan Twitter'ın yoğun bir biçimde kullanılmasının yanı sıra en önemli özelliklerinden bir tanesi konu başlıkları ile bilgiye tez zamanda ulaşılabilmesidir. İletişim ve bilgi ortamını temsil eden Twitter konuların oluşturulmasında herhangi bir sınırlama yapmamaktadır. Twitter kullanıcıları düşünce ve fikirlerini 140 karaktere sığdırabilme kuralı ile paylaşabilmektedirler. Bireyler kişisel düşüncelerini ifade edebilecekleri gibi siyaset, iş hayatı, bilgi kaynağı ve haber gibi konularda tartışma ortamı olarak da kullanılabilen bir platformdur. Farklı dil seçeneklerini desteklemesinden ötürü çoğu kişinin kullanabileceği bir formata sahiptir. Günlük yaşamda yüz yüze iletişim kurması mümkün olmayan bireylerin bir araya gelerek aynı konu etrafında toplanmasını sağlayan bir uygulamadır (Yıldırım, 2014).

2.1.4.4.Tumblr: Tumblr, 2007'de David Karp tarafından hayata geçirilen ve içeriklerin kolaylıkla paylaşılmasına olanak tanıyan sosyal medya uygulamasıdır. Kullanıcılar bu platformda, resim, video, yazı ve bağlantıları paylaşabilmektedir. Kullanıcılar etiket kullanımıyla içeriklerin konularını belirleyebilir ve merak alanlarına göre bloglara rahatlıkla erişilebilmektedirler (Güçdemir, 2017: 18).

2.1.4.5.Podcast: Podcast, üyelerin video ile görsel ve işitsel belgeleri internete aktarabilmelerini ve aktarılan dosyaların bireysel teknolojik aletlerden ulaşılabilir olmasını mümkün kılan, tercih edilen zaman ve mekânda, görüntü veya ses kayıt dosyasına ulaşmak isteyen üyeler için içerik üreten bir sosyal medya uygulamasıdır (Yücel, 2020).

Podcast kullananlar, programlara üye olarak son gönderilerin takibini sağlayabilmektedir. Şahsi yayınlar, bir podcast uygulaması vasıtasıyla yapılabilmektedir (Kaynar, 2021).

2.1.4.6.Wikiler: Kullanıcıların, istedikleri gibi değişimleri yapabildikleri bilgi sağlayan sosyal sayfalar bütünüdür (Bostancı, 2010). Wiki gruplarının yaygın olan “Wikipedia” ‘da yapılan faaliyetler konu başlıkları ile saklanabilmekte ve buraya kayıtlı kullanıcılar, burada paylaşılan konulara katılabilmektedir (Kuyucu, 2013: 140).

Bir word dosyasının online site ile bütünleşmesi neticesinde oluşan wiki, diğer bir web sitesi gibi, ulaşılabilirlik için bir gayrete ihtiyaç duyulmayan ve potansiyelini kullanıcıların basit bir arama motorundan farklı bir uygulamadan istifade etmelerine gerek olmadan içerik ile ilgili birlikte çalışabilmelerini sağlayan bir uygulamadır. Wikiler, kullanım pratikliğiyle özel bir araca ya da detaylı bilgiye ihtiyaç duymadan içerik üzerinde düzeltme yapabilme imkânı sağlamaktadır (Koçak, 2012).

Wikilerin blog sayfalarından farklı olan özelliği sadece tek bir yazarının olmamasıdır. Bloglarda, sayfayı ziyaret eden kişiler yazarın blog sayfasına yorum gönderebilme yetisine sahiptirler, fakat içeriği revize edememektedir. Wiki ’de, düzenleme yapma imkanının olmasıyla, kullanıcılara değişiklik yapabilme imkânı sağlamakta ve kullanıcıların yazar olarak dahil olmasına fırsat tanımaktadır (Aytekin, 2011).

2.1.4.7.Sosyal Ağlar: Sosyal ağlar, internet üzerinde insanların sahte veya gerçek bilgilerle kendilerine profiller oluşturarak diğer bireylerle iletişim kurmalarına yarayan platformlardır. Bu platformlar, iletişim teknolojilerinin ilerlemesiyle beraber insanların sosyal gereksinimlerini karşılamak için çeşitli araçlar sunmaktadır. Sosyal ağ platformları, bireylerin farklı hedefler doğrultusunda iletişim gereksinimlerini gidermek için rekabet durumundadır (Uslu ve Hamarat, 2016: 29).

2.1.4.7.1.Facebook: Harvard Üniversitesi öğrencileri Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından iletişimi basitleştirmek hedefiyle 2004 senesinde kurulan Facebook, sosyal medyanın en yaygın sosyal ağlarından biri haline gelmiştir (Saruhan, 2018: 203).

Facebook, kullanıcıların diğer kullanıcılarla iletişim kurmalarını sağlayan bir sosyal paylaşım sitesidir. Mark Zuckerberg tarafından Harvard Üniversitesi öğrencileri için kurulan bu sosyal ağ, daha sonra diğer okullarda da yaygınlaştırılmıştır. Daha sonra, şirketler ve liseler tarafından sınırlı erişimle kullanılmıştır. Günümüzde ise Facebook, dünyanın en çok ziyaret edilen sosyal ağlarından biri haline dönüşmüştür. Facebook, kullanıcıların birbirleri ile iletişim kurmasını, bilgi paylaşımını ve sunumunu hedefleyen bir sosyal ağ olarak tanımlanabilmektedir (Mazman, 2009).

Facebook kullanılmaya başlandıktan sonra bir yıl içerisinde aktif kullanıcı sayısı oldukça artmıştır. Facebook, kullanıcıların diğer kişilerle iletişim kurmalarına yarayan bir sosyal medya platformudur. Bununla birlikte, kullanıcılarına içerik paylaşma fırsatı da sunmaktadır (Güçdemir, 2017: 28).

Facebook, sosyal ağların ilerlemesine ivme kazandıran bir platform olmuştur. Kullanıcılar, tanıdıkları kişilerle iletişime geçebilir, çevrimiçi bir ağ yaratabilir ve bireysel profillerini oluşturarak fotoğraflarını, kimliklerini ve videolarını sanal olarak paylaşabilmektedirler. Bu profiller, kullanıcıların anında, paylaşımlarını, düşüncelerini ve albümlerini düzenlemelerine, paylaşımlarına ve etiketlemelerine imkân sağlamaktadır (Waters vd., 2009).

2.1.4.7.2.MySpace: MySpace, kullanıcılarına sanal bir ortamda etkileşim kurma olanağı sağlamakta ve bununla birlikte kişisel hesaplar, gruplar, müzik, fotoğraflar, videolar ve blogları kapsamaktadır (Güçdemir, 2017: 17).

Myspace' in kullanımı; ergenler ve erişkinler arasında yaygın hale gelmiştir (Koçyiğit, 2015: 57). Myspace, bireylerin haberleşmelerine, keşif yapmalarına ve içerik paylaşımlarına yarayan sosyal medya platformudur. Bu sosyal medya uygulaması, tasarımcılardan müzisyenlere, fotoğrafçılardan yazarlara kadar tüm sanatçıların, taraftarlarıyla etkileşim sağlamalarına olanak sağlayacak biçimde tasarlanmıştır (Aktan, 2017).

2.1.4.7.3.LinkedIn: İşverenleri ve iş arayanları aynı sosyal medya ağında birleştiren LinkedIn, kullanıcılarını kişisel çevrimiçi profilleri aracılığıyla ulusal ve uluslararası birçok firma ile buluşturan son derece popüler bir platformdur. İşe alım uzmanları tarafından yaygın bir şekilde kullanılan LinkedIn, yeni bir iş gücü alımı dönemine öncülük etmektedir. Geleneksel özgeçmişlerin yerini alan LinkedIn profilleri, iş başvuru sahiplerinin karar vericilere doğrudan erişimini sağlamaktadır. İşe alım uzmanlarına göre, adaylar hakkında en kapsamlı bilgi bu platformdan elde edilmektedir, ayrıca iş adaylarını bulmak ve çekmek için en çok tercih edilen platformdur (Ollington, Gibb ve Harcourt, 2013).

LinkedIn, detaylı bir iş profili oluşturarak işletmelerle iletişime geçmek, teklifler almak ve değerlendirmek, sektörel pazar araştırması yapmak için kullanılabilir. Mevcut ve potansiyel iş ortaklarıyla bağlantı kurma ve ilişkileri geliştirme fırsatı sunar. Ayrıca, hedeflenen kişilere bilgi verme, onlarla iletişim kurma ve fikir alışverişinde bulunma imkânı sağlar. LinkedIn, işletmelerin düşük maliyetlerle yüksek verim elde etmesine ve pazarda yer edinmesine yardımcı olan bir platformdur (Bakırtaş ve Sekendür, 2021).

Birçok kişi, popüler sosyal medya platformları yerine iş ilişkileri için LinkedIn'i kullanmaktadır. Bu tercihin sebebi, LinkedIn 'in hedefe odaklı ve ciddi bir hizmet sunmasıdır. Bununla birlikte, LinkedIn sadece işletmelerin değil, çalışanların ve iş ortaklarının da ihtiyaçlarını göz önünde bulundurur. LinkedIn 'in misyonu hem bireylere değer katmak hem de bireylerin başkalarına değer katmasını sağlayarak verimliliklerini ve başarılarını artırmaktır (Baki, 2022).

2.1.4.8.İçerik / Medya Platformları: İçerik / Medya platformları, ellerinde bulundurdukları bazı ortak özelliklerden ötürü sosyal medya günlüğü olarak ölçümlenebilir. Twitter veya Facebook gibi kişisel içeriklerin ortaya konulması ve paylaşılmasına imkân sağlayan, bununla beraber diğer sosyal medya uygulamalarından ayrı olarak; bu sosyal medya uygulamalarında bulunan ve katılımcılar arasında aktarılan içeriklerin tümü, katılımcılar vasıtasıyla oluşturulmaktadır (Göker ve Keskin, 2015).

Medya ve içerik platformları aracılığıyla kullanıcılar, her türlü bilgiye anında erişebilme imkanına sahiptirler. Özellikle haber siteleri ve sosyal medya platformları, güncel olayları takip etmek ve hızlıca bilgi edinmek için sıkça kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra, video paylaşım platformları ve dijital medya platformları da kullanıcılara geniş bir eğlence ve öğrenme imkânı sunmaktadır (Toptaş ve Yazıcı, 2022).

2.1.4.8.1.Instagram: Mevcut dönemde sosyal medya kullanımıyla uyumlu bir biçimde fotoğraf gönderiminin de yükselmesiyle cep telefonlarından ve bilgisayarlardan kullanılabilen, yaygın olarak kullanılmakta olan ve her geçen gün üye sayısı yükselen fotoğraf paylaşım platformu Instagram, paylaşım yapılmak istenen fotoğraflara efektler ekleyerek üyelerin aktardıkları fotoğrafları takipçileriyle paylaşmasını ve paylaşımlarına yorum ve beğeni almalarına imkân tanımaktadır. Instagram, öteki uygulamalarla karşılaştırıldığında en yoğun etkileşimde kullanılan sosyal medya uygulamasıdır. Paylaşılan gönderilerin etkileşimi, Facebook ve Twitter'a göre çok daha fazladır (Saruhan, 2018: 253).

Dünya genelinde en geniş kullanıcı kitlesine sahip olan ve kullanıcılarına fotoğraf ve video çekme imkânı sunan Instagram, mobil cihazlarda yaygın bir şekilde kullanılan bir sosyal medya platformudur. Başlangıçta 2010 yılında kullanılmaya başlanan Instagram, mobil uygulamalar aracılığıyla fotoğraf paylaşımı ve filtreleme imkânı sunar. Instagram'ın popülerliği ve kullanıcı tabanı, Facebook tarafından satın alınmasıyla daha da yükselmiştir. Üyelerin gündelik konulardan siyasete, tatile, seyahate kadar çeşitli konuları paylaşımlarına imkân sağlayan Instagram, ara sıra başkalarının fikir ve görüşlerini etkilemede çarpıcı bir rol oynamaktadır (Aktan, 2017).

Instagram, çevrimiçi platformlar arasında yoğun sosyal etkileşimin yaşandığı bir mecra olarak öne çıkmaktadır. Kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımı

yapabildiği profiller, platformun Snapchat'in "hikayeler" özelliğine benzer şekilde kısa süreli olarak yayınlanan hikayeler, canlı yayınlar, takip edilen kişilerin paylaşımlarının görüntülendiği akış, paylaşımlara yapılan yorumlar ve beğeniler, ilgi alanlarına göre önerilen hesapların fotoğraflarının bulunduğu keşfet sayfası, takip edilen kişilerle özel mesajlaşma ve fotoğraf paylaşma imkanı sunan direkt mesaj özelliği, anahtar kelime niteliğindeki etiketlerin kullanıcıların fotoğraf ve videolarını kolayca bulmasına olanak sağlaması gibi unsurlar Instagram'ın sosyal etkileşiminde önemli rol oynamaktadır (Yenilmez Kaçar, 2020).

Instagram, kullanıcıların değer ve beğeni algılarında değişiklikler yaşamalarına neden olabilmektedir. Bu sosyal medya platformunun, gençler arasında "Instagram Gençliği" olarak tanımlanan bir kültür oluşturduğu belirtilmektedir. Bu kültürde, beden ve imaj endişeleri öne çıkmaktadır. Bu durum, fitness salonlarına ve estetik ameliyat taleplerinin artmasına yol açmaktadır. Instagram, izlenme ve beğeni oranlarının yanı sıra, reklam ve pazarlama alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Sosyolojik açıdan bakıldığında, Instagram'ın kitle kültürü üzerinde büyük bir etkisi olduğu ve beğeni yargıları ile imaj politikalarını şekillendirdiği görülmektedir (Aktan, 2017).

2.1.4.8.2. Youtube: İnternet ulaşımına sahip elektronik aletlerin hepsinden erişilebilen web sayfası Youtube, daha evvel Paypal'da görev yapan Jawed Karim' in de içinde bulunduğu bir grup sayesinde oluşturulmuştur. YouTube, “kullanıcılar tarafından oluşturulan içerik” teriminin yaşantımızda yer almasını sağlamıştır (Bayraktar, 2013).

YouTube, çeşitli video türlerini barındırarak kullanıcılara geniş bir içerik yelpazesi sunmaktadır. Bu içerikler arasında film ve dizi klipleri, belgesel içerikler, kısa süreli filmler, video şarkılar, müzik kayıtları, müzakere programları, eğitici içerikler, kullanıcıların oluşturduğu kanallar, video içerikleri ve oyun kanalları yer almaktadır. YouTube, yalnızca bir video paylaşım platformu değil; bununla birlikte sosyal paylaşım sitesi, tanıtım ve satış platformu şeklinde de hizmet vermektedir.

YouTube, internet erişimine sahip herkesin kullanımına açık bir platform olarak tanımlanmaktadır. YouTube'un misyonu, "herkese dünyayı tanıma ve kendi sesini duyurma imkânı tanımak" olarak açıklanmaktadır. Ayrıca, YouTube'un "bilgi edinme, ifade etme, aidiyet ve fırsat özgürlüğü" gibi dört ana özgürlük kavramını da

desteklediği belirtilmektedir. 2021'den itibaren YouTube, 2 milyarın üzerinde kullanıcıya hizmet vermektedir (Atak, 2023).

YouTube, video yükleme ve depolama hizmetinin ötesinde, kullanıcılar arasındaki iletişim dinamiklerini değiştirmiştir. Geniş bant teknolojisi ile kullanıcılar, kendi çektikleri videoları kanal oluşturarak paylaşmışlardır. Platform, kullanıcılara dünya çapında içeriklerini belirli kurallar dahilinde sunma imkânı sağlamıştır. Bu da kullanıcıların kendilerini ifade etmelerini ve içerik üreticileri olarak görülmelerini sağlamıştır. Kullanıcılar, paylaştıkları içeriklere gelen geri dönüşlerle etkileşimde bulunabilmektedirler. Ayrıca, YouTube aracılığıyla sanatçı olma fırsatları da ortaya çıkmıştır. Platform, dünya çapında yeteneklerin keşfedilmesine olanak tanımıştır (Türkmen, 2020).

2.1.4.8.3.Swarm: 2014'te, Foursquare yetkilileri Swarm adında yeni bir yer bildiri uygulaması ortaya çıkardılar. Swarm uygulaması, kullanıcıların arkadaşlarının konumunu ve bulundukları bölgeyi kolayca öğrenmelerini sağlar. Aynı zamanda, Swarm kullanıcıları arkadaşlarıyla iletişim kurabilir, buluşma planları yapabilir ve çevresinde bulunan arkadaşlarını takip edebilirler. Konum belirleme sistemi özelliğini kullanarak yapılan lokasyon bildiriminde mekânda bulunan insanları görebilir ve onlarla iletişime geçebilirler. Program, kullanıcıların ilgilendikleri mekânları saklayarak ilerleyen zamanlarda kolaylıkla görmelerini sağlar. Foursquare ve Swarm, 2009 yılından beri 10 milyondan fazla kullanıcıya sahip büyük bir sosyal ağıdır. Türkiye'de ise en çok yer bildiri yapılan ülkelerden biri olarak öne çıkar (Bakır ve Aydoğan, 2018).

Swarm kullanıcıları, yer bildirimlerini yaptıkları mekân veya markaya yönelik yorumları ve bilgileri otomatik olarak arkadaşlarıyla paylaşabiliyor. Ayrıca, Foursquare hesaplarını Facebook, Twitter gibi diğer sosyal medya platformlarıyla bağlayarak bu hareketleri diğer sosyal medya ortamlarında da gösterebiliyorlar. Bu, kullanıcıların günlük yaşam tarzlarını, zevklerini ve arkadaşlarıyla geçirdikleri zamanı takipçileriyle paylaşmalarını sağlamaktadır (Akçan, 2016: 322).

2.1.4.8.4.Snapchat: Snapchat, Stanford Üniversitesi öğrencileri tarafından kurulan bir mobil paylaşım uygulamasıdır. Arkadaşlar arasında zaman kısıtlı fotoğraf ve video paylaşımı yapılmasını sağlar. Kullanıcılar "snap" adı verilen görsel veya video dosyalarını belirledikleri bir zaman aralığında alıcıya gönderebilirler. İçerikler belirlenen süre sonunda kendiliğinden otomatik olarak yok edilir, böylece geçici bir iletişim ortamı sunar. 2016'da günlük 161 milyon aktif kullanıcıya ulaşarak büyük bir popülerlik kazandı. Gençler arasında benzersiz iletişim tarzıyla öne çıkan Snapchat, kısa ömürlü yapısıyla diğer sosyal medya platformlarından ayrışır ve gençlere farklı bir iletişim deneyimi sunmaktadır (Yeniçaktı ve Yüksek, 2017).

Snapchat, geçici olarak sınırlı paylaşımı destekleyen bir sosyal medya mobil uygulamasıdır. Kullanıcılar paylaştıkları içeriğin belirli bir süre sonra otomatik olarak silinmesini sağlayabilirler. Bu özellikler, kullanıcıların zamana duyarlı fotoğraf ve videolar göndermesine ve görüntülenmesine olanak tanır. Kaydedilebilirdik avantajıyla kullanıcılar, belirli bir süre sonra görünmeyecek mesaj, fotoğraf veya video gönderebilirler. Şekil avantajı ise, kullanıcıların iletişim kurarken filtreler kullanarak içeriklerini özelleştirmelerini sağlar. Snapchat'in bu özellikleri, son yıllarda kullanıcı sayısının artmasına katkıda bulunmuştur (Alhabash ve Ma, 2017).

Snapchat, günümüzde giderek artan bir kullanıma sahip olan bir platformdur. Kullanıcılar, diğer kullanıcılarla, ses, yazılı metin, video ve fotoğraf gibi içerik paylaşımları yapabilirler. En dikkat çekici özelliği ise çekilen fotoğraflara ve videolara yazılı metin ekleyebilme imkânı sunmasıdır. Paylaşımlar belirli bir süreyle sınırlandırılabilir ve tercihe göre 1 ila 10 saniye sonra kendini otomatik olarak silme özelliğiyle paylaşılabilir (Biliciler, 2018).

2.1.4.9.Anlık Paylaşım Platformu: Sosyal medya uygulamaları içerisinde üyelerin oluşturduğu, bilgilerin anlık, basit ve iki yönlü ulaşılmasını ve paylaşılmasına imkân tanıyan yeni medya türleridir (Uzun ve Uluçay, 2017).

WhatsApp ve Facebook Messenger gibi sosyal medya platformları, bilgisayarlar ve mobil cihazlar üzerinden kullanılabilen ve üyelerin listenizde yer alan kişilerle sesli, yazılı ve görüntülü iletişim kurmasına imkân sağlayan anlık mesajlaşma uygulamalarıdır. Bu tür uygulamalar günümüzde çok yaygın olarak kullanılmaktadır (Biliciler, 2018).

2.1.4.9.1.Whatsapp: WhatsApp Messenger, Facebook'un satın aldığı, akıllı telefonlar için geliştirilmiş bir anlık olarak mesajlaşma ve sesli arama uygulamasıdır. Dünya genelinde popüler olarak kullanılan bu uygulamaya bireysel telefon numarasıyla ücretsiz olarak katılınabilmektedir. Üyeler, burada iletişim grupları oluşturabilir ve birbirleri ile video, ses kaydı, resim, konum bilgisi ve belge paylaşabilmektedir. Son zamanlarda geliştirilen WhatsApp Web uygulaması vasıtasıyla kişisel bilgisayar ve tabletlerden de kullanılabilir. Uygulama, yazılı ve sesli haberleşme olanağı sağlamanın yanı sıra video arama ve hikâye yayınlama gibi nitelikler de barındırmaktadır (Biliciler, 2018).

İnternet paketi içinde yer alan avantajlar arasında ücretsiz ve sınırsız mesajlaşma, görsel ve sesli içerik paylaşımı ile okundu-görüldü bilgisi bulunmaktadır. Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte, WhatsApp'ın sunduğu fırsatlar arasında sınırsız ve ücretsiz mesajlaşma ile sesli ve görsel dosya paylaşımı yer almaktadır. Bu özelliklerle birlikte, kurulan gruplar aracılığıyla topluca hedef kitleye ulaşabilme imkânı da bulunmaktadır. Geleneksel iletişim yöntemlerine göre daha kolay, ucuz ve hızlı olan WhatsApp, aileler arasında da yaygın bir şekilde tercih edilmeye başlanmıştır (Balcı ve Tezel, 2018: 35-64).

2.1.4.9.2.Facebook Messenger: Harvard Üniversitesi öğrencilerinin resimleri ve kısa bilgileriyle bir rehber olmaması nedeniyle ortaya çıkan bir ihtiyaçtan yola çıkarak oluşturulan Facebook'a ilk online çevrimiçi olduğu zaman 450 kişi kaydolmuş ve 22,000 kişinin fotoğrafı uygulamaya kaydedilmiştir. Başlangıçta "Facemash" olarak adlandırılan ve daha sonra "thefacebook.com" şeklinde tanınan platform, 2004 senesinde diğer öğrenciler tarafından da kullanılmaya başlanmıştır. 2004 yılında Facebook katılımcı sayısı bir milyon kişiye ulaşmıştır (Gümüş, Zengin ve Geçti, 2013).

Facebook'un kısa zamanda birçok katılımcıya sahip olmasında uygulamada bulunan niteliklerin katkısı olduğu düşünülmektedir. Facebook'un ön sayfasında belirtilen herkesin ücret ödmeden katılabileceği detayı, kullanıcıların siteye kolayca erişebilmesini sağlamaktadır. Kullanıcılar, Facebook üzerinde gerçek ya da sahte profiller oluşturarak kendileriyle ilgili birçok bilgiyi paylaşabilmekte, anlık durum güncellemelerini diğer katılımcılara iletebilmekte ve diğer üyelerin durum güncellemelerine de değerlendirme yapabilmektedirler. Bu özellikler, kullanıcıların

platformda etkileşimde bulunmasını kolaylaştırarak Facebook'un hızla büyümesine katkı sağlamıştır (Çelik, 2012).

Kullanıcılar, Facebook vasıtasıyla eskiden beri görmediği yakınları ile görüşebilmekte, mevcut arkadaşlarını takip ederek bağlantıda kalabilmekte, yabancı kişilere tanışmak amacıyla takip isteği gönderebilmekte ve değişik topluluklara dahil olarak yeni sosyal çevreler edinebilmektedirler. Ayrıca, kullanıcılar bilgilerini istedikleri düzeyde, istedikleri kişilerle paylaşarak kendi gizliliklerini ve özel yaşamlarının gizliliğini kontrol altında tutabilirler. Aynı zamanda, çevrim içi durumda kalma ve internet erişimlerinin olduğu her yerde arkadaşlarının paylaşımlarını takip etme gibi imkanlara da sahiptirler (Yelpaze ve Ceyhan, 2015).

2.1.4.9.3.Skype: Skype, en köklü çevrimiçi iletişim platformlarından biridir. İlk olarak sadece video görüşmeleri için tasarlanmış olmasına rağmen, zamanla diğer temel özellikleri de bünyesine katarak kullanıcılara sunulmuştur. Bu özelliklerin bir araya gelmesi, Skype'ın küresel çapta başarılı bir uygulama ve tanınmış bir marka haline gelmesini sağlamaktadır. İsveç ve Danimarka'dan iki büyük girişimcinin 2003 yılında başlattığı bu platforma, Estonyalı yazılımcılar da katkıda bulunarak Ağustos 2003'te Skype'ı ilk kez kamuya duyurdular. Skype, 2011 yılında Microsoft'a toplamda 8,5 milyar ABD doları karşılığında satılmıştır. O günden beri Microsoft ile çalışmalarını sürdürmektedir (Derindağ, 2019: 36).

Skype, ilk olarak 2003'te kullanıma sunulan bir gerçek zamanlı mesajlaşma platformudur. Mobil cihazlar, bilgisayarlar ve Alexa gibi cihazlar üzerinden yazılı, sesli ve görüntülü iletişim imkânı sunar. Skype, 50 kişilik gruplarla anlık mesajlaşma ve bu gruplarla aynı anda sesli veya görüntülü görüşme yapabilme özelliğine sahiptir (Himmetoğlu, 2020).

2.1.4.9.4.TikTok: Nisan 2014'te başlatılan ve özellikle 13-18 yaş aralığındaki kullanıcılar arasında yaygın olarak kullanılan Musical.ly, popüler müzik türlerini kullanıcı videolarıyla birleştirme amacı taşıyan bir platformdur. 2017'nin ortalarında, 200 milyondan fazla kullanıcıya sahip rekabetçi bir uygulama haline gelmiştir (Aras, 2021). Kullanıcıların yaratıcı içerikleri diğer sosyal medya platformlarında paylaşmasıyla Musical.ly daha da popüler hale gelmiştir. Ağustos 2018'de, Çin merkezli ByteDance şirketi tarafından 800 milyon dolara satın alınarak TikTok'a

dönüşmüştür. Bu satın alımın ardından, uygulama içindeki tüm hesaplar ve içerikler TikTok'a aktarılmıştır (Akyazı, 2020).

TikTok, Douyin adıyla bilinen dudak senkronizasyon uygulamasıyla birleşerek Eylül 2018'de 1 milyardan fazla indirme sayısı ile Facebook, Instagram, YouTube ve SnapChat gibi diğer platformları geride bırakarak hızla popülerlik kazanmıştır (Jia ve Liang, 2021).

TikTok, 2021'in ikinci yarısından itibaren kullanıcıların müzik eşliğinde hareketlerini videoya kaydetmelerini ve bu içerikleri paylaşımlarını sağlayan 'tepkiler' panelini uygulamaya entegre etmiştir. Ayrıca, iki saatten fazla çevrimiçi olan kullanıcıları uyararak dijital refahlarını korumaya yardımcı olan bir özellik de eklemiştir. TikTok'un dans videoları, meydan okumalar, komik içerikler ve sihirbazlık numaraları gibi çeşitli içeriklerin oluşturulmasına olanak tanıyan geniş alt yapıya sahip olması, önceki platformu Musical.ly'den ayıran temel bir özelliktir (Parsa ve As, 2021).

TikTok, hareketli içerikleri kolayca üretip paylaşmayı sağlayarak kullanıcıların ilgisini çekmektedir. Kullanıcı dostu yapısı ve otomatik video oynatma özelliğiyle, izleyicileri eğlenceli ve bağımlılık yaratan bir deneyimle buluşturmaktadır. Kullanıcılar günlük yaşamlarından anlık görüntüler yakalayıp, bunları müziklerle birleştirerek kısa ve etkileyici videolar oluşturabilmektedirler. TikTok'un bu özellikleri sayesinde, insanlar hem yaratıcı olma imkânı bulmakta hem de kısa sürede geniş bir kitleye ulaşabilmektedirler (Geyser, 2021).

Farklı sosyal medya uygulamalarının insanlar arasındaki kullanım amaçlarını, alışkanlıklarını ve etkileşimlerini bilmenin, bireylerin sosyal medya nedeniyle yüz yüze iletişimden uzaklaşarak asosyalleşmelerine neden olduğunu anlamamıza katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.1.5.Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları

İnsanları belirli bir amaca yönlendiren ve içlerindeki isteği tatmin eden motivasyon, Maslow'un belirttiği gibi, her bireyde sürekli olarak var olan, hiç bitmeyen ve oldukça karmaşık bir özellik taşır. Motivasyon, bireylerin davranışlarının arkasındaki temel itici güç olarak kabul edilir. Harekete geçiren, devam ettiren ve

olumlu bir yöne doğru yönlendiren motivasyonun bu üç özelliği, insanların başarıya ulaşmalarına yardımcı olur (Keskin, 2008: 18).

2.1.5.1.Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya

Kullanım Motivasyonları: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı (KDY), aktif izleyicilerin sosyal medya aracılığıyla çözmeye çalıştıkları karmaşık ve kişisel gereksinimleri savunmaktadır. Medya kullanımının psikolojik ve sosyal yönlerini inceleyen KDY, iletişim sürecinde gönderici kadar izleyicinin de etkili olduğunu öne sürer. Bu yaklaşım, iletişimin göndericinin niyeti değil, izleyicinin anlamıyla ilgili olduğunu vurgular (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974).

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, insanların ihtiyaçlarının karşılanmasıyla tatmin edilmesi gerektiği fikrinden hareket eder. Kitle iletişim araçları ise bu memnuniyete ulaşmak için kullanılan araçlardan biri olarak kabul edilir. Bu araçlar ve sunulan içerikler arasında tercih yaparak ihtiyaçlar belirlenir. İnsanların toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları bulunur. İnsanlar, medya ve diğer kaynaklardan bu ihtiyaçlarını karşılamak için belirli beklentilere sahiptirler. Medya tüketiminin sonucunda bu ihtiyaçların bazıları giderilir (Temel, 2019).

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına göre, izleyiciler medya içeriklerini bazı ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmaktadırlar. Bu kullanım sonucunda izleyicinin ihtiyacı giderilir ve dolayısıyla izleyiciler, ihtiyaçlarını karşılamak için medya içeriklerini kullanarak tatmin olmaktadır. Bu yaklaşımda, medya içeriği ile izleyici arasında işlevsel bir ilişki olduğu kabul edilmektedir. Kullanımlar ve doyum yaklaşımına göre izleyiciler, yayınları farklı şekillerde yorumlayabilirler ve istenilen mesajın dışında kendi sonuçlarını ortaya koyabilmektedirler (Cevher ve Ustakara, 2019).

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ile ilgili araştırmaların ortak özelliği, insanların sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına odaklanmaları ve bu ihtiyaçları karşılamak için medya içeriklerine yönelmeleri gerektiği düşüncesinden hareket etmeleridir. İnsanlar belirli medya içeriklerini kullanarak mevcut ihtiyaçlarını karşılayabilirler. Örneğin, bir televizyon programını izlemek eğlence ihtiyacını giderirken, bilgiye ihtiyaç duyan bir başka izleyici kitap ya da makale okuyarak bilgi ihtiyacını karşılayabilir (Oral, 2022).

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı üzerine yapılan araştırmalarda bireylerin sosyal medya içeriklerini takip ederek ve izleyerek sağladıkları doyumlar genel olarak eğlenme, bilgilenme, boş zaman geçirme, ekonomik fayda sağlama, sosyal kaçış ve toplumsal uyum motivasyonları olarak özetlenebilir (Akçay, 2011).

2.1.5.1.1.Sosyal Geri Çekilme Motivasyonu: Kullanıcıların gündelik hayatın problemlerinden, yükümlülüklerinden veya baskılarından uzaklaşmak amacıyla sosyal medya uygulamalarını kullanmalarıdır (Quan-Haase ve Young, 2010).

2.1.5.1.2.Bilgi Edinme Motivasyonu: Kitle iletişim araçlarının ve sosyal medya uygulamalarının öncelikli görevlerinden biri de bilgi sağlamaktır. Bilgi edinme motivasyonu, sosyal medya uygulamalarını kullananların sosyal medya uygulamaları vasıtasıyla değerli haberleri ve çevresindeki bireylerin yaşamlarında meydana gelen değişiklikleri izlemek amacıyla yararlı bilgiler sağlamak için kullanılmasıdır (LaRose ve Eastin, 2004).

2.1.5.1.3.Serbest Zaman Motivasyonu: Serbest zaman, bireysel seçimler veya haz odaklı istekler için seçim yaparak, insan varoluşu için mecburi olanı aşan eylemler için geçirilen vakittir. Serbest zamanın bu alanında, keyif almak, dinlenmek ve neşelenmek için dış etkenlerden etkilenmeden ve finansal getiri beklentisiyle aktif biçimde bir faaliyete katılım mecburiyeti yokken kişinin gönüllü olarak yer almayı istemesi, çevresi ile uyumlu ve verimli bir iş birliğini tercih eden bir bakış açısıdır (Ardahan ve Yerlisu Lapa, 2010).

2.1.5.1.4.Finansal Yarar Motivasyonu: Finansal yarar motivasyonu, genellikle sosyal medya uygulamalarının üyeler tarafından bazı maddi yararlar elde etmek için kullanılmasıdır. Sosyal medya uygulamaları, üyelerin sanal ortamda ücretsiz kampanyalar düzenlemesine, alışverişini basitleştirmesine, fiyat ve ürünleri karşılaştırmasına, vakit ve mekân sınırlaması olmadan kampanya güncellemelerini izlemesine, ürünler ile ilgili yararlı bilgiler edinmesine ve diğer üyelerle ücret ödmeden etkileşim kurmasına imkân tanımaktadır (Himmetoğlu, 2021).

2.1.5.1.5.Sosyal İletişim Motivasyonu: Topluluklar beceri, kültür ve bilgi temin ederek karşılıklı olarak birbirlerinden etkilenmektedir. İnsanlar arasında iletişimin transferini sağlayan sosyal iletişim ve etkileşim, bireylerin ve toplulukların

eylemlerinin iletişim karşılıklı etkileşimini ifade etmektedir. Sosyal iletişim motivasyonu, sosyal varlık olan insanların yaşamlarına sağlıklı olarak devam edebilmesi için diğer bireylerle iletişim gereksiniminin karşılanmasında önemli görülmektedir. Bu kapsamda, insanoğlu diğer insanlarla iletişim ve etkileşim kurmadan yalnız başına yaşamını sürdüremeyeceği için, sosyal iletişim motivasyonu bireylerin iki taraflı sosyal iletişim ve etkileşim gereksinimlerini gidermeyi hedeflemektedir. Bu vesileyle sosyal medya uygulamaları bireylerin sosyal gereksinimlerini giderebilmektedir (Koçak, 2012).

2.1.5.1.6.Keyif Alma Motivasyonu: Sosyal medya uygulamalarının birçoğu keyif ve eğlendirme niteliklerine sahiptir. Fakat son zamanlarda sosyal medya uygulamalarının keyif motivasyonu rolü, diğer kitle iletişim araçlarının önüne geçmiştir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı kapsamında kişiler eğlenme ve keyif alma gereksinimleri için kitle iletişim araçlarını kullanmaya yönelirler. İnsanların keyif alma gereksinimlerinin sosyal medya uygulamaları kullanımı ile giderilmesi, sosyal medya uygulamalarının keyif alma ve eğlence etkinlikleri için kullanılması anlamını taşımaktadır (Ayhan ve Balcı, 2009: 13).

2.1.5.1.7.Toplumsal Uyum Motivasyonu: Birey, aynada kendi yansımasına bakarak hem kendi hem de diğerlerinin kendisi hakkında nasıl bir izlenim oluşturduğunu değerlendirir. Bu sürede, kişi kendi algısıyla ve başkalarının algısıyla sembolik bir etkileşim içindedir (Balıkçıoğlu, 2016).

Sosyal medya kullanım motivasyonları bireylerin sosyal medyayı hangi motivasyonlarla kullandıklarını anlamamızda bize yol gösterici olabilmektedir. Bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını anlamanın, asosyallığe neden olan etkenleri belirlemede ve bu olumsuz etkenler için çözüm stratejileri geliştirmede yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Sosyal medya kullanım motivasyonlarını anlamak, sosyal hizmet uzmanlarına bireylerin iletişim, kişisel ifade, bilgi edinme ve sosyal kaçış gibi ihtiyaçlarını anlamalarında yardımcı olur. Sosyal hizmet uzmanları bu sayede, sosyal beceri eğitimi sağlama, alternatif aktiviteler önerme ve dijital detoks gibi yöntemlerle bireylerin sosyal medya dışındaki sosyal ilişkilerini güçlendirebilirler. Bununla birlikte, aile ve

toplum desteğini kullanarak bireylerin sosyal medya bağımlılığı ile başa çıkmalarına katkı sağlayabilirler.

2.1.6.Sosyal Medyaya Kuramsal Bir Bakış

2.1.6.1.Suskunluk Sarmalı Kuramı:1974'te Noelle-Neumann tarafından geliştirilen Suskunluk Sarmalı Kuramına göre; kişiler çevrelerinde toplum tarafından kabul gören ve toplum tarafından reddedilen düşünceleri gözlemleyerek bu fikirleri belirlemeye çalışmaktadır. Suskunluk Sarmalı Kuramı kamuoyu oluşmasında iletişimin rolüne odaklanarak başkalarının fikirlerinin, kendi düşüncelerinin temelini oluşturduğunu varsaymaktadır. II. Dünya Savaşı sonrasında sosyal psikoloji alanında geliştirilen etki araştırmaları Suskunluk Sarmalı Kuramı'nın gelişmesinde etkili olmuştur (Kutlu, 2019).

Elisabeth Noelle-Neumann, toplumdaki bireylerin toplumdan dışlanma korkusu ile fikirlerini ifade etmekten kaçındıklarını belirtmiştir. Medya dışında toplumda bireyin görüşleri temsil edilmiyorsa veya az temsil ediliyorsa birey açısından toplum içinde konuşmak tehlikeli ve korku verici olabilmektedir Noelle-Neumann (1974), suskunluk sarmalı konusunda yaptığı çalışmaların kuramını desteklediğini ortaya koyarken kitle iletişim medyasının bu noktada önemli bir araç olduğunu da belirtmiştir. Suskunluk Sarmalı Kuramı aşağıdaki varsayımlara dayanmaktadır (Aktaş, 2020).

- Belli bir düşünceyi benimsemede yalnız olduğunu düşünen bireyler, bu düşünceyi açıkça ifade etmekten kaçınırlar, görüşlerinin diğer insanlarla paylaşıldığında destekleneceğini düşünürler ise görüşlerini diğer insanlarla konuşurlar.
- Bireyin düşünceleri medyada yeterince dile getirilmiyor veya yer almıyorsa birey bunun kabul görmeyen bir davranış olduğunu düşünebilir.
- İletişim araçlarının birçoğu aynı kanıları dile getirme eğiliminde olup, insanları yanlış bir yere doğru yönlendirmektedir.
- Belli bir görüşe sahip insanlar bulunduğu toplumdan dışlanma korkusuyla görüşlerini dile getirmeye çekinmektedir. Bireyler suskun kaldıkça bu ifade edilmeye çekinilen düşünceler daha az yaygın ve geçerli sayılacak ve bu durum suskunluk sarmalına dönüşecektir. Toplumdaki genel geçer düşünceler

bastırılan bu farklı düşünceler ortaya çıkmaya çekindiği için genel geçer olmaya devam eder (Aktaş, 2020).

Suskunluk Sarmalı Kuramı'nı sosyal medya üzerinden ilişkilendirecek olursak, Sosyal medya kullanıcıları sosyal medyada ideallerindeki profili yaratarak kendilerini gerçekleştirme uğraşı içine girmektedir. Herkes tarafından onaylanmak ve kabul görmek isteyen sosyal medya kullanıcıları yine bu amaçla toplumda benimsenen düşüncelerin paylaşımında bulunur. Birey farklı fikirlere sahip olduğu durumlarda kabul görmeme düşüncesi ve toplumsal baskı nedeniyle sessiz kalmayı tercih eder. Kişinin sahip olduğu düşünce toplum tarafından desteklenmiyorsa kişi dışlanma, ötekileştirilme ve kabul görmeme endişesi yaşayarak sessiz kalır. Suskunluk sarmalı yaklaşımına göre de toplumdaki baskın düşünceler dışında kalan farklı düşünceler zamanla seslerini daha az duyuracaklar ve sonuç olarak sosyal medyada geçerli olan genel toplumsal görüşler doğru ve baskın olarak algılanacaktır. Sosyal medya kullanıcıları da toplumda hangi fikirlerin benimsenen düşünceler hangi fikirlerin azınlıkta olan ve toplumdan dışlanan düşünceler olduğunu takip etmekte, toplumdan dışlanmama ve toplumda kabul görme amacıyla paylaşımlarını bu yönde yapmaktadır (Çobanoğlu, 2007:14).

Bu teoriye göre, bireyler, toplumda egemen olduğunu düşündükleri görüşlere karşı dışlanma korkusuyla kendi düşüncelerini ifade etmekten kaçınabilirler. Aynı şekilde, egemen görüşlere sahip olduklarını fark ettiklerinde ise daha cesur bir şekilde görüşlerini ifade edebilirler. Egemen düşünceye sahip olanlar daha aktif bir şekilde konuşmaya başladıkça, diğer kişiler sessizliğe doğru yönelebilirler. Bu açıklanan görüş, hızla egemen hale gelme eğilimi gösteren bir sarmal yapı şeklinde yayılmaktadır (Çoban, 2017).

Suskunluk Sarmalı Kuramı, sosyal medya sonucu asosyalleşen bireylerde, popüler görüşlere uyum sağlama baskısı nedeniyle kendilerini ifade edememe ve sosyal izolasyon yaşama durumlarını açıklayabilir. Sosyal hizmet uzmanları bu kuramı kullanarak danışanlarının sosyal medya üzerindeki etkileşimlerini analiz edebilir, onları özgürce ifade etmeleri konusunda destekleyebilir ve sosyal kaygılarını azaltmalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, bireylere farklı görüşleri ifade etmenin önemini göstererek, toplumda sağlıklı iletişim ortamları oluşturabilirler. Bu şekilde, bireylerin sosyal katılımını teşvik edilerek toplumsal uyumları artırabilir.

2.1.6.2.Determinizm Kuramı: Determinizm terimi kısa bir ifade ile dünya üzerinde gerçekleşen bir olayın, asıl olarak bir nedene dayandığını ve bu nedenlerin birbirleri ile sıkı bir şekilde nedensellik bağı bulunduğunu ifade etmektedir. Bu kapsamda teknolojik determinizm de teknolojinin nedenselliğine dayandırılmaktadır (Aytekin Gül, 2022).

Teknolojik determinizm kuramı teknolojiyi insan yaşamının odağına oturtur, sadece basit gündelik olayları değil bununla birlikte ekonomik ve politik olayları da etkiler. Normalde teknolojinin insanoğlu tarafından ortaya atılan, insanların yönettiği bir terim olduğu düşünülürken teknolojik determinizm kavramı bu noktada teknolojiye bir bağımsızlık kazandırır ve bu bağımsızlık içinde bireyi görmezden gelerek teknolojinin gücü üzerinde çalışmalarını sürdürür. Teknoloji o kadar güçlüdür ki insan onun belirlediği gibi yaşamını sürdürür (Demir Dicle, 2022).

Determinist yaklaşım, toplum ve insan için de geçerlidir. Bu yaklaşıma göre, insanın yapmış olduğu davranış, fikir ve ahlaki kararları önceden belirlenmiş kural ve yasalara göre belirlenmektedir. Çünkü insan ahlaki fiillerde bulunurken bile birtakım faktörlerin zorunlu sonucu olarak o davranışı gerçekleştirir. İnsan iradesi nedensellik bağı ile eyleme dönüşmektedir ve bunda bireyin etkisi bulunmamaktadır (Demirkan, 2021).

Determinizm Kuramı, bireylerin davranışlarının ve sosyal etkileşimlerinin teknolojik ve çevresel faktörler tarafından belirlendiğini vurgulamaktadır. Bu kuram, sosyal hizmet uzmanlarının, danışanlarının sosyal medya kullanımını ve bunun üzerlerindeki etkilerini anlamalarına yarar sağlayabilir. Sosyal hizmet uzmanları, bu kuramı kullanarak, bireylerin daha sağlıklı sosyal etkileşimler kurmalarına ve sosyal medya bağımlılığını yönetmelerine yönelik yöntemler geliştirebilir. Bu sayede, bireylerin toplumsal uyumu ve genel refahı artırabilir.

2.1.6.3.Sistem Kuramı: Sistem kuramı, organizmaları, sistemleri, işleyişleri ve örgütleri bir bütünü tamamlayacak biçimde birbirleri ile entegre ve uyum içinde olan ilişkili unsurlar dizisi olarak ele almaktadır. Böylece sistem, üst sistem, alt sistem açısından çeşitli oluşumları içerisindeki faktörleri ve özellikleri arasındaki etkileşim ve ilişkiler bütünü biçiminde tanımlamaktadır. Buna göre sistemlerin bir denge noktası bulunmaktadır. Fakat bu odak noktası dinamiktir, güç birliklerini, birtakım karşılıklı etkileşimleri ve çatışmaları içermektedir (Tutar, 2015).

Toplumsal iletişim süreçlerini belirli bir kapsam içinde değerlendirerek, sistem yaklaşımının iletişim olgularını, olaylarını ve süreçlerini anlamayı, analiz etmeyi ve tahminde bulunmayı kolaylaştırdığı söylenebilir. Bununla birlikte iletişim sürecini daha etkili bir şekilde denetleme kontrol etme olanağı sağlamaktadır. Bu sebeple, sistem kuramı gelişen teknolojinin ve sosyal medyanın iletişim süreçlerine etkilerini daha sağlıklı bir şekilde analiz edebilmemizi sağlayabilmektedir (Yöndemli ve Poyraz, 2015: 445).

Küreselleşme ile artan kapitalist sistem etkisi, sosyal yapıda değişimlere ve göç olgusuna neden olarak şehir nüfusunun hızla yükselmesine ve karmaşık ilişki ağlarına sebep olmuştur. Sistem kuramı kapsamında bu süreçlerin kapitalizm, küreselleşme, sanayileşme, göç olgusu ve hızlı şehirleşme gibi unsurların bireyler arası iletişime ve ilişkilere yansımaları bulunmaktadır. Bu karmaşık iletişim yapıları, geleneksel ve sosyal medyada artan ilişkileri ve toplumsal grupları şekillendirmiştir. Oluşan bu gruplaşmalar hem doğrudan ortaya çıkabilmekte hem de ortak çıkarlar ve amaçlar doğrultusunda sonradan oluşabilmektedir (Demirkol, 2015).

Sistem kuramı çerçevesinde sosyal medya uygulamalarının insanları asosyal hale getirdiği, güvenli bir yaşamı ve sağlıklı iletişimi engellediği, güvenli olmayan sanal bir ortamda iletişimin gerçekleştirildiği konuları üzerinde durulmaktadır. Bununla birlikte, tehlikeli ve güvenilmeyen kişilerle iletişim kurulduğu, kullanıcıların sanal ortama hapsedildiği, sanal dünyanın beden ve ruh sağlıklarına ciddi zararlar verdiği uyarıları uzmanlar tarafından sıkça belirtilmektedir (Tarhan ve Nurmedov, 2013).

Sistem Kuramı, birey ve çevresi arasındaki ilişkinin dinamik etkileşimlerle şekillendiğini vurgulamaktadır. Bu kuram, sosyal hizmet uzmanlarının, danışanlarının sosyal medya kullanımını ve bunun üzerlerindeki etkilerini bütüncül bir şekilde değerlendirmelerine katkı sağlayabilir. Sosyal hizmet uzmanları, bu kuramı kullanarak bireylerin sosyal medya bağımlılığını yönetmelerine ve sosyal ilişkilerini güçlendirmelerine yönelik stratejiler geliştirebilir.

2.1.6.4.Goffman Benlik Sunumu Kuramı: Literatürde benlik sunumu, Goffman'ın "Günlük Yaşamda Benlik Sunumu" adlı çalışmasında geliştirilen kavramsal çerçeveye değerlendirilmektedir. Goffman, kimliğin durumsal ve sosyal normlara göre şekillendiğini ve sanal platformlarda meydana gelen sosyal durumlara

uyarlanabileceğini belirtmektedir. Goffman, bireylerin yeni birileri ile karşılaştıklarında ilk olarak o kişi hakkında bilgi edinmeye çalıştıklarını ve bunun için mevcut bilgilerini kullandıklarını belirtir. Bu süreçte, toplumsal statü, maddi durum, başkalarına karşı tutum, kendini değerlendirme biçimi, iş yetkinliği ve güvenilirlik gibi ögelere dikkat eder. Bireylere ait bu bilgiler, gözlemcilerin beklenen ve olası durumlar konusunda önceden bilgi sahibi olmalarını sağlayarak durum analizinde bulunmalarına yarar sağlar ve bireyin beklenen davranışlarını anlamak açısından değerli görülmektedir (Kavut, 2018).

Goffman, belirli bir performans sergilendiğinde, performansın gerçekleştiği alanı "vitrin bölgesi" olarak adlandırır. Bu alana karşılık olarak, "sahne arkası" terimini kullanır. Sahne arkası, seçilmiş performansın oluşturduğu izlenimin tam tersini gösteren bir yer olarak tanımlanır. Goffman, bireylerin günlük hayatlarını sahne önü ve sahne arkası olarak ikiye ayırır. Vitrin bölgesinde, kişi ideal bir imaj sergilemeye çalışır ve benliğinin ideal olmayan yönlerini gizlemek için sadece sahne arkasına geçer. Sahne arkası, performansın sergilendiği vitrinin yanında, bir geçiş alanı veya bekçi bulunan bir bölümle ayrılmıştır. Ön ve arka alanların komşu olması, vitrindeki aktörün performans esnasında rahatlamasına destek olur; aktör sahne arkasından yardım alabilir, nefes almak ve dinlenmek için bu alana geçiş yapabilir. Sahne arkası sadece aktörlerin bulunduğu ve güvенеbileceği bir yer olup, burada kişi gerçek benliğini sergiler. Bu alandaki davranışlar sadece ekip üyeleri tarafından bilinir ve bu yüzden sahne arkasının izleyicilerden gizli tutulması doğaldır (Özal, 2019).

Bireyler, bilinçli ya da bilinçsiz olarak çeşitli izlenimler oluşturur. Bazı kişiler, belli bir izlenim oluşturmak ve kendini farklı biçimde sunmak için dikkatli yollar geliştirir. Fakat, toplumsal olayların anlık değişebilmesi sebebiyle, genellikle anında verilen tepkilerle etkileşim kurulur. Bazı bireyler, toplumdaki konumlarına uygun davranmak veya bir gruba uyum sağlamak için farklı roller üstlenebilir. Günümüzün sanal dünyasında, bireyler görsellerini ve içeriklerini planlayabildikleri için daha öngörülü bir benlik sunumu gerçekleştirilebilir (Yaman, 2022).

Goffman'a göre, bireyler sahne öğelerini kullanarak çevrimdışı bir kimliği yansıtarak performans sergilerler. Sanal benliklerin, gerçek hayattaki benlik sunumunu etkilediği ve benlik sunumunun yeniden yaratıldığı belirtilmektedir. Bu bağlamda, tasarlanan avatarların bireyin kimliğini yansıtacak şekilde oluşturulması ve

çevrimiçi ortamda kullanılmasının etkisi vurgulanmaktadır. Bireylerin iki tür benliği olduğu ve bu iki benliğin birbirine bağlandığı ifade edilmektedir. Böylece, benlikler arası eşitsizlik en aza indirilmektedir. Araştırmacılar, bireyin dürüst ve tutarlı olmak istediği için benlikleri arasındaki farkın rahatsızlık yaratacağını öne sürmektedir. Çünkü, bireyler belirli bir kimliği sürekli olarak yansıtmak zorunda kalmaktadır (Bullingham ve Vascancelos, 2013).

Goffman'ın benlik sunumu kuramı, sosyal medya sonucu asosyalleşen bireylerin çevrimiçi ve çevrimdışı kimliklerini uyumlu hale getirmelerine fayda sağlayabilir. Sosyal hizmet uzmanları, danışanlarının sosyal medya kullanımının psikososyal etkilerini analiz ederek, daha sağlıklı sosyal medya alışkanlıkları geliştirmelerine ve sosyal bütünleşmelerine katkı sağlayabilir. Ayrıca, sosyal hizmet uzmanları bu kuramı kullanarak bireylere eğitim verip politika geliştirme süreçlerine yardımcı olabilir, böylece toplumda daha sağlıklı sosyal medya etkileşimleri teşvik edilebilir.

Sosyal medya kullanımı ile ilgili kuramsal bakış açılarını tanımak, bireylerin sosyal medyanın asosyal davranışlara etki eden yönlerini anlamakta fayda sağlayarak sosyal medyanın daha makul bir seviyede sağlıklı kullanımı için yöntemler geliştirilmesine katkı sağlayabilmektedir.

2.1.7.Sosyal Medyanın Bireyler ve Toplum Üzerindeki Etkisi

2.1.7.1.Sosyal Medyanın Bireyler Üzerindeki Etkisi: Günümüz dünyasında, sosyal medya bireylerin hayatında büyük bir yer kaplamaktadır. Bu kadar geniş bir kitleye hitap eden ve gün geçtikçe kitlesini daha da genişleten sosyal medyanın, birey üzerindeki ve dolayısıyla kurduğu ilişkiler üzerindeki etkisi yadsınamaz. Sosyal medyanın, dünyaya kattığı faydanın yanında bireye verdiği pek çok zararı da bulunmaktadır. Sosyal medyanın sıklaşan kullanımı; birey üzerinde yarattığı çeşitli baskı ve duygulanımlar ile kurduğu akran, aile ve romantik ilişkilerini olumsuz yönde etkilemektedir (Savcı ve Aysan, 2017).

Teknoloji kullanımı ile sosyal bağlantı arasındaki ilişkide, teknolojinin sorunlu bir şekilde kullanılması önemli bir faktördür. Eğer teknoloji kullanımı, bireyin gerçek yaşamındaki sosyal ilişkilerini kısıtlıyor, onu yalnızlaştırıyor ve toplumdan uzaklaştırıyorsa, sosyal bağlantı negatif yönde etkilenebilir. Aşırı teknoloji kullanımı,

bireyin gerçek yaşamdaki sosyal etkileşimleri ve kişilerarası ilişkilerini sınırlayabilir. Bu durum, bireyin gerçek dünya etkileşimlerinden uzaklaşmasına neden olabilir. Gerçek yaşamdan tecrit edilen birey, kendi ilişkilerinin anlamlı bir parçası olarak kendini görmekte zorlanabilir (Savcı ve Aysan, 2017: 210).

Yalnızlık, yaşamın farklı dönemlerinde değişik şekillerde hissedilebilir. İlk yalnızlık deneyimi, anne ile bağın kopmaya başladığı zamanda başlar. Sağlıklı ailelerde büyüyen çocukların, boşanmış ailelerde büyüyenlere göre daha az yalnızlık hissettikleri bilinir. Ailede kendini eksik hissedenden çocukların, çevreleriyle bağ kurmakta zorlandığı ve yalnızlık eğiliminin arttığı görülür. Gençlerin, aileleri ve arkadaşlarıyla zayıf ilişkiler kurması ve aile içi etkinliklere daha az katılması, onları internet ve sosyal medyaya daha fazla yönlendirir (Sezen, 2020).

Sosyal medyanın popülerliği sadece gençler arasında değil yetişkinler arasında da yaygın bir şekilde görülmektedir. Bireyin kendini sosyal açıdan eksik hissetmesi, yalnızlık hissini tetikler ve bireyler, yalnızlık gibi negatif duygulardan kaçmak için evrimii sanal ortamları tercih edebilirler. Bu yönelim, bireylerin sanal ortamda etkileşimlerini artırırken, sosyal medya kullanımlarını artırabilir. Aşırı sosyal medya kullanımı ise yüz yüze iletişimi ve sosyalleşmeyi azaltabilmekte ve bireylerin daha fazla yalnız olmalarına neden olabilmektedir (Caplan, 2003: 638).

Bireyler, sosyal medya üzerinden paylaşımlar gerçekleştirerek sosyalleştiklerini düşünmektedirler. Bireylerin sosyal medyada geçirdiği süre uzadıķa yüz yüze gerçekleştirebilecekleri sosyal aktivitelerden uzaklaştıkları görülmektedir. Sosyal medya kullanıcıları sanal ortamdaki bildirileri ve paylaşılan hikayeleri sosyal bir etkinlik olarak görmektedirler. Kullanıcıların zihinleri sosyal ilişkilerin sanal ortamdaki bildirim ve takip üzerinden yürüdüğüne inanmaktadır (am ve İşbulan, 2012: 17).

Sosyal medyanın aşırı kullanımı, sosyal medya bağımlılığına neden olabilmektedir. Sosyal medyaya fazla zaman ayıran bireyler, hızlı haberdar olma arzusuyla sanal dünyadaki evrimii sorunlarla ve sanal iletişimle daha fazla ilgilenmeye başlayabilirler. Online sosyal medya uygulamalarının gereğinden fazla kullanımı bireylerde yalnızlık, psikolojik sorunları ve bağımlı olma riskini artırabilmektedir. Sosyal medya bağımlıları, bu araçların kullanımını sınırlandıramayarak kontrolsüz bir şekilde davranabilirler. Sosyal medya bağımlılığı

ise kişilerin sosyal ilişkilerinin bozulmasına yol açabilmektedir (Balcı ve Baloğlu, 2018: 215).

Kişilerin sanal dünyada kendilerini en iyi şekilde sunmaya çalışmaları ve paylaşılan içeriklerin gerçekçi olmayan görünüm standartlarının ödüllendirmesi, sosyal medyada sosyal görünüş kaygısının artırmasına sebep olabilmektedir. Bireyin olumsuz beden algısı da sosyal görünüş kaygısını artırabilmektedir. Sosyal medya uygulamalarının kullanımının artması ve problemlili internet kullanımı da sosyal görünüş kaygısını olumsuz etkileyebilmektedir. Sosyal kaygıya sahip kişiler yüz yüze iletişim ve sosyal etkileşim kurma eksikliğini sosyal medya uygulamaları üzerinden gidermeye çalışabilmektedirler. Fakat bu durum onları daha yalnız ve izole bir yaşam sürmeye yönlendirerek sosyal kaygının daha çok artmasına neden olabilmektedir (Eser, 2023).

Mobil sosyal medya uygulamaları ve akıllı telefonların hızla gelişmesi, bireylerin konum ve zamandan bağımsız olarak diğer kişilerle bağlantı kurmasını sağlamaktadır. Fakat, bu artış sosyal medya kullanıcılarını çok fazla bilgi, iletişim ve sosyal isteklerle karşı karşıya bırakabilmektedir. Bu durum, kullanıcıların daha fazla zaman, dikkat ve enerji harcamalarını gerektirirken psikolojik ve davranışsal zorlanmalarla birlikte aşırı yük hissetmelerine sebep olabilmektedir. Sosyal medya kullanımı, kişilerin bilişsel sınırlarını aşan ve baş etmekte zorlandıkları fazla miktarda bilgi, iletişim ve sosyal taleplerle yüz yüze gelmelerine neden olabilmektedir. Bunun sonucunda ise bireyler sosyal medya yükü hissederek gerçek hayatta birtakım sorunlarla karşılaşabilirler (Erdal Akyüz, 2023).

Sosyal medyanın kullanımının ne kadar tehlikeli olabileceğini dört farklı hikâye ile anlatan Sanal Hayatlar (Disconnect) filmi, sanal ortamın insan ilişkilerini nasıl etkileyebileceği ve gerçek hayatta yaşanan sorunları nasıl etkileyebileceğini göstermektedir. Filmde, ilk olarak Derek ve Cindy'nin hikayesi yansıtılmaktadır. Bebeklerini doğmadan kaybeden çift, evde birbirlerine yabancılaşmış ve sosyal ağlara yönelmişlerdir. Derek oyun sitelerinde zaman geçirirken, Cindy sanal dünyada tanıştığı biriyle yakınlılaşmıştır. Fakat bu sanal ilişkiler, gerçek yaşamda sorunlara neden olmuştur. Cindy'nin hesap bilgileri ele geçirilirken, Derek maddi kayıplar yaşamıştır. İkinci hikâye, lise ğrencisi Ben'in akran zorbalığı ve siber zorbalığa maruz kalışını anlatmaktadır. Ben, ailesinin onunla ilgilenmemesi sebebiyle yalnızlık

hisseder ve sosyal medyada fake hesaplarla iletişim kurar. Fakat gerçeklerle yüzleşince intihar eder. Üçüncü hikâye ise 17 yaşındaki Kyle'ın sanal striptizci olarak çalışmasını ve haber muhabiri Nina ile ilişkisini anlatmaktadır. Kyle, anne şefkatinden yoksun bir gençtir ve Nina'nın ilgisiyle bu eksikliği bir parça da olsa gidermeye çalışır. Nina' nın kendisi ile sırf haber yapabilmek için ilgilendiğini anlamasına rağmen onu hayatından çıkartmak istememektedir (Ergün ve Mısırlı, 2023).

Sosyal medya ailede eşler arasındaki iletişimi de etkilemektedir. Sosyal medyanı eşler arasındaki iletişimi en çok etkilediği konular arasında; ilk olarak, eşlerin birlikte geçirdikleri zamana sosyal medyada geçirilen zamanın tercih edilmesi bulunmaktadır. İkinci olarak, sosyal medyanın belirsizlik özelliği sebebiyle sanal aldatmaların yaşanması ve bu durumun eşler arasında güvensizlik duygusuna yol açması yer almaktadır. Bireylerin çoğu, akıllı telefon veya bilgisayarlarını açtıklarında öncelikle üye oldukları sosyal medya platformlarına bakmakta ve bu platformlarda önemli ölçüde zaman geçirmektedirler. Çiftler arasındaki bu hal, kritik bir iletişim kopukluğuna yol açmaktadır. Bunun nedeni eşler, yüz yüze iletişim yerine günümüzde popüler hale gelen sosyal medyada vakit geçirerek yüz yüze iletişim biçiminden uzaklaşmaktadır (Dizman, 2019).

Sosyal medya aileyi ve özel yaşamı da olumsuz yönden etkileyebilmektedir. İnsanlar özel yaşantılarını sosyal medyada paylaştıkça, özel yaşamın herkese açık hale gelmesi ve başkaları tarafından görülebilir hale gelmesi normal ve kabul edilebilir bir durum haline dönüşmüştür. Popüler kültürün oluşması ve yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin rol model algısı değişmiş ve sosyal medyada gördükleri bireylerin yaşantılarına özenmeye başlamışlardır. Sonrasında, sosyal medyadaki bu popüler kişilerin yaşamlarını tam olarak yaşayamamalarına rağmen, en azından onlar gibi özel yaşamlarını sergileme veya görünme fikri veya güçsüzlüğü geliştirmeye başlamışlardır. Bu durumun en önemli nedeni, bireylerin sosyalleşmesinin insani olanının yalnızca yüz yüze iletişimle mümkün olabileceği anlayışının zayıflamasıdır (Eren ve Aydın, 2014: 201).

Sosyal medya uygulamaları aile içinde birçok etkileşime neden olabilmektedir. Sanayi ve teknoloji çağının bir ürünü olarak toplumsal değişimlerin kuşaklar arasındaki uçurumu artırdığı ve kuşak çatışmasının doğmasına neden olduğu bilinmektedir. Farklı deneyimler ve alışkanlıklar yaşayan iki nesil arasındaki bu

farklılıklar, birbirlerine karşı toleransın azalmasını, yabancılaşmayı ve iletişimde empati kuramamayı beraberinde getirmiştir. Son dönemlerde, ebeveynlerle çocukları arasındaki iletişim farklı bir boyut kazanmıştır. Ebeveynler, teknolojik gelişmelere uyum sağlamakta birtakım problemlerle karşılaşmakta ve bunu bir tehlike olarak algılamaktadırlar. Bu değişime ayak uydurabilen ebeveynler çocukları ile kuşak çatışması yaşamamakta iken değişime ayak uyduramayan ebeveynler çocukları ile iletişim problemleri yaşamaktadırlar (Duygulu, 2018: 636).

Yüz yüze iletişimin sosyal ağlar nedeniyle azalması, bireylerin birbirine daha fazla yabancılaşmasına sebep olmaktadır. Sosyal medyada aktif olan kişiler, gerçek yaşamdaki ilişkilerini zayıflatırken, asosyal davranışlar sergileyebilirler. Sanal sosyalleşme alışkanlığı edinen kullanıcılar, devamlı paylaşım ve yorum yapma zorunluluğu hissedebilirler. Bu durum, insanların kendilerini kabul ettirmek için emek verdikleri sanal toplumdan dışlanmamak adına gerçek yaşamdaki ilişkilerini zayıflatabilmektedir.

2.1.7.2.Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkisi: Sosyal medyanın insanlar arasındaki medeni ilişkiler üzerinde de etkisi bulunmaktadır. Birbirine benzeyen kişiler arasında kurulan sanal cemaatler, kendi benzerlerini arar ve farklı olanlarla ilişki kurmaya uzak dururlar. Bu durum, nezaket kurallarına aykırı kaba bir dilin kullanılmasına ve kendi cemaatlerine ait değerlerin savunulmasına neden olabilir. Toplum içinde cinsiyet kimliği, etnik köken, din ve mezhep gibi niteliklere göre ayrı sanal cemaatler oluşabilir ve bu cemaatler, karşı kişi ve gruplara karşı nefret söylemi oluşturabilirler. Sosyal medyada birçok fotoğraf, video ve metnin denetlenmeden önce yayımlanması, sosyal medya uygulamalarında hızla dolaşmasına sebep olur. Bu durum, nefret söyleminin medyada yayılmasını ve kolaylıklara evlere girmesine neden olmaktadır (Akgül, 2017).

Sosyal medya platformlarında, kullanıcılar genellikle oturdukları yerden eleştiren ve bir tıkla kendilerini gerçekleştirmiş gibi hisseden kişiler olarak öne çıkmaktadır. Bu duruma örnek olarak, Akdeniz'de batan mülteci botlarında hayatını kaybeden Ayla bebeğin fotoğrafını paylaşmak kolay bir davranışken, gerçekten sesimizi duyurmak için o sahile gidip o cansız bedeni görmek ve o duyguyu yaşamak fedakârlık gerektiren bir davranıştır. Klavye aktivizminin artmasıyla beraber, sosyal medya uygulamaları binlerce gönderinin anında paylaşılmasına olanak sağlayarak

yönetilemeyecek büyük verilerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu verilerin birçoğu filtrelenmeden veya doğrulanmadan yayılmakta, asılsız ve manipülatif haberlerin sosyal medyada hızla yayılmasına neden olmaktadır (Önkal ve Gündüzlü, 2015: 50).

Sosyal medyanın doğrusal emir komuta yapısına ihtiyaç duymadan iletişim ağının oluşturulabilmesi, bireysel hesaplar vasıtasıyla herkesin sesini duyurabileceği bir ortam yaratmaktadır. Bu sebeple, herkesin lider olduğu ve dolayısıyla hiç kimsenin belirgin bir şekilde öne çıkamadığı bir "küme aklı" oluşturduğuna inanılır. Bununla birlikte, binlerce takipçisi olan sosyal medya aktivistleri, toplumsal hareketlerde öne çıkan kişiler haline gelmiştir. Örneğin, Mısır'da Wael Ghonim ve İspanya'da Fabio Gandara ve Pablo Gallego gibi Facebook sayfa yöneticileri, hareketlerin başlatılmasında ve sürdürülmesinde önemli sorumluluk üstlenmiştir. Bu sosyal medya kullanıcıları, toplumsal hareketlerdeki bu gücün farkında olarak, trollük yöntemini kullanarak yatay örgütlenme inanışlarını zayıflatmakla kalmamış, bununla beraber sosyal medyanın uzlaşmacı bir platform olarak gelişimini engellemeyi başarmışlardır (Akgül, 2017).

Trollük, sosyal medya uygulamalarında nefret söylemi ve siber zorbalık gibi istenmeyen davranış biçimleriyle özdeşleşir. Bu durum genellikle toplum içi olayların sosyal medyaya yansımalarıyla ortaya çıkar. Trollük, sert diliyle ve manipülatif özellikleri nefret söylemini yayma potansiyeline sahiptir. Bununla birlikte, yapay gündem yaratma, manipülasyon oluşturma, siyasi veya dini görüşleri kullanma amaçları ile de kullanılmaktadır. Ancak dini veya siyasi görüşlerle trollük, linç kampanyalarına neden olabilmekte ve nefret suçlarının artmasına yol açabilmektedir (Binark vd., 2015: 128).

Sosyal medyanın toplumsal dinamikler ve insan ilişkileri üzerindeki etkilerini bilmenin, sosyal medyanın neden olduğu olumsuz etkileri azaltmada etkili olacağı düşünülmektedir.

2.2. Asosyal Davranışlar

2.2.1.Sosyal- Asosyal Davranış Kavramlarının Anlamı

Sosyal kelimesi toplumsal anlamına da gelmekle birlikte, toplumla ilgili, topluma ilişkin manasına da gelmektedir (TDK, 2024). Latince 'socius' kavramından

gelen sosyal kelimesi, ‘toplum’ ve ‘birliktelik’ manasına da gelmektedir. Bireye sosyalleşme yeteneği doğuştan gelir. Toplum bilgi, değerleri ve yaşam biçimlerini gruplar vasıtasıyla kişilere aktarır. Birey aktarılan bu bilgi, değer ve yaşam biçimlerini özümseyerek toplumun ferdi olur. Sosyalleşme süreci insanlara toplumsal normlara entegre olmayı öğretir (Kurt, 2014: 24).

Sosyalleşme; toplumsallaşma, toplumsallaştırma, sosyalleştirme, sosyalizasyon sözcükleriyle de izah edilebilir. Sosyalleşme bireyin sosyal varlık durumuna gelirken örf, gelenek, din ve ideolojileri, aktarma ve içselleştirme süreci olup hayat boyu devam etmektedir. Birey bulunduğu topluma uyum göstermek ve bu süreci sağlıklı tamamlamak amacıyla bazı alışkanlıklar ve yetenekler kazanır (Okumuş, 2014).

Sosyalleşme, bireyin toplumdaki diğer bireylerle bütünleşme, öğrenme ve eğitim sürecidir. Bağlı olduğu toplumun örf ve adetlerini, kültürünü içselleştirme, anlamlandırma, öğrenme süreci olan sosyalleşme, sosyal rollere uyumlu faaliyetler göstermeyi içerir. Sosyalleşme, toplumun ve grupların isteklerini öğrenip içselleştirdiği bir vasıtaadır. Bununla birlikte birey, grupta bulunduğu konuma ilişkin sahip olması gereken rolü oynamayı öğrenir. Bu durumda sosyalleşme topluma yeni birey yetiştirme sürecidir. Kişi toplum içinde sosyalleşerek toplumun bir ferdi haline geldiği için, sosyalleşme kişinin yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli bir unsurdur (Okumuş, 2014).

Sosyalleşme sürecinde bireyin diğer insanlara düşünce ve hislerini aktarabilmesi kadar diğer insanların kendi hakkındaki fikirleri de önemli yer tutar. Toplumdaki diğer insanların bize dair hislerini ve fikirlerini anlayıp içselleştirir ve bunun sonucunda benliğimizi biçimlendiririz. Sosyalleşme benliğin oluşmasını ve gelişmesini etkileyen bir süreçtir. İnsanın doğumundan itibaren oluşmaya başlayan ve gelişimi ölene kadar devam eden kişilik, bireyin çevresiyle etkileşim sürecinden etkilenir. Sosyalleşmeden yoksun kalan bireylerin, insani yönlerini geliştirmeleri güçtür (Tan, 1981).

Etkili iletişim, iletişime mâni olacak öğelerin en aza indirildiği veya ortadan kaldırıldığı, beklenen ve istenen iletişim biçimidir. Etkili iletişimde, kendini ifade etme, kendini karşı tarafa açma ve dinleme yetilerinin olması çok önemlidir. Etkili iletişimin; açık, yüz yüze, dürüst, aktif dinleme yaparak, açık olmayan mesajları

kontrol ederek, imalardan uzak durarak, doğru anlayarak, akıl okumaktan kaçınarak, diğer kişiyle empati içerisinde, birbirine güven duygusuyla, kıyaslama yapmadan karşıdakini kabul ederek, eleştiri ve üstten davranıştan uzak durarak, doğru ifadelerle kendini doğru anlatarak, her seferinde bir konuyu masaya yatırarak, anlayışlı, tartışmak yerine sorunun üzerine giderek ve genelleme yapmadan gerçekleşmesi gerekmektedir (Çalapkulu, 2015).

Sosyal medyanın iletişim kurma yetisi üzerindeki etkisi tüm toplumsal alanlarda görülebilmektedir. Sosyal medyanın bireylerin iletişim şekilleri üzerinde oynadığı rollerden ilki bireylerin sosyal bağlantıları yüz yüze iletişimdeki kadar kuvvetlendirilmemekte bu da ilişkilerin yüzeysel kalmasına neden olmaktadır. Sosyal medyanın iletişim şekilleri üzerinde oynadığı diğer bir rol, sosyal medya vasıtasıyla kurulan iletişimde karşıdaki bireye itimat etme meylinin olması nedeniyle mesajların daha net olma ihtimalidir. Son olarak ise bireylerdeki düşünce çeşitliliği yakalanamamaktadır, bunun nedeni ise bireyin sadece benzer fikirde olduğu kişileri takip etme eğiliminde olmasıdır (Kırel, Kayaoğlu ve Gökdağ, 2004: 99).

Sosyal medya kullanımı insanların iletişim şekillerini değiştirmiştir. Bireyler sosyal medyaya düşkün hale gelerek sosyal becerilerini kaybetmiş veya diğer insanlarla iletişime kendisini kapatmıştır. Günümüzde bireyler belli aralıklarla akıllı telefonlarındaki sosyal medya hesaplarını kontrol etmeyi, ailesi veya arkadaşları ile kaliteli vakit geçirmeye tercih eder duruma gelmiştir. Bu durumda bireyler arasındaki iletişimde azalma ve zayıflama meydana gelerek, ailede ve toplumda sorunlu iletişim kurma ihtimali artacaktır (Fourie, 2010).

Asosyallik, sosyal çevre ile yetersiz ve kaliteli bir iletişim içinde bulunamama durumu olarak tanımlanmaktadır. Asosyal kişiler, iletişim konusunda eksiklik yaşarlar ve genellikle yalnızlığı tercih ederler. Yeni ortamlardan çekinirler, iletişim kurmada zorlanırlar ve genellikle utangaçlık hissi yaşarlar. Bununla birlikte, sosyal medya ve internet bağımlılığı gibi 'bağlanma' durumları da asosyal davranışlarla ilişkilendirilebilir. Sanal dünyada saatlerce vakit harcayan ve gerçek hayattan uzaklaşan bireylerde de asosyal davranışlar görülebilmektedir (Bakırcı, 2013).

Asosyal insanlar genellikle yalnız aktiviteleri tercih ederler. Asosyal bireyler ile yüksek sosyal anhedonisi olan bireyler karıştırılmamalıdır; çünkü yüksek sosyal

anhedoniye sahip kişiler, insanlarla yakın teması tercih ederler.* Toplumda ilişkilerin kalitesi, bireyin dini güç ve kimlik seviyeleriyle bağlılık veya utangaçlık gibi özelliklerinden daha büyük bir önem taşır. Asosyal bireyler iletişim becerilerini öğrenebilirler, fakat genellikle çok az arkadaşları vardır veya hiç yakın arkadaşları yoktur. Yüz yüze görüşmelerin yetersizliği, sözel olmayan ipuçlarının düzgün bir şekilde gelişmesine engel olabilmektedir. Sosyal medya siteleri, insanları daha asosyal bir yaşama doğru yönlendirebilir ve bu durum bazen "Asosyal Ağ" olarak adlandırılmaktadır. (Gunderson ve Shank, 2020). Sosyal medya uygulamaları, küreselleşme konusunda etkili bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Fakat kişilerin sosyal medyada gerçekleştirdikleri her türlü işlemi bireysel bir şekilde yapmaları, sosyalleşme süreçlerine olumsuz etki edebilmektedir. Sosyal medya uygulamaları, bireyleri esir alarak sosyal çevre ve yabancılaşmış bireyler haline getirebilmektedir. Teknoloji alanındaki ilerlemeler günlük yaşamdaki güçlüklerle çözümler bularak insanların iş yükünü azaltmayı ve yaşamı kolaylaştırmayı hedeflemektedir. Fakat bu durum, bireylerin teknolojinin kölesi olmasına ve tembelliğe sebep olarak üretkenlik ve yaratıcılığı azaltabilmektedir (Bookchin, 1996: 26).

2.2.2.Asosyal Davranış Belirtileri

Sosyal birey, toplum tarafından kabul edilen ve toplum içinde kendini rahat hissedebilen kişidir. Sosyal bireyler sohbet etme, diyalog kurma ve paylaşımda bulunma eğiliminde iken asosyal kişiler toplumdan uzaklaşma eğilimindedir ve bu durumdan hoşlanmaktadırlar. Asosyalite genellikle yalnızlığı artırmaktadır ve birey zamanla yalnızlığı tercih eder hale gelmektedir. Asosyal davranış belirtileri arasında kelimeleri kısaltarak kullanma, açıklama yapmaktan kaçınma ve başkalarıyla konuşmaktan kaçınma özellikleri yer almaktadır. Asosyal kişiler genellikle kalabalık ortamlardan hoşlanmamakta ve bu ortamlardan sıkılmaktadırlar. Bununla birlikte, kalabalık ortamlardan hızlıca ayrılma isteği de asosyal davranış belirtileri arasında yer almaktadır (Özdemir, 2016).

* Anhedoni: Sosyal, duyuşsal veya davranışsal deneyimler dahil olmak üzere hoşlanılan olaylara veya faaliyetlere olan ilginin azalması olarak nitelendirilmektedir.

Asosyallik problemli sosyal medya kullanımı ile bağlanma sonucu ortaya çıkabilmektedir. Özellikle gençler arasında popüler olan sosyal medya uygulamaları ve bilgisayar oyunları, asosyal davranışların gelişmesine sebep olabilmektedir. Asosyal bireyler, yakın çevreleriyle ve arkadaşlarıyla zaman geçirmek yerine yalnızlığı tercih etmektedirler. Karşı cinse karşı çekingenlik ve utangaçlık hissi de sıkça görülen belirtilerdendir. Asosyal bireyler, sosyal aktivitelerden uzaklaşarak iletişim becerilerini yitirebilmekte ve zamanla konuşma kabiliyetleri de de zayıflayabilmektedir. Kişinin yaşadığı bu durumlar şiddetlendiğinde, bireyin psikolojik durumu da ciddi şekilde etkilenebilmektedir. Asosyal bireyler ruhsal bunalımlar ve duygusal çöküntüler yaşayabilmektedir. Bununla birlikte, asosyal bireylerin bozulan yeme alışkanlıkları ve hareketsiz yaşam tarzı sağlık sorunlarına neden olabilmektedir (Kaya, 2013)

2.2.3.Asosyallik –Teknoloji İlişkisi

Dijital çağda, zaman, mekân ve insan ilişkilerinde birtakım değişiklikler yaşandığı bilinmektedir. Taşınabilir iletişim araçları ve sosyal ağlar gibi dijital teknolojiler, hayatımızın merkezine yerleşmiş halde bulunmaktadır. Fakat bu durum, sosyal medya uygulamalarının bireylerin kültürel ve sosyal yaşamlarında yarattığı değişime odaklanmayı gerektirmektedir. Çünkü bazı durumlarda, sosyal medya araçlarının sosyalleşme yerine yabancılaşma ve yalnızlaşma gibi olumsuz etkilere neden olabileceği belirtilmektedir. Günümüzdeki teknolojik gelişmeler, bireylerin teknolojiye karşı daha pasif bir tutum sergilediğini göstermektedir (Turhan, 2019).

Yalnızlık, insan zihninin ve duygularının kendi üzerine odaklanarak, dış dünya ile ilişkisini bitirmesi sonucunda, kendi oluşturduğu kabuğun dışına çıkamaması olarak açıklanmaktadır. Son zamanlarda artan bir sorun olan yalnızlık, pek çok araştırmacının ilgisini çekmektedir. Batı toplumlarında da dahil olmak üzere, yalnızlık hissi yaşayan bireylerin sayısındaki artış üzerine yapılan araştırmalar, yalnızlık hissini farklı durumlarla ilişkilendirilerek incelemektedir. Çeşitli bağımlılıkların, insanları toplumdaki izole etmesi yalnızlığın hızla artmasına neden olabilir. Bu bağımlılıklar arasında, son yıllarda önemli bir yer tutan sosyal medya bağımlılığı da bulunmaktadır. Yalnızlık, psikolojik sorunlara yol açabilmekte ve bu nedenle sosyal medya

bağımlılığı ile yalnızlık arasındaki ilişkiye daha fazla dikkat edilmesi gerekmektedir (Yabancı, 2019).

Toplumsal değerlerin hızla dönüşmesi ve teknolojik ilerlemelerin beraberinde getirdiği stresli ve hızlı yaşam tarzı, bazı bireylerin yalnızlık hissini artırabilmektedir. İnsanların bu yeni yaşam tarzına ayak uydurmaya çalışırken karşılığını yalnızlıkla ödediği bilinmektedir. Kendini yalnız hisseden bireylerin ise sosyal medyada daha fazla paylaşım yapmak istedikleri görülmektedir. Özellikle gençler, iyi hissetmek ve yalnızlık hissini gidermek için sosyal medya kullanımını tercih edebilmektedirler. Fakat, bu durum bazı bireylerin sosyal medyayı sağlıklı bir şekilde kullanmalarına sebep olabilmektedir. Bu bireyler aşırı sosyal medya kullanımı sonucunda günlük aktivitelerini ihmal edebilir ve uzun süre sanal ortamda vakit geçirebilirler, bu da psikolojik problemlere neden olabilmektedir (Çağır, 2010).

Aynı anda birden çok sosyal medya uygulamasını yöneten gençler, özenle oluşturdukları sanal kimliklerini birden fazla platformda sürdürme baskısı hissedebilmektedirler. Bu durum, gençlerde koruyucu düşünceler ve davranışlara neden olabilmektedir. Aynı anda farklı sosyal medya uygulamasıyla etkileşimde bulunmak, kaygının artmasına ve ruh halinin kötüleşmesine neden olabilmektedir (Özkapı, 2021).

Bireylerin algıladığı sosyal desteğin yetersiz olması, depresyon riskini artırabilen önemli bir faktördür. Yapılan araştırmalar, depresyon yaşayan bireylerin sosyal medya aracılığıyla algıladıkları sosyal desteği artırmaya çalıştıklarını ortaya koymuştur. Ancak, depresyondaki bireylerin sanal ortamda sosyal destek arayışı, gerçek yaşam ilişkilerini olumsuz etkileyerek yalnızlık hissini artmasına ve asosyallığe neden olabilmektedir. Bununla birlikte depresyondaki bireylerin gerçek yaşamda algıladıkları sosyal destek düşük olduğundan sosyal medyayı daha fazla sosyal destek elde etmek için kullanabilmektedirler. Bu da bireylerin daha fazla sosyal medyaya yönelmesine, gerçek yaşam ilişkilerinin bozulmasına ve asosyal olmalarına neden olabilmektedir (Güçlü Malgaz, 2024).

2.2.4.Sosyal Medya Kullanımının Asosyal Davranışlar Üzerindeki Etkisi

Sosyal medya kullanımı kendini yüz yüze iletişimde ifade edemeyen, çekingen, sosyal olmayan kişiler için kendilerini ifade etmede ve sosyalleşmede bir fırsat olsa da

sosyal medya kullanımının artması ile bireyler gerçek yaşamdan kendini soyutlayarak ve giderek yalnızlaşarak asosyal davranışlar gösterebilmektedirler (Turan ve Göktaş, 2011).

Yaşam doyumu sosyal medya kullanımına bağlı olan bireyler sosyal medya kontrolünü kaybederek sosyal hayattan uzaklaşabilmektedirler. Sosyal medyadan uzak kaldıklarında yoksunluk yaşayan kişiler bu duygu ile başa çıkamayarak, zaman kavramını kaybedebilmektedirler. Kişinin yaşamını olumsuz etkileyen bu durumlar kişiyi yalnızlaşmaya ve duygusal tükenmeye neden olduğu bilinmektedir. Bunun sonucunda ise aile ve iş yaşamında, sosyal çevrede davranışlarda bozulmalar meydana gelebilmektedir. Bireyin sosyal medyada fazla vakit harcaması, depresyona yakalanma riskini artırmaktadır. Sosyal medyada geçirilen vakit arttıkça kişi yalnızlaşmakta ve sosyallikten uzaklaşarak asosyal davranışlar gösterebilmektedir (Hasırcı, Örücu ve Kurt, 2024).

Sosyal medya uygulamalarında bireylerin kendi profillerini oluştururken ve kendilerini tanımlarken gerçekte olduğundan farklı göstermesi birey açısından sağlıksız bir duruma işaret edebilmektedir. Özellikle sosyal kaygı seviyesi yüksek kişiler ruhsal ve fiziksel anlamda kişiliklerini saklama imkânı bularak samimiyet kurma ve kendini açma ortamı bularak sosyal şartlı refleksin yitimini geliştirebilmektedirler. Bu kişiler gerçek yaşamdaki yüz yüze iletişimden ve gerçek kimliklerinden uzaklaştıkları için kendilerine olan öz saygı seviyeleri de azalmaktadır (Balcı, Bekiroğlu ve Karaman, 2019: 42).

Sosyal medya uygulamaları iletişim ve etkileşim amacıyla kullanıldığı gibi bazen aşağılama/hakaret etme, rahatsızlık verme, tehdit etme, taciz etme gibi olumsuz eylemler için de kullanılabilir. Ülkemizde gençlerin yoğun olarak kullandığı sosyal medya uygulamaları, siber zorbalık vakalarının çoğunlukla gençler ve ergenler arasında yaşandığını göstermektedir. Sosyal medya uygulamaları, insanların sosyalleşmesini artıran sanal bir platform olarak değil, bireylerin sosyal hayatlarında onlara kaygı veren etkilere sahip bir platform olarak değerlendirilmelidir. Sosyal medyanın olumlu ve zararsız olduğu algısı yaygınlaşırken, gençlerin sosyal medyada daha fazla vakit geçirmesi ve potansiyel suçlara maruz kalma riski göz ardı edilmektedir. Siber zorbalığın sosyal medyada yaygın olmasının temel sebebi, iletişim kaynağı ile hedef arasında kolay etkileşim imkânı sağlamasıdır (Dinç, 2020: 28).

Leung (2014), kişilerin sosyal medya düşkünlüklerinin diğer insanlardan kendilerini soyutlamalarına neden olduğunu ve siber zorbalık gibi problemlere yol açtığını ifade etmiştir. Yalnızlık kişilerde bazı olumsuzlukları da beraberinde getirebilmektedir. Sosyal medyanın gereğinden fazla kullanılması madde ve alkol kullanımı, davranış problemleri ve asosyal davranışlara neden olabilmektedir.

Narsisizm bireyin kendi ruhsal ve bedensel benliğine karşı duyduğu bağlılıktır ve hayranlık olarak tanımlanmaktadır. Narsisizm görkemli ve şişirilmiş benlik kavramını yansıtan bir kişilik özelliğini göstermektedir. Narsist kişiler popüler olma, hayranlık arayışı, maddi mallarını sergileme, övünme, önemli bireylerle sosyalleşme isteği gibi çeşitli özdenetim stratejilerini kullanmaktadırlar. Bunları kazanmak için kendilerine güvenen, diğer insanlarla kolay etkileşime geçme ve dışa dönük olma özelliği taşırlar. Kısa zamanda birçok yüzeysel ilişki kurarlar, bu kurdukları ilişkiyi ise benlik saygısını düzenlemek ve kendilerini geliştirmek için kullanabilirler (Balcı ve Gargalık, 2020: 128).

Narsistik bireyler sürekli başkaları tarafından onaylanmak ve övülmek istemektedirler. Bu bireyler üstün ve yüksek niteliklerini, başarılarını ve popüleritelerini göstermek için diğer insanlara ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle narsistik bir birey, sosyal medya uygulamalarını kendi başarılarını ve kendinde gördüğü üstün özellikleri göstermek için kullanabilmektedirler. Sosyal medya uygulamaları narsistik bireylere; saygınlık ve hayranlık kazandırmada son derecede elverişli bir alan sunmaktadır. Öte yandan narsistik bireylerin sosyal medya uygulamalarında geçirdikleri sürelerin artması online oyun bağımlılığı, fiziksel saldırganlık, sorunlu sosyal medya kullanımı ve asosyal davranışlara neden olabilmektedir (Leung ve Zhang, 2017).

Sosyal medya kullanımının asosyal davranışlar üzerindeki etkilerini bilmek, sosyal medya kullanımı sonucu bireylerde görülen asosyal davranışlar için gereken doğru sosyal hizmet müdahalelerinin gerçekleştirilmesi açısından değerli görülmektedir.

2.3. Sosyal Hizmet Disiplini

2.3.1.Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Hizmet Mesleği

İnsan yaşamı, doğumdan ölüme kadar sürekli bir değişim ve gelişim içindedir. Bu süreçte birey, yaşadığı çevreye katkı sağlarken aynı zamanda çevresinin etkisi altında şekillenir. Ancak, bazen bu etkileşim olumsuz sonuçlar doğurabilir, özellikle birey ailesinden ve çevresinden yeterli destek alamıyorsa daha ciddi problemlerle yüzleşebilir ve yaşam kalitesi düşebilir (Yörük Özgür, 2011).

İlerleyen teknolojinin en önemli getirilerinden biri olan internet kullanımı, bireyler arasındaki sınırları kaldırmakta ve hayatı kolaylaştırarak yaşam kalitesini artırmaktadır. İnternet kullanımı ile insanların yaşamına giren sosyal medya uygulamaları ise günümüzde hızlı bir şekilde yayılmakta, psikolojik ve sosyal açılardan incelenmesi gereken bir konu haline gelmektedir. Sosyal medya uygulamalarının gereğinden fazla kullanılması bireylerde sosyal medya bağımlılığına neden olarak bireylerin gerçek yaşamdan uzaklaşmalarına, yüz yüze iletişimden kopmalarına, yalnızlık ve depresyon yaşamalarına, kendilerini ruhsal açıdan iyi hissetmemelerine, kendilerini diğer kişilerle karşılaştırmalarına ve sonuç olarak asosyal bir yaşam benimsemelerine neden olmaktadır (Wilczek, 2018: 16).

İnsanların yeni ben oluşturma gayreti içerisinde olması sosyal medya sitelerinin fazla kullanılmasının temelini oluşturur. Bireyin kendi yaşantısındaki gerçeklerden uzaklaşma isteği, hayal ettiği kişi gibi davranma bilme serbestliğine sahip olması, sanal beni istediği gibi tasarlaya bilmesinden dolayı bireyde sosyal medya kullanımı arttığı görülmektedir. Sosyal yaşamında takdir edilmeyen, özgüvensiz, başarısız, mutsuz, yalnız ve sevilmeyen birey kendi sanal benini oluşturarak sanal gerçekliğe kendini kapatır. Kendi gerçek benliğinden uzaklaşan birey normalde sahip olduğu duruma tam tersi bir kişilik oluşturmuştur (Akmeşe ve Deniz, 2017).

Sosyal medya uygulamalarında fazla zaman geçirilmesi bireylerde bazı sosyal problemlere neden olabilmektedir. Sosyal medya ortamında bireylerin kendilerine yakın hissettiği kişilikler ve yaşam tarzları üzerinden kendi sanal kimliklerini oluşturmaları, bu bireylerde sanal kimlik kaygılarının ortaya çıkmasına yol açabilmektedir. Bireyin gerçek yaşamdaki kimliği ile sosyal medya ortamında oluşturduğu sanal kimliğin birbirinden bağımsız ve uyumsuz olması bireyde kimlik

karmaşası yaşanmasına neden olabilmektedir. Bununla birlikte bireyin kendini diğer sanal kimliklerle karşılaştırması içsel çatışmalara sebebiyet vererek bireyin mutsuz olmasına yol açabilmektedir (Yiğit, 2021).

Sosyal medya uygulamalarında paylaşılan bazı bilgi ve haberlerin doğru olmaması paylaşılan bilgi ve haberlerin sorgulanmasına bireylerin doğru bilgiyi kaynağından öğrenmeden yanlış bir şekilde öğrenmiş olması doğru ve yanlış kavramlarının ayırt edilememesine neden olabilmektedir. Bu durum da güvensizlik duygusu ve duygusal karmaşalara neden olarak gençlerin yaşama karşı sürekli belirsizlik ve kaygı içinde yaşamalarına sebebiyet verebilmektedir (Karayağız Muslu, 2021).

Bireylerde sosyal medya kullanım süresinin artması, bireylerin gerçek yaşamdan uzaklaşarak sosyal ilişkilerinin sıradanlaşmasına ve bireylerin farklı davranışlar sergilemesine neden olabilmektedir. Sosyal medya kullanımının artması, bireylerin toplumsal ilişkilerde geri planda kalma ve kayıtsızlık eğilimleri geliştirmesine ve içsel karmaşalar yaşamasına neden olabilmektedir (Yiğit, 2021).

Sosyal medya uygulamalarında geçirilen sürenin artması gençler üzerinde sosyal medya bağımlılıklarına neden olarak gençlerin şiddet eğilimlerinin artmasına yol açabilmektedir. Bununla birlikte gençlerin sosyal medya uygulamalarını sosyalleşme ihtiyaçlarını gidermek için sürekli bir araç haline getirmesi ve yalnızlık duygularını sanal dünyada bastırmaya çalışması, gençlerin toplumdan giderek uzaklaşmalarına ve toplumsal yaşama yabancılaşmalarına neden olabilmektedir (Kaya, 2013).

Sosyal hizmet, insani değerlere dayanan hak, bilgi, beceri ve değer odaklı bir meslektir. İnsan yaşamının değerini tanıyarak ve onurlu bir şekilde yaşamalarını sağlamaya çalışarak, bireyleri yüceltme hedefi taşır. Bu mesleğin temel noktası başta kırılgan ve dezavantajlı gruplar olmak üzere tüm insanlardır. Bu doğrultuda, aşırı sosyal medya kullanan bireyler de kırılgan gruplar içinde yer alır ve sosyal hizmet uzmanları bu gruplara yardım etmek için çalışırlar (Çelik, 2020).

Aşırı sosyal medya kullanımı, bireylerin bilişsel ve sosyal davranışlarını derinden etkileyen önemli konulardandır. Bu sebeple, sosyal hizmet uzmanları için aşırı sosyal medya kullanımı konusunu anlamak ve bu alanda etkin çalışmalar gerçekleştirmek büyük önem taşımaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, sahip oldukları

bilgi ve becerileri kullanarak, bireylerin saygıdeğer ve onurlu olduklarını hissettirmeye odaklanarak müracaatçılara yardımcı olmaya çalışmaktadır. Bu yardım esnasında, kişilerin kendilerini güvende hissetmelerini ve gelişimlerini desteklemeyi hedeflerler. Aşırı sosyal medya kullanımı, bireylerde davranışsal açıdan önemli etkiler yaratabilen ve bireylerin sosyal yeteneklerini zamanla azaltabilen bir olgudur. Bireylerin sosyal ilişkilerinde zayıflama ve kopmalara, yüz yüze iletişimin yerine sanal ortamda iletişime bırakmasına ve bireyin giderek yalnızlaşmasına neden olabilmektedir. Bu durum ise, bireyin sosyal yaşantısında iletişim problemleri yaşamasına ve sosyal yaşamdaki yalnızlık hissinin tekrar sosyal medya kullanımıyla doldurulmasına da neden olabilmektedir (Günel, 2021).

Sosyal medya kullanımının sonucunda bireyler yalnızlaşmakta ve asosyal davranışlar sergileyebilmektedir. Bireyin yalnızlığı tercih etmesi sosyal ilişkilerinden sağladığı bireysel doyum ile ilişkilidir. Sosyal medya uygulamaları üzerinden birçok arkadaşı bulunan ve sosyalleşen bireyler kendilerini kalabalıklar içinde yalnız hissedebilmektedirler (Burger, 2006: 479). Asosyal bireyler zamanla içine kapanmakta, iletişim kurmakta güçlük yaşamakta ve toplumdan uzaklaşarak bazı psikolojik problemler yaşayabilmektedir. Bireyin toplumdan uzaklaşması yalnızlık ve depresyona neden olabilmektedir (Erdoğan, 2008).

Sosyal hizmet mesleği, insanlar arası ilişkilerde problem çözme, güçlendirme ve bireyin iyilik halini arttırmayı amaçlamaktadır. Kişiler, sahip oldukları değerlere bağlı kalarak yaşamlarına yön verirken; değerleri pahasına etkileşimde olduğu diğer kişiler, gruplar ve toplum ile birtakım problemler yaşayabilmektedir. Sosyal problemlerin çözülme kavuşturulmasında ise sosyal hizmet mesleği güçlendirme ihtiyacı ve bireyin refah seviyesini yükseltecek strateji ve politikalar üretme bakımından bireysel ve toplumsal hayatta işlevsel olmaktadır. Sosyal hizmet; sahip olduğu bireysel değerler kapsamında yaşamını oluşturma aşamasında bireye, ona uygun olan sosyal hizmet müdahale ve uygulamalarıyla destek olmaya çalışmaktadır (Özmete ve Algan, 2021).

İnsan yalnızca kişisel özellikleri ile değil toplumsal özellikleri ile de tanınan bir varlıktır. Bu nedenle teknolojinin toplum üzerinde neden olacağı problemler bireyler için hayati önem taşımaktadır (Artut, 2014: 64). Sosyal hizmet bireyin ve toplumun iyilik halinin artırılmasında ve problemlerin çözümünde etkili

olabilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları bireyin ve toplumun güçlendirilmesi, özgürleştirilmesi ve problem çözme kapasitelerinin artırılmasında etkili olabilmektedir (Thompson, 2013).

Sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki asosyalleştirici etkilerinin bilinmesi, sosyal hizmet uzmanlarının yaptıkları müdahalelerde sosyal medya kullanımı sonucu asosyalleşme riski bulunan danışanlar için sosyal olarak izole olma risklerini azaltmada ve sosyal bağlantılarını güçlendirmede katkı sağlayabilir. Bununla birlikte sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki psikososyal etkilerinin bilinmesinin yapılan müdahalelerin bireyin çevresine ve gereksinimlerine uygun olarak gerçekleştirilmesine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

2.3.2.Sosyal Hizmet Mesleğine Genel Bir Bakış

Sosyal hizmet, bireylerin sosyal işlev kapasitelerini artırmak, yenilemek ve amaçlarına uygun sosyal koşulları oluşturmak için bireylere, gruplara, ailelere, topluluklara ve örgütlere profesyonel yardım etkinliğidir (Zastrow, 2010: 34). Sosyal hizmetlerin koruyucu, önleyici, değiştirici ve iyileştirici işlevleri bulunmaktadır. İnsanı ve toplumu merkezine koyan bir disiplin olması ve uygulamaya dayalı sorun çözmeyi amaçlayan yapısı sosyal hizmetin başlıca niteliklerindendir (EGEM, 2011: 7).

Sosyal hizmet; sosyal adalet ve insan hakları çerçevesinde toplumsal ve sosyal değişimi destekler ve insanlar arasındaki ilişkilerde yaşanan problemlere ilişkin çözüm önerileri getirir. Bununla beraber insanlar arası ilişkileri güçlendirmeyi amaçlar, insanların ve toplumun refah seviyelerinin ve iyilik hallerinin artırılması için çalışır, özgürleştirmeyi ve güçlendirmeyi ve amaçlar. Bununla birlikte insanların hem toplumla hem de çevreleriyle olan iletişimlerinin artırılmasına yönelik profesyonel müdahaleler ve uygulamalar gerçekleştiren bir meslektir (IFSW ve IASSW, 2011).

Sosyal hizmet; hak temelli yaklaşım ekseninde bilgi, beceri ve değer temelleri etrafında kişiye profesyonel anlamda yardım etme mesleğidir. Sosyal hizmet mesleği, toplumsal olanı amaç edinmekle birlikte insanların ve toplumun refah seviyelerinin yükseltilmesi, yaşam kalitelerinin ve sosyal değişimlerinin gerçekleştirilmesini destekler (Duyan, 2014: 1).

Sosyal hizmet mesleği; mikro, mezzo ve makro uygulama aşamalarıyla danışanların ihtiyaçlarının belirlenmesinde, belirlenen ihtiyaçların giderilmesine yönelik profesyonel hizmetler geliştirmede ve geliştirilen hizmetlerin akademik ve mesleki açıdan sürdürülebilirliğinin arttırılmasına katkı sağlamaktadır (Dikmen, 2021).

Bireye, aileye, gruplara ve toplumlara yönelik sosyal hizmet uygulamalarından bireyle sosyal hizmet, sosyal hizmetin en sık kullanılan yöntemi olarak bilinmektedir. Bireye yönelik sosyal hizmetin, ailesel ve bireysel düzeyde yaşanan sosyal ve psikolojik problemlerden oluştuğu, bu problemlerin çözümünde müracaatçıya yardımcı olunması gerekliliği ifade edilmektedir (Dağ, 2017: 124).

Bireylerle sosyal hizmet uygulamasında, etrafında çeşitli ilişkileri bulunan aile üyeleri odak noktayı oluşturmaktadır. Ailenin iç ve dış yapısından kaynaklanan problemler bulunmaktadır. Birey ve aile, güçlüklerinden kaynaklanan sorumlulukları ve kendine özgü ihtiyaçlarını yerine getiremediklerinde bazı sorunlar oluşabilmektedir. Bu sorunların çözümünde bireyin kendi beceri ve yeteneklerine ek olarak etrafında bulunan kaynak ve olanakları kullanması önemli görölmektedir. Sosyal hizmet uzmanı ise mesleki bilgi, beceri ve deneyimini kullanarak problemi gidermede birey ve aileye yardımcı olarak beraber problem çözme sorumluluğunu gerçekleştirmeye öncülük etmektedir (Yörük Özgür, 2011).

Bireyler bir ailenin üyesi olarak dünyaya gelmekte, zamanlarının büyük bir bölümünü aileleriyle geçirmekte ve genellikle yaşamlarını aileleriyle sonlandırmaktadır. Bu süreçte yaşadıkları problemler genellikle aileleriyle doğrudan ilişkili olabilmektedir. Aile içinde, bireyler bağımsız olma ve aileye ait olma isteği arasında bir denge sağlamaya çalışabilmektedir. İyi işleyen bir aile içinde olan kişiler genellikle duygu ve düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilirler ve bununla birlikte kişisel alanlarını koruyabilirler. Sosyal hizmet uzmanları, problemlili aileleri anlamak için temel problemlerin ötesine geçmeli ve aile bireylerinin yaşadıkları stres ve zorluklara hangi sebeplerle girdiğini anlayabilmelidir (Sheafor ve Horejsi, 2014: 308).

Grupla sosyal hizmet uygulaması, bireylerin toplumsal işlevlerini geliştirmeyi grup etkileşimi yoluyla amaçlamaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, bireyleri amaçlanan değişikliklere yönlendirmek için yüz yüze iletişim içinde oldukları küçük gruplar vasıtasıyla yardımcı olmaktadır. Bireylerin değişiminde ve gelişiminde içinde

bulunduğu grubun önemi büyüktür. Grup içinde öğrenilen ve düzeltilen davranışlar, gerçek yaşamda kolayca uygulanabilmektedir (Yörük Özgür, 2011).

Toplumla sosyal hizmet uygulaması ise, sosyal çevrede değışim yaratmaya odaklanırken bununla birlikte toplumda zor durumda olan bireylere veya dışlanmış bireylere umut verme ve sosyal adaleti gerçekleştirme amacını taşımaktadır. Bu uygulamalar, toplumsal örgütlerin, grupların ve kuruluşların davranış kalıplarını veya bireylerin bu sistemlerle olan iletişim biçimlerini değıştirme üzerine yoğunlaşmaktadır. Toplumla sosyal hizmet uygulama yöntemleri arasında planlama, örgütlenme, değışim ve kalkınma yer almaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, toplumla sosyal hizmet uygulamalarında çeşitli sorumluluklar üstlenmektedir. Bu sorumluluklar arasında sorunları tanımlama, vatandaşların örgütlenmesini destekleme, grup çalışmalarını koordine etme, stratejiler geliştirme ve kaynak kişi olarak bulunma gibi roller yer almaktadır (Duyan, 2012: 383).

2.3.3.Problemlili Sosyal Medya Kullanımında Sosyal Hizmetin Rol ve İşlevleri

İnternet ve sosyal medya bağımlılığının tedavisi kadar teşhisinin de önemli olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Sosyal medyanın uygunsuz ve aşırı kullanımının “bağımlılık” olarak isimlendirilmesi doğru değıldir. İnternet ve sosyal medya bağımlılığındaki temel nokta bir bireyin sosyal medya kullanımıyla ilgili kontrol sağlayamaması, sosyal medyanın negatif ruh durumunu düzenlemek için kullanılması ve bu konudaki sağlıksız düşünme kalıplarıdır. Sosyal medya ve internet bağımlılığı teşhisinin uzman bir meslek çalışanı tarafından yapılacak klinik görüşme ile gerçekleştirilmesi, teşhisteki yanlış değıerlendirmeleri önleyebilmektedir (Kuss, 2016).

Sosyal medyanın yüksek kullanım düzeyi bağımlılık düzeyinde olsun veya olmasın kişinin yaşamında birtakım işlev bozukluklarına yol açarak bireyin ailesini, çevresini ve yaşam doyumunu etkilemeye başlamıştır. Sosyal hizmet disiplini ve sosyal hizmet uzmanları da son dönemlerde sosyal medya kullanım düzeyinin kontrolünü sağlayıcı çalışmalarda aktif rol almaktadır. Sosyal çalışmacılar, sosyal medya ile ilgili yüksek kullanım düzeyi olan veya bağımlılık problemi yaşayan

bireylere ařağıdaki dűřűnceleri benimseyerek műdahale planını oluřturabilir (Akćin, 2024).

1. Kiřinin hayatını tűm yűnleriyle inceleyerek psikososyal gereksinimleri belirlenebilir. Bunlar arasında eęitim, iř yařamı, akademik bařarı, aile ve arkadař iliřkileri, boř zaman faaliyetleri, hořlandığı aktiviteler ve hobileri yer alır.
2. Ařırı sosyal medya kullandığında neler yařadığını, hissettiğini ve dűřűndűęűnű anlatması saęlanabilir. Bu yolla bireyin ařırı sosyal medya kullanımı ile ilgili farkındalık da artırılabilir.
3. Bireyin sosyal kabiliyetlerini, sosyal sermayesini ve çevresini geliştirmesi konusunda tavsiyelerde bulunarak yardımcı olunabilir. Bu tavsiyeler arasında aile ziyaretleri gerçekleştirmek, arkadaşları ile buluşmak gibi sosyal etkileşimler önemli bir yer tutar.
4. Sosyal medya kullanımını kısıtlama metotları űzerine konuşarak, bireyin bu konuda bir yol veya strateji belirlemesi konusunda yardımcı olunabilir. Bu stratejiler arasında sosyal medyanın ne zaman sınırlandırılacağı veya kullanılacağı, geçmişte denenmiş ve başarılı olmuş stratejiler, işlevsel kullanım için tavsiyeler gibi konular ele alınabilir.
5. Somut hedefler belirlenerek bireyin kısa vadeli, başlangıçta kolay ve ulaşılabilir hedefler belirlemesine yardımcı olunabilir.
6. Bireyi sosyal medya kullanımına yűnlendiren ve onu tetikleyen şeyleri belirleyerek, bireyin bu tetikleyicilerle nasıl bařa çıkabileceğini anlamasına yardımcı olunabilir. Burada bireyi sosyal medya kullanımına yűnlendiren tetikleyicilerin listesi çıkartılarak en yoğun kullanım zamanları belirlenebilir.
7. Műracaatıya yeni ilgi alanları edinmesi ve farklı eylemler sergilemesi konusunda tavsiyelerde bulunulabilir. Bu řekilde kiři farklı uğrařlar edinerek sosyal medya kullanımını azaltabilir (Akćin, 2024).

Yoęun teknoloji kullanımı, gereğinden fazla yeme, alışveriş gibi bazı davranışsal bağımlılıklar bireyleri yalnızlığa sűrűkleyebilmektedir. Yalnızlık, bireylerde duygusal ve sosyal eksikliklerle bağdaştırılırken, bu ihtiyaçları

giderebilen bireylerin kendilerini daha az yalnız hissetmeleri beklenmektedir. Sosyal hizmet, kırılgan gruplarla çalışmayı sürdürdüğünden hassas bir müdahale gerektirmektedir. Her müracaatçının koşul ve durumunun birbirinden benzersiz olduğu varsayılarak sosyal hizmet müdahalesinde farklı müdahale ve yaklaşım biçimleri uygulanabilir. Sosyal hizmet uzmanının bilgi ve becerisi arttıkça yeni müdahale yolları ve yöntemler keşfedilebilir (Keleşoğlu, 2014).

Sosyal hizmet perspektifine göre, bireyin aşırı sosyal medya kullanımına müdahale etmek için öncelikle, kişinin aşırı sosyal medya kullanımını sonlandırmak ve bireyin daha sağlıklı bir denge oluşturmasını sağlamak amacıyla bireyle çalışmalar planlanabilir. Burada kişinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını gözden geçirmesi, aşırı kullanımın nedenlerini anlaması ve farklı sosyal aktivitelerle zamanını daha dengeli kullanması sağlanabilir. Bununla birlikte bireylerin tekrar aşırı sosyal medya kullanımına karşı direnç sağlayabilmesi için sürecin sürdürülebilir ve uzun vadeli planlanması gerekmektedir. Bireyle çalışmaların sürekli ve düzenli gerçekleştirilmesi sürecin uzun vadede etkili olabilmesini sağlayabilir (Zubaroğlu Yanardağ, Bilge ve Yanardağ, 2020).

Sosyal medyanın aşırı kullanımına sosyal hizmet müdahalesi, sosyal hizmet uzmanlarınca, müracaatçının sosyal çevresine, yaşına, statüsüne, cinsiyetine, işlevselliğine, ailesine ve yaşamışlıklarına bakılarak bütüncül bir iyilik hali göz önünde bulundurularak ve çok boyutlu ele alınarak gerçekleştirilebilir. Sosyal hizmet anlayışına göre müdahale sürecinde, bireyin sosyal medyanın aşırı kullanımını sonlandırmak, tekrar aşırı kullanımı ile ilgili süreyi uzatmak ve bununla birlikte sosyal çevresi ile ilgili iç görü oluşturmaya sağlamak, bu amaçlarla bireyle çalışılsa bile aynı zamanda kendine yardım grupları oluşturmak ve sürecin danışmanlık, kaynak buluculuk, eğiticilik gibi temel mesleki rollerle desteklenmesini içermesi beklenmektedir (Polat, 2014: 146).

Sosyal hizmet uzmanının müracaatçının sosyal çevresiyle ilişkilerini güçlendirmesi ve iç görü oluşturmaya da önemlidir. Müracaatçının sosyal ilişkilerini artırması, gerçek hayattaki ve bağlantıları ve etkileşimleri güçlendirmesi teşvik edilebilir. Bu sayede, bireyin sosyal medya kullanımı azaltılarak gerçek hayattaki sosyal etkileşimleri artırılabilir (Akçin, 2024).

Sosyal medya kullanımının kontrol altına alınmasında sosyal medya kullanımının kayıt altına alınması, kişiyi belirli bir süre sosyal medyadan uzak tutma yöntemi, düşünceleri listeleme egzersizi yapılması ve maruziyet terapisi ile bireyin kendi bilişsel tepkilerini gözlemlemesi gibi bilişsel davranışçı yaklaşımlar ve çeşitli teknikler kullanılabilir. Fakat sosyal medya sadece olumsuz kullanım için değil aynı zamanda gerekli ve faydalı işlemler için de kullanılmaktadır. Bu sebeple, müdahaleler daha esnek, kontrollü ve pratik olmalıdır. Young ‘un tavsiye ettiği bilişsel davranışçı yöntemler ise, sosyal medya kullanım saatlerini değiştirme, dış engelleyiciler kullanma, sosyal medya kullanımını azaltıcı hedefler koyma ve tetikleyici uygulamalardan kaçınma gibi yöntemler yer almaktadır. Bu yöntemler, bireyin aşırı sosyal medya kullanımını azaltmasına yardımcı olabilmektedir (Zubaroğlu Yanardağ, Bilge ve Yanardağ, 2020).

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1.Araştırmanın Modeli

Tez çalışması nitel araştırma yöntemi ile yürütülmüş olup araştırmada fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Fenomenoloji, bireylerin belli bir fenomene olan hislerini, düşünce tarzlarını ve anlama durumlarını açıklamalarına yardımcı olan ve bu fenomeni nasıl tecrübe ettiklerini açıklamak için yararlanılan nitel bir araştırma yöntemidir (Tekindal ve Uğuz Arsu, 2020). Bu desende araştırılan fenomen ile ilgili görüşülen kişilerin düşünceleri deneyimlerine dayalı olarak tespit edilmeye çalışılır. Bu deneyimler araştırma açısından önem taşımaktadır (Ulaşkın, 2019).

3.2.Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde yaşayan ve en az bir sosyal medya hesabı bulunan bireyler oluşturmaktadır. Araştırma için derinlemesine 10 erkek 10 kadın olmak üzere toplam 20 kişiyle görüşme yapılmıştır. Katılımcıların adlarının yerlerine kodlar verilmiştir.

Kota örnekleme yöntemi, araştırma ve inceleme konusu olan topluluğun belli niteliklerini ortaya koymak için, o topluluktaki sadece belli niteliklerde olan örneklerin alınmasını gerektiren araştırma yöntemidir. Nitelikler genellikle, cinsiyet, yaş, coğrafi bölge ve sosyal sınıf gibi ölçütlere göre oluşturulur (Kılıç, 2013). Bu araştırmada İstanbul ili Avcılar İlçesi'nde yaşayan 18-55 yaş aralığındaki, en az bir sosyal medya uygulaması kullanan bireyler ile çalışılacağından kota örnekleme yöntemi seçilmiştir.

3.3.Araştırmanın Evreni- Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde yaşayan, 18-55 yaş aralığındaki, en az bir sosyal medya hesabı bulunan bireyler oluşturmaktadır. Araştırma için derinlemesine 10 erkek 10 kadın olmak üzere toplam 20 kişiyle görüşme yapılmıştır.

3.4.Araştırmaya Dahil Edilme ve Dahil Edilmeme Kriterleri

İstanbul ili Avcılar ilçesinde yaşayan 18-55 yaş aralığındaki, en az bir sosyal medya uygulaması kullanan, özel gereksinimli olmayan, Türkçe bilen ve çalışmaya gönüllü katılım göstermek isteyen 20 katılımcı ile sınırlandırılmıştır.

3.5.Araştırma Soruları

1. Sosyal medya kullanım alışkanlıkları bireyin sosyal kimliğini ve sosyal yaşamını nasıl etkilemektedir?
2. Sosyal medya kullanımının artması bireyin aile ilişkilerini ve sosyal ilişkilerini nasıl etkilemektedir?
3. Sosyal medya kullanımının artması ile bireyin sosyal aktivitelere katılım durumu nasıl etkilenir?
4. Sosyal medya kullanımının sosyal ve asosyal davranışlar üzerinde nasıl bir etkisi vardır?
5. Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal dışlanma arasında nasıl bir ilişki vardır?

3.6.Veri Toplama Araçları

Çalışmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış 24 sorunun yer aldığı görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu alanda çalışan araştırmacının saha deneyimlerinden ve literatür incelemelerinden yararlanılarak araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

3.7.Veri Toplama Yöntemi

Veri toplamada literatür tarama ve mülakat teknikleri kullanılmıştır. Bu kapsamda araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formunda bulunan açık uçlu sorular mülakat esnasında katılımcılara yöneltilmiştir. Araştırma öncesinde katılımcılara araştırmayla ilgili tüm bilgilendirmeler yapılmış, sorusu olanların soruları yanıtlanmış ve araştırmaya katılmak istediğine dair yazılı onamları alınmıştır. Görüşme gün ve saatleri katılımcıların ve araştırmacının müsaitlik durumuna göre önceden belirlenmiştir. Veriler toplanırken görüşme yeri olarak katılımcıların rahat

edebileceği ev vb. ortamlar tercih edilmiştir. Görüşme esnasında katılımcılardan yazılı onamları dahilinde ses kaydı alınmış, görüntü kaydı alınmamıştır. Araştırmacı tarafından toplanan veriler, bir nitel veri analizi yazılımı olan Maxqda programı ile çözümlenmiş ve değerlendirilmiştir. Katılımcı grubun sorulara verdikleri cevapların, orijinal görüşler korunarak, gerçek halini bozmadan araştırmacı tarafından kısaltılması sağlanmıştır.

3.8. Veri Analizi

Yapılan görüşmelerde alınan ses kayıtları araştırmacı tarafından bilgisayar ortamında aslına uygun olarak yazıya geçirilerek verilerin çözümlenmesi yapılmıştır. Veriler araştırmacı tarafından betimsel analiz tekniği kullanılarak bir nitel veri analizi yazılımı olan Maxqda programı ile analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir.

3.9. Araştırmanın Etik Onayı

Öncelikle araştırma için araştırmanın yürütüleceği Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu'nun 18.03.2024 tarihli ve 2024-30 başvuru sayılı izni ile araştırma yürütülmüştür. Gerekli etik şartlar sağlanıp kurul izni alındıktan sonra araştırmaya başlanmıştır. Gerekli etik kurul izninin alınmasının ardından araştırmaya katılacak her bir bireye gönüllü olup olmadığı sorularak gönüllü olan bireylere 'Bilgilendirilmiş Onam Formu' sunularak, yazılı onam alınmıştır. Araştırmanın amacı ve araştırma süreci hakkında gerekli bilgiler sözlü ve yazılı olarak aktarılmıştır.

3.10. Araştırmanın Sınırlılıkları

İstanbul ili Avcılar ilçesinde yaşayan 18-55 yaş aralığındaki, özel gereksinimli olmayan, Türkçe bilen, çalışmaya gönüllü katılım göstermek isteyen ve en az bir sosyal medya uygulaması kullanan 10 erkek, 10 kadın olmak üzere 20 katılımcı ile sınırlandırılmıştır.

4.BULGULAR

İstanbul ili Avcılar ilçesinde yaşayan 18-55 yaş aralığındaki, en az bir sosyal medya uygulaması kullanan, özel gereksinimli olmayan, Türkçe bilen ve çalışmaya gönüllü katılım göstermek isteyen 10 erkek, 10 kadın olmak üzere 20 katılımcı ile görüşülmüştür. 24 sorunun yer aldığı yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze mülakat yapılmıştır. Görüşmeler sonunda bu sorulara karşılık alınan yanıtlar, bir nitel veri analizi yazılımı olan Maxqda programı ile analiz edilerek tablolaştırılmıştır. Katılımcılara ait kimlik bilgilerine yer vermeden isimler yerine kodlar kullanılmıştır. Kadın katılımcılar K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9 ve K10 olarak adlandırılırken erkek katılımcılar E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9 ve E10 olarak kodlanmıştır. Araştırmada veriler temalar ve kodlar kullanılarak sunulmuştur. Bu çerçevede katılımcıların görüşleri incelenmiş, doğrudan alıntılar yapılarak katılımcıların deneyimleri betimlenmeye çalışılmış ve böylece genellemelere ve ortak anlama ulaşılmıştır.

Katılımcıların demografik özelliklerini ifade eden 6 soru bulunmaktadır. Söz konusu sorularda katılımcının medeni durumu, cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, mesleği ve çalışma durumu yer almaktadır.

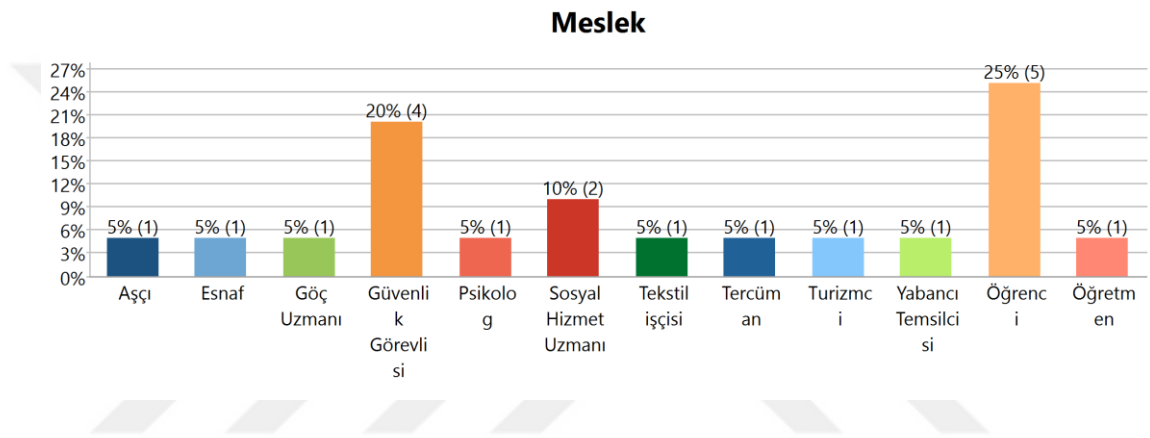
Tablo 4.1. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri

	Erkek	Kadın
Demografik Veriler		
Medeni Durum		
Bekar	7	5
Evli	3	5
Yaş		
18-24 yaş arası	2	2
25-34 yaş arası	5	3
35-44 yaş arası	2	4
45-55 yaş arası	1	1
Eğitim		
İlkokul	1	0
Lise	3	4

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri (Tablo 4.1'in devamıdır)

Lisans	6	3
Yüksek Lisans	0	3
Çalışma Durumu		
Çalışıyor	6	8
Çalışmıyor	4	2
Belgeler/Konuşmacılar	10	10

Tablo 4.2. Katılımcıların mesleki durumları



Tablo 4.3. Sosyal medya uygulamalarında günde ortalama zaman geçirme süreniz nasıldır? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın
Sosyal Medya Uygulamalarında Günde Ortalama Zaman Geçirme Süresi		
0-1 saat	0	0
2-3 saat	0	2
3-4 saat	3	1
4-5 saat	4	6
6 saat ve daha fazla	3	1
Katılımcılar	10	10

Katılımcıların sosyal medya uygulamalarında günde ortalama zaman geçirme süresi 4 farklı zaman dilimi teması altında toplanmıştır. Katılımcıların çoğunun sosyal medya uygulamalarında günde ortalama zaman geçirme süresi 4-5 saat arası olduğu

görülmektedir. Daha az bir kesim ise 6 saat ve üzeri veya 3-4 saat arasında zaman geçirmektedir. En düşük kullanım süresi ise 2-3 saat arasında görülmektedir.

Tablo 4.4. Kullandığınız sosyal medya uygulamaları nelerdir? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın
Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları		
Facebook	10	10
Instagram	10	10
Twitter	9	10
Whatsapp	10	10
Linkedln	2	7
Swarm	4	8
Snapchat	4	8
Youtube	10	10
Diğer (Tik tok)	2	0
TOPLAM (Kodlar)	61	73
Katılımcılar	10	10

Katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulamaları facebook, instagram, twitter, whatsapp, linkedln, swarm, snapchat, youtube ve diğer olmak üzere dokuz farklı tema altında toplanmıştır. Katılımcıların en çok kullandığı sosyal medya uygulamalarının facebook, instagram, Youtube ve whatsapp olduğu görülmektedir. En az kullanılan sosyal medya uygulamasının ise diğer kategorisinde tiktok uygulaması olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4.5. Sosyal medya kullanım amacınız nedir? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal Medya Kullanım Amacı			
Sosyal medya hesabımı aktif tutmak	0	3	3
Eğlenmek	0	4	4
Yeni gezilecek yerler hakkında bilgi edinmek	0	1	1
Diğer	2	1	3

Sosyal medya kullanım amacınız nedir? Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.5'in devamıdır)

İş ile ilgili kullanmak	5	3	8
Düşünce ve bilgi paylaşmak	4	0	4
İletişim kurmak	9	10	19
Kişileri takip etmek	10	10	20
Yeni çıkan ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmak	9	5	14
Güncel haber ve bilgileri takip etmek	11	12	23
Zaman geçirmek	11	10	21
TOPLAM (Kodlar)	61	59	120
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları, on bir farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar; sosyal medya hesabını aktif tutmak, eğlenmek, yeni gezilecek yerler hakkında bilgi edinmek, iş ile ilgili kullanım, düşünce ve bilgi paylaşımı, iletişim kurma, kişileri takip etme, yeni çıkan ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olma, güncel haber ve bilgileri takip etme, zaman geçirme ve diğer amaçlarla kullanım temalarıdır.

Katılımcıların en çok tercih ettiği sosyal medya kullanım amacı, güncel haber ve bilgileri takip etme, zaman geçirme ve kişileri takip etme olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, sosyal medyanın genellikle haber alma, sosyal etkileşim ve zaman geçirme gibi amaçlarla kullanıldığını göstermektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının en az görülen amaçları arasında ise yeni gezilecek yerler hakkında bilgi edinme, sosyal medya hesabını aktif tutma ve diğer amaçlarla kullanım bulunmaktadır.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K1: “*Sosyal medya kullanım amacım; güncel haberleri takip etmek, yakınlarımla iletişimde kalmak, farklı fikirleri paylaşmak, eğlenceli vakit geçirmektir*”.

K4: “*Sosyal medyayı yeni eğitim materyallerini ve haberleri takip etmek için kullanıyorum*”.

E2: “*Markaların ve ürünlerin özelliklerini öğrenmek, arkadaşlarımla ve ailemle iletişim kurmak için sosyal medyayı kullanıyorum*”.

E7: “İşimle ilgili ürünler hakkında bilgi edinmek, arkadaşlarımla hayatlarına dair güncel bilgileri öğrenmek ve onlarla iletişimde kalmak amacıyla sosyal medyayı kullanıyorum”.

Tablo 4.6. Sosyal medya hesaplarınızı günde ortalama kontrol etme sıklığınız nasıldır? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya hesabımı günde ortalama kontrol etme sıklığı			
5-8 kez arası	0	2	2
8 kez ve daha fazlası	10	8	18
TOPLAM (Kodlar)	10	10	20
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcılar, sosyal medya hesaplarını günlük ortalama kontrol etme sıklıkları 5-8 kez arası ile 8 kez ve daha fazlası olmak üzere iki farklı tema altında toplanmıştır. Katılımcıların çoğunluğu, sosyal medya hesaplarını günde ortalama 8 kez ve daha fazla kontrol ettiklerini ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, kadın katılımcıların küçük bir kısmı sosyal medya hesaplarını günde ortalama 5-8 kez arası kontrol ettiklerini belirtmişlerdir. Kadın katılımcıların küçük bir kısmının daha az sıklıkla, yani günde ortalama 5-8 kez arası sosyal medya hesaplarını kontrol etmeleri, genel olarak erkeklerin sosyal medya kullanımında daha fazla aktif olduklarını göstermektedir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K2: “Sosyal medya hesaplarını günde ortalama 8 kez ve daha fazla kontrol ediyorum”.

K5: “Sosyal medya hesaplarımı günlük ortalama 15 kez ve hatta daha fazla kontrol ediyorum”.

E8: “Günlük olarak sosyal medya hesaplarımı kontrol etme sıklığımı tanımlamak zor ama genellikle 10 kez ve hatta daha fazla diyebilirim”.

Tablo 4.7. Sosyal medya uygulamalarını kullanmadığınızda kendinizi nasıl hissedersiniz? (Olumlu-olumsuz) Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya uygulamalarını kullanmadığınızda oluşan hisler			

**Sosyal medya uygulamalarını kullanmadığınızda kendinizi nasıl hissedersiniz?
(Olumlu-olumsuz) Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.7'nin devamıdır)**

Olumlu Hisler	5	6	11
Olumsuz Hisler	6	5	11
TOPLAM (Kodlar)	11	11	22
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya uygulamalarını kullanmadığında oluşan hisler olumlu hisler ve olumsuz hisler olmak üzere iki tema altında toplanmıştır. Katılımcıların, sosyal medya uygulamalarını kullandıkları zaman ve kullanmadıkları zaman arasında oluşan hislerin eşit olduğu görülmektedir. Ancak, cinsiyet bazında, kadın katılımcılar sosyal medya uygulamalarını kullanmadıklarında daha olumlu hissettiklerini belirtirken, erkek katılımcılar ise sosyal medya uygulamalarını kullanmadıklarında daha olumsuz hissettiklerini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K3: “Kendimi daha enerjik hissediyorum. Daha neşeli ve tahammül seviyesi yüksek”.

K7: “Sosyal medya kullanmadığımda kendimi sinirli ve öfkeli hissediyorum”.

K9: “Sosyal medya kullanmadığımda kendimi boşlukta hissediyorum”.

E4: “İnsan kendini daha mutlu ve huzurlu hissediyor”.

E5: “Kendimi huzursuz hissedirim”.

Tablo 4.8. Ailenizin ve arkadaşlarınızın yanında iken sosyal medya kullanım tercihlerinizden bahseder misiniz? (Olumlu-olumsuz yönleri) Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Aile ve arkadaşların yanında iken sosyal medya kullanım tercihi			
Sosyal medya kullanım ve problem yaşamam	0	3	3
Sosyal medya kullanmam	2	4	6
Sosyal medya kullanımından dolayı problem yaşıyorum	8	4	12
Katılımcılar	10	11	21

Araştırmaya katılan bireylerin aile ve arkadaşlarıyla bir arada iken sosyal medya kullanım tercihleri üç farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar şunlardır: "Sosyal medya kullanırım ve problem yaşamam", "Sosyal medya kullanmam", ve "Sosyal medya kullanımından dolayı problem yaşarım". Bulgular, katılımcıların çoğunluğunun, aile ve arkadaşlarıyla birlikteyken sosyal medya kullanımı ile ilgili sorunlar yaşadıklarını göstermektedir. Bu duruma karşılık, bir kısmı aile ve arkadaşları yanında sosyal medya kullanmamayı tercih ettiğini ifade etmiştir. Ayrıca, az bir grup ise aile ve arkadaşlarıyla birlikteyken sosyal medya kullanımı ve problemler yaşamadıklarını belirtmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K1: *“Ailem ve arkadaşlarımın yanında sosyal medya kullanmamaya dikkat ediyorum. Bu davranışı uygun ve nezaketli bulmuyorum. Eğer birlikte paylaşım yapacaksak birlikte sosyal medya ile ilgileniyoruz ve kapatıyoruz. Yani sosyal medya kullanımım aile ve arkadaş ilişkilerimi etkilemiyor”*.

K8 *“Ailem veya arkadaşlarımın yanında sosyal medya kullanıyorum. Bu nedenle bazı zamanlar problemler yaşıyorum”*.

E5 *“Ailemin ve arkadaşlarımın yanında iken sosyal medya kullanıyorum. Kız arkadaşım beni bu nedenle terk etmişti. Ailem de onların yanında iken onlarla ilgilenmemi istiyor. Bu nedenle ailem ile de problemler yaşıyorum”*.

E7 *“Ailem ve arkadaşlarımın yanında olmama rağmen sosyal medya kullanmam nedeniyle aramızda iletişim problemleri yaşadığımı gözlemliyorum. Sosyal medya platformlarına olan yoğun ilgim, bazen gerçek dünyadaki etkileşimlerimi etkileyebiliyor ve yakın çevremle iletişimde zorluklar yaşamama sebep oluyor”*.

Tablo 4.9. Sosyal medya kullanımınızdan dolayı günlük yaşantınızda bir problem yaşadığınızı düşünüyor musunuz? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımından dolayı günlük yaşantıda bir problem yaşama durumu			
Problem yaşıyorum	10	10	20
Problem yaşamıyorum	0	0	0
TOPLAM (Kodlar)	10	10	20

Araştırmaya katılan katılımcıların günlük yaşantılarında sosyal medya kullanımından kaynaklanan problemler hakkındaki deneyimleri iki farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar şunlardır: "Problem yaşıyorum" ve "Problem yaşamıyorum". Bulgulara göre, tüm katılımcılar sosyal medya kullanımından dolayı günlük yaşantılarında bir problem yaşadıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla, araştırmada yer alan katılımcılardan, sosyal medya kullanımından dolayı günlük yaşantılarında bir problem yaşamayan hiçbir katılımcı bulunmamaktadır.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:
K2: “Evet, sosyal medya kullanımından dolayı günlük yaşantımda bir problem yaşadığımı düşünüyorum. Zaman yönetimi ve dikkat dağınıklığı konularında problem yaşıyorum”.

K5: “Evet düşünüyorum. Özellikle bu durum, oğlumla geçirebileceğim zamanı azaltıyor ve aramızdaki iletişimi olumsuz etkiliyor”.

E1: “Evet düşünüyorum. Telefonu elimden bırakmadığım için ailem, yakın arkadaşlarım ve sevgilim ile daha az vakit geçirdiğim için problemler yaşıyorum. Telefona daldığımda günlük ev işlerini yapmada sorumluluklarımı ihmal edebiliyorum. Sosyal medyada fazlaca vakit geçirdiğim için insanlarla olan iletişimimin koptuğunu hissediyorum”.

E6: “Evet düşünüyorum. Bazen sosyal medya ile fazla ilgilenip gerçek yaşamdan koptuğumu hissettiğim zamanlar oluyor”.

Tablo 4.10. Sosyal medya kullanımı esnasında günlük işlerinizde aksama yaşadığınız durumlar nelerdir? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımı esnasında günlük işlerde aksama yaşanan durumlar			
Kişisel bakımımı ihmal ederim	5	4	9
İş veya okul ile ilgili odaklanma problemi yaşarım	10	9	19
Spor yapmayı ve sağlıklı beslenmeyi ihmal ederim	1	6	7
Sosyal medya kullanımından dolayı yüz yüze iletişimde zorlanırım	3	2	5

Sosyal medya kullanımı esnasında günlük işlerinizde aksama yaşadığınız durumlar nelerdir? Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.10.'un devamıdır)

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımı esnasında günlük işlerde aksama yaşanan durumlar			
Sosyal medya kullanımından dolayı sorumluluklarımı ihmal ederim	7	11	18
Sosyal medyada vakit geçirmek uğruna sosyal etkinliklere olan ilgim azalır	0	2	2
Ailem ve arkadaşlarım ile daha az vakit geçirdiğim için problem yaşıyorum	7	9	16
TOPLAM (Kodlar)	33	43	76
Katılımcılar	10	10	20

Sosyal medya kullanımı sırasında günlük işlerde yaşanan aksamalar, yedi farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar; kişisel bakım ihmal edilmesi, iş veya okul ile ilgili odaklanma problemleri, spor yapmayı ve sağlıklı beslenmeyi ihmal etme, yüz yüze iletişimde zorlanma, sorumlulukları ihmal etme, sosyal etkinliklere olan ilginin azalması ve aile/arkadaşlarla daha az vakit geçirme sorunları temalarıdır. Araştırmaya katılanların en fazla aksama yaşadığı durumlar, iş veya okula odaklanmada sorunlar, sorumlulukları ihmal etme ve aile/arkadaşlarla daha az zaman geçirmenin yol açtığı problemlerdir. Kadın katılımcıların en büyük aksama yaşadığı alan sorumluluklarını ihmal etmek olurken, erkek katılımcılarda iş veya okul ile ilgili odaklanma probleminin en belirgin sorun olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K3: “*Sosyal medya kullanımı esnasında günlük işlerimde yaşadığım aksamalar özellikle ailem ve arkadaşlarımla iletişimde sorunlar, evdeki günlük işlerin ihmal edilmesi ve iş yerinde dikkatsizlik sonucu oluşan problemlerdir*”.

K6: “*Mutfakta çalıştığım için en ufak bir geç kalma yemeğin yanmasına neden olabiliyor. Sosyal medyada fazla vakit geçirdiğimde işlerim aksayabiliyor. Akşam eve gittiğimde yine ailemle ilgilenmediğimde problemler yaşıyoruz*”.

E4: “*Kişisel bakım, çalışma hayatındaki işler, Eşim ile iletişim problemi olabilir*”.

E8: “*Evdeki işlere yardım etmediğimde eşim ile problem yaşıyorum. Çocukların dersleri aksıyor*”.

Tablo 4.11. Sosyal medya kullanım alışkanlıklarınızdan dolayı hiç sosyal dışlanmışlık yaşadınız mı? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanım alışkanlıklarından dolayı sosyal dışlanmışlık yaşama durumu			
Sosyal dışlanmışlık yaşadım	10	8	18
Sosyal medyada fikirlerimi özgürce ifade etmemden dolayı	2	1	3
Sosyal medyada mesleki olarak kendimi ifade edememenden dolayı	0	1	1
Sosyal medyadaki marka algısından dolayı	1	2	3
Sosyal medya kullanımım sonucu hedeflerimi gerçekleştirememenden dolayı	1	1	2
Sosyal medya kullanımı sonucu sorumluluklarımı ihmal ettiğimden dolayı	1	1	2
Sosyal medyayı takip etmediğimden güncel bilgi ve haberler hakkında bilgim olmadığımndan dolayı	5	2	7
Ailem ve arkadaşlarımla yanıtında iken sosyal medya kullanımından dolayı	3	2	5
Sosyal dışlanmışlık yaşamadım	0	2	2
TOPLAM (Kodlar)	23	20	43
Katılımcılar	10	10	20

Araştırmaya katılan katılımcıların çoğu, sosyal medya kullanım alışkanlıklarından dolayı sosyal dışlanmışlık yaşadıklarını ifade etmiştir; ancak çok az bir katılımcı sosyal dışlanmışlık yaşamadığını belirtmiştir. Sosyal dışlanmışlık durumu, sekiz farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar; sosyal medyada fikirlerin özgürce ifade edilememesi, mesleki ifadenin kısıtlanması, marka algısının etkisi, hedeflerin gerçekleştirilememesi, sorumlulukların ihmal edilmesi, güncel bilgi eksikliği ve aile/arkadaş ilişkilerinin etkilenmesi temalarıdır.

Erkek katılımcılar, özellikle sosyal medyayı takip etmediklerinde güncel bilgi ve haberler hakkında bilgi eksikliği yaşadıkları için sosyal dışlanmışlık yaşadıklarını

vurgulamışlardır. Kadın katılımcılar ise daha çok sosyal medyadaki marka algısının etkisi, aile ve arkadaşlarının yanında iken sosyal medya kullanımından dolayı yaşadıkları sorunlar ve güncel bilgi eksikliği nedeniyle sosyal dışlanmışlık yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K2: “Evet yaşadım. Sosyal medyada arkadaş grubum arasında güzel veya belli markalardan giyinmediğimde paylaşımlarıma daha az beğeni geliyor. Arkadaşlarım paylaştığım fotoğrafı beğenmiyor veya görmezlikten geliyorlar. Bu konuda sosyal dışlanmışlık yaşadığımı düşünüyorum”.

K4: “Evet yaşadım. Sosyal medyada bir kadın ile ilgili olayın gerçek olup olmadığı kesinleşmeden suçlayıcı ve karalayıcı paylaşımlar yapıyordu. Ben de kendi sosyal medyamdan önyargılı davranılmaması gerektiği belki de kadının suçsuz olabileceği ile ilgili bir düşünce paylaşmıştım. Sosyal medyamdaki herkes bu sefer beni dışlamaya başladı. Okuldaki arkadaşlarım tarafından bile bu olayla ilgili dışlandım”.

E2: “Evet yaşadım. İş yerinde en çok sosyal medya kullanan benim. Sosyal medyaya fazla vakit ayırdığım için arkadaş ilişkilerim de bu durumdan etkileniyor. Mesela ilk zamanlar arkadaşlarım toplandıkları zaman beni de davet ederlerdi. Şimdi ise zaten oraya gitsem bile onlarla iletişim kurmadığım için insanlar alınıyor. Bu nedenle de artık davet edilmiyorum”.

E9: “Evet yaşadım. Ben sosyal medyaya çok sonradan katıldım. Arkadaş ortamında ve iş yerinde sosyal medyada gündem olmuş bir konu hakkında bilginiz olmadığında insanlar bu konuda yorum yapan ve bilgisi olan kişilerle iletişime devam ediyor. Bu konuda dışlanmışlık yaşadığım için sosyal medyaya katılmıştım”.

Tablo 4.12. Günlük yaşamda sosyal aktivitelere katılım durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Günlük yaşamda sosyal aktivitelere katılım durumu			
Sosyal	0	6	6
Dengeli	1	3	4
Asosyal	9	1	10
TOPLAM (Kodlar)	10	10	20
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların günlük yaşamda sosyal aktivitelere katılım durumları, sosyal, dengeli ve asosyal olmak üzere üç farklı tema altında incelenmiştir. Bulgulara göre, katılımcılar genel olarak günlük yaşamda sosyal aktivitelere katılım durumlarını en çok asosyal olarak değerlendirmişlerdir. Kadın katılımcılar, genel olarak sosyal aktivitelere daha sık katıldıklarını ve bu durumu sosyal olarak değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Ancak, kadın katılımcıların bir kısmı ise bu durumu dengeli olarak değerlendirmiştir. Erkek katılımcıların çoğunluğu ise günlük yaşamda sosyal aktivitelere katılım durumunu asosyal olarak değerlendirmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K5: “Sosyal aktivitelere katılan sosyal birisiyim”.

E1: “Günlük yaşamda sosyal biri olduğumu düşünmüyorum. Genellikle vaktimin çoğunu sosyal medyada harcıyorum”.

E6: “Sosyal medya kullanmadan önce daha sosyal bir insandım. Şu an çok sosyal olmadığımı düşünüyorum”.

Tablo 4.13. Sizce asosyallik nedir? Asosyal olmak veya asosyallik size ne ifade ediyor? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Asosyalliğin anlamı			
Sosyal ilişkilerde yorgunluk	0	1	1
Zaman kavramının yitirilmesi	0	1	1
Zevk alamama	0	3	3
Dışlanmışlık hissi	2	6	8
Temel ihtiyaçların göz ardı edilmesi	2	0	2
Sorumlulukların ihmal edilmesi	1	0	1
Kişisel bakımın ihmal edilmesi	3	2	5
Kalabalık ortamlardan kaçınma	4	0	4
Sosyal aktivitelere katılamama	9	7	16
Yalnızlaşma	9	10	19
Fiziksel, sosyal veya psikolojik olarak iyi hissetmeme	10	8	18
Kendini toplumdan soyutlama	1	2	3

Sizce asosyallik nedir? Asosyal olmak veya asosyallik size ne ifade ediyor?

Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.13.'ün devamıdır)

Yakınlarına vakit ayırmama	7	5	12
İletişim problemleri yaşama	9	5	14
TOPLAM (Kodlar)	57	50	107
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların verdikleri cevaplara göre asosyal olma veya asosyalliğin ifade ettiği anlam, on dört farklı tema altında incelenmiştir. Bu temalar; sosyal ilişkilerde yorgunluk, zaman algısının kaybı, zevk alamama, dışlanmışlık hissi, temel ihtiyaçların ihmal edilmesi, sorumlulukların ihmal edilmesi, kişisel bakımın ihmal edilmesi, kalabalık ortamlardan kaçınma, sosyal aktivitelere katılamama, yalnızlaşma, fiziksel, sosyal veya psikolojik olarak iyi hissetmeme, toplumdan soyutlanma, yakınlarına vakit ayırmama ve iletişim problemleri yaşama temalarıdır.

Katılımcılar, asosyalliği genellikle yalnızlaşma, fiziksel, sosyal veya psikolojik olarak iyi hissetmeme ve sosyal aktivitelere katılamama gibi temalar altında değerlendirmişlerdir. Kadın katılımcılar, asosyalliği genellikle yalnızlaşma teması altında değerlendirirken, erkek katılımcılar ise asosyalliği daha çok fiziksel, sosyal veya psikolojik olarak iyi hissetmeme teması ile değerlendirmişlerdir. Katılımcıların çok az bir kısmı ise asosyalliği sosyal ilişkilerde yorgunluk, zaman algısının kaybı ve sorumlulukların ihmal edilmesi gibi temalar altında değerlendirmişlerdir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K6: “Asosyallik bir insanın hiç arkadaşının olmaması, ailesi ve yakınları ile bile iletişim kurmak istememesi, kendini toplumda yalnız hissetmesi, evden çıkmak istememesi, hiçbir aktiviteye katılmaması, depresyondan çıkamaması ve bu durumun kronikleşmesi diye düşünüyorum”.

E4: “Asosyal kişi ruhsal olarak sıkıntı yaşayan bireydir. Asosyal birey dışarı çıkmaz, hiç arkadaşı yoktur, kalabalık ortamlardan kaçır, kendi bakımını yapamaz, tembeldir”.

E7: “Asosyallik insanın gerçek yaşamda arkadaşının olmaması, aile bireyleri ile iletişiminin sınırlı olması, kişinin kendini eve hapsedmesi, ruhsal açıdan bunalım yaşamaması, insan ilişkilerinin kötü olması, sosyal aktivitelere katılmaması, içinde

bulunduğu buhran halinden çıkamaması, dış görüntüsünün bakımsız görünmesi olabilir”.

Tablo 4.14. Sosyal medya uygulamalarını kullanırken kendinizi asosyal hissettiğiniz durumlar yaşadınız mı? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya uygulamalarını kullanırken kendini asosyal hissetme durumu yaşama deneyimi			
Sosyal medya uygulamalarını kullanırken asosyal hissediyorum	10	9	19
Sosyal medya kullanımı sonucu ailem ve yakınlarıma daha az vakit ayırdığımda	5	1	6
Aşırı sosyal medya kullanımından dolayı toplumdaki dışlandığımda	1	0	1
Sosyal medya kullanırken dış dünya ile iletişimi kestiğim zaman	6	1	7
Aşırı sosyal medya kullanımı sonucu rutin işleri aksattığım için sosyal aktivitelere zaman kalmaması	0	1	1
Aşırı sosyal medya kullanımı sonucu sosyal aktivitelere enerjimin kalmaması	3	2	5
Sosyal medya ortamında edinilen sanal arkadaşların gerçek arkadaşların yerini tutmaması	5	1	6
Sosyal medya kullanımından dolayı sosyal aktivitelere zamanım kalmadığı için	3	4	7
Sosyal medyada çok fazla sosyal aktivitelere katılan insanları gördüğümde dolayı	2	4	6
Sosyal medya uygulamalarını kullanırken asosyal hissetmiyorum	0	1	1
TOPLAM (Kodlar)	35	24	59
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanımı esnasında kendilerini asosyal hissetme deneyimlerine ilişkin görüşleri, sosyal medya uygulamalarını kullanırken asosyal

hissediyorum ve sosyal medya uygulamalarını kullanırken asosyal hissetmiyorum olmak üzere iki farklı tema altında toplanmıştır. Katılımcıların tamamına yakını sosyal medya uygulamalarını kullanırken asosyal hissettiklerini belirtmiştir. Yalnızca bir katılımcı sosyal medya kullanımı esnasında asosyal hissetmediğini ifade etmiştir. Katılımcıların “Sosyal medya uygulamalarını kullanırken asosyal hissediyorum” teması sosyal medya kullanımı sonucu aile ve yakınlarına daha az zaman ayırma, aşırı kullanım nedeniyle toplumdan dışlanma, sosyal medya kullanımı sırasında dış dünya ile iletişimin kesilmesi, rutin işleri aksatma sonucu sosyal aktivitelere zaman kalmaması, enerji kaybı, sanal arkadaşların gerçek arkadaşların yerini almaması gibi sekiz farklı alt tema altında toplanmıştır.

Katılımcıların en çok asosyal hissettikleri durumlar, sosyal medya kullanımı sonucu sosyal aktivitelere zamanın kalmaması, sanal arkadaşların gerçek arkadaşların yerini tutmaması, sosyal medyada fazla sosyal aktivite gözlemlemesi ve dış dünya ile iletişimin kesilmesi gibi temalar olarak belirlenmiştir. Kadın katılımcılar özellikle sosyal medya kullanımı sonucu sosyal aktivitelere zamanın kalmaması ve fazla sosyal aktivite gözlemlemesi durumlarında asosyal hissetme deneyimini yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Erkek katılımcılar ise özellikle dış dünya ile iletişimin kesilmesi ve sanal arkadaşların gerçek arkadaşların yerini alamaması durumlarında asosyal hissettiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K1: *“Benim için tam tersi. Sosyal medya uygulamalarını kullandığım için asosyal hissetmedim. Asosyal hissettiğim dönemlerde sosyal medya uygulamalarına yöneldim. Örneğin haber takip ettim. Sosyal medya uygulamalarından dolayı asosyal olduğumu düşünmüyorum”*.

K10: *“Evet yaşadım. Influencerların sosyal medyalarını takip ettiğim zamanlarda kendimi asosyal hissediyorum. Onların gördüğü güzel ve farklı yerleri gezme şansının olmaması beni gerçekleştirmemiş hissettiriyor ve bu durumda kendimi asosyal olarak tanımlıyorum. Onların paylaşımlarıyla karşılaştırdığımda kendi yaşantımın eksikliklerini daha belirgin görebiliyorum, bu da beni asosyal hissetmemde etkili oluyor”*.

E5: *“Evet yaşıyorum. Sosyal medyada fazla zaman geçirmek beni insanlardan uzaklaştırıyor. İnsan gerçek olmayan sanal dünyada vakit geçirdikçe gerçek*

yaşamdan da uzaklaşıyor. Sosyal medya insanlara yeni insanlarla tanışıp sosyalleşme imkânı da sunuyor. Fakat sanal dünyadaki sanal arkadaşlıklar yüz yüze görüşülen gerçek arkadaşların yerini tutmuyor”.

E10: *“Evet yaşıyorum. Sosyal medyada çok fazla vakit geçirdiğimde odaya kapandığımı ve dış dünya ile bağımı kestiğimi hissediyorum”.*

Tablo 4.15. Sosyal medya hesabınızdan kendinizi başkalarına karşı sosyal göstermek veya asosyal olduğunuzu gizlemek/göstermemek için paylaşım yapar mısınız? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya hesabında kendini sosyal göstermek veya asosyal olduğunu gizlemek/göstermemek için paylaşım yapma durumu			
Sosyal medya hesabımda kendimi sosyal olarak göstermek veya asosyal olduğumu gizlemek için paylaşım yaparım	8	6	14
Sosyal medya hesabımda kendimi sosyal olarak göstermek veya asosyal olduğumu gizlemek için paylaşım yapmam	2	4	6
TOPLAM (Kodlar)	10	10	20
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya hesaplarında kendilerini sosyal gösterme veya asosyal olduklarını gizleme/göstermeme konularındaki görüşleri, “Sosyal medya hesabımda kendimi sosyal olarak göstermek veya asosyal olduğumu gizlemek için paylaşım yaparım” ve “Sosyal medya hesabımda kendimi sosyal olarak göstermek veya asosyal olduğumu gizlemek için paylaşım yapmam” olmak üzere iki farklı tema altında toplanmıştır. Katılımcıların çoğunluğu, sosyal medya hesaplarında kendilerini sosyal gösterme veya asosyal olduklarını gizleme/göstermeme amacıyla paylaşımlar yapacaklarını belirtmiştir. Katılımcıların daha azı ise bu amaçlar doğrultusunda paylaşım yapmayacaklarını ifade etmiştir. Erkek katılımcılar, bu konuda daha aktif bir tutum sergileyerek kendilerini sosyal gösterme veya asosyal olduklarını gizleme/göstermeme temasını daha fazla kullanmıştır.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K2: “Sosyal bir ortama çok girmiyorum. Fakat sosyal bir ortama girdiğimde sosyalleştiğimi göstermek için paylaşım yapmaya özen gösteriyorum. Asosyal olduğumu gizlemek için paylaşım yapmıyorum. Örneğin akrabalarından birinin düğünü varsa özenerek yeni aldığım kıyafetimi ve kuaföre gidip yaptırdığım saçlarımı göstermek için o gün muhakkak fotoğraf çekinip Instagram’ında paylaşıyorum”.

K5: “Evet yapıyorum. Farklı ülkelere gittiğimde birçok fotoğraf çekiyorum. Ama fotoğrafların tümünü hemen paylaşmıyorum. Yılın değişik dönemlerinde sanki tekrara oraya gitmişim gibi sahte paylaşımlar yaptığım oluyor. Bunu genelde dışarı çıkıp arkadaşlarımla sosyalleşmeye vakit bulamadığım zamanlarda sosyalleşme özlemi ile yapıyorum. Bir de çok güzel bir kıyafet giydiğimde, saçımı boyattığımda ve kuaförden çıktığımda veya makyajımın güzel yapıldığı bir gün çokça fotoğraf çekinip daha sonra paylaşabiliyorum. İnsanların beni daha sık bakımlı görmelerini ve sürekli bakımlı bir kadın olduğumu düşünmelerini isterim”.

E6: “Evet yapıyorum. Örneğin dışarı çıktığımda muhakkak sosyal medyamda paylaşacak ve beni sosyal gösterecek bir şeyler bulmaya çalışıyorum. Mesela evden markete gitmek için çıktığımda duvarda güzel bir resim görüp sosyal medya hesabımda paylaştığımda insanlar benim bir yerlere gittiğimi ve gezdiğimi zann ediyor. Aslında sanal ve gerçekliği olmayan bir dünya fakat insanların beni sosyal biri olarak görmelerini istediğim için bu şekilde paylaşım yapabiliyorum”.

E9: “Hayır yapmam. Neysem o benim için. Zaten sosyal biri değilim”.

Tablo 4.16. Sosyal medyada yansıttığınız sosyal yaşamınız ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumunuzsan bahseder misiz? (Farklılıklar, benzerlikler)
Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medyada yansıtılan sosyal yaşam ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumu			
Sosyal medyada yansıttığım sosyal yaşamım ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumum benzerdir	1	1	2

Sosyal medyada yansıttığınız sosyal yaşamınız ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumunuzsan bahseder misiz? (Farklılıklar, benzerlikler) Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.16.’nın devamıdır)

Sosyal medyada yansıttığım sosyal yaşamım ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumum arasında farklılıklar var	9	9	18
TOPLAM (Kodlar)	10	10	20
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medyada yansıttıkları sosyal yaşam ile gerçek hayattaki sosyalleşme durumlarına ilişkin görüşleri “Sosyal medyada yansıttığım sosyal yaşamım ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumum benzerdir” ve “Sosyal medyada yansıttığım sosyal yaşamım ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumum arasında farklılıklar var” temaları altında toplanmıştır. Katılımcıların çoğu, sosyal medyada yansıttıkları sosyal yaşamın gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumlarından farklı olduğunu vurgulamıştır. Bununla birlikte, katılımcılardan çok azı ise sosyal medyada yansıttıkları sosyal yaşamın gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumlarıyla benzerlik gösterdiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K3: “Farklılıklar var. Normal yaşamda ne sosyal ne asosyal biriyim. Ama bazen eskiden gittiğim yerlerin fotoğraflarını de paylaşmayı seviyorum. İnsanlar o an oraya gittiğimi zannedebiliyorlar. Yani sosyal medyada daha sosyal görünüyorum”.

K4: “Gerçek yaşamda sosyal olabilirim fakat sosyal medyamda çok daha sosyal biri olarak kendimi gösteriyorum. Sosyal medyada paylaşılan her fotoğraf gerçeği yansıtmayabiliyor. Örneğin bir mekâna gittiğimde farklı açılardan birçok fotoğraf çekip daha sonra bu fotoğrafları sosyal medyamda paylaşabiliyorum. Yani sosyal medyamda yansıttığım sosyal yaşamım ile gerçek yaşamımdaki sosyalleşme durumum birbirinden farklı”.

E1: “Farklılıklar var. Sosyal medya hesabımda daha sosyal bir görüntü çizmek için bazen gerçek yaşamımdan farklı paylaşımlar yapıyorum. Gerçek hayatta sosyal olmamama rağmen, sanal ortamda daha sosyal bir imaj oluşturmaya çalışıyorum”.

E8: “Farklılıklar olduğunu düşünüyorum. Günlük hayatta çoğunlukla içe dönük biriyim, ancak sosyal medya hesabımda pek fazla paylaşım yapmadığım için daha kapalı ve asosyal gibi görünebilirim”.

Tablo 4.17. Sosyal medya kullanımı ile bireyin gerçek hayatta insanlarla olan iletişimi hakkında neler düşünüyorsunuz? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımı ile bireyin gerçek hayatta insanlarla olan iletişimi hakkındaki görüşler			
Önyargılı davranma	1	0	1
Algılama seviyesinde düşüş	1	0	1
İletişim problemlerini çözümlememe	1	0	1
İlişkilerde tutarsızlaşma	0	1	1
Sosyalleşme fırsatı	0	1	1
İletişim kurma yeteneği	0	1	1
Yalnızlaşma riski	7	4	11
Dinleme ve empati kurma yeteneğinde azalma	3	3	6
Yakınlarına vakit ayıramama	2	5	7
İletişim problemleri	7	6	13
Yüz yüze iletişimin azalması	3	5	8
Aile içi iletişimde problemler	3	4	7
TOPLAM (Kodlar)	28	30	58
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile bireyin gerçek hayatta insanlarla olan iletişimi hakkındaki görüşleri on iki farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar; önyargılı davranma, algılama seviyesinde düşüş, iletişim problemlerini çözümlememe, ilişkilerde tutarsızlaşma, sosyalleşme fırsatı, iletişim kurma yeteneği, yalnızlaşma riski, dinleme ve empati kurma yeteneğinde azalma, yakınlarına vakit ayıramama, iletişim problemleri, yüz yüze iletişimin azalması, aile içi iletişimde problemler olarak sıralanabilir. Katılımcıların çoğu, iletişim problemleri, yüz yüze iletişimin azalması ve aile içi iletişimde problemler temalarını kullanarak sosyal medya kullanımının iletişim problemlerine yol açabileceğini, bireylerin

yalnızlaşmasına sebep olabileceğini ve aile içi iletişimde sorunlara neden olabileceğini belirtmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K6: “Sosyal medya kullanımım arttığında gerçek yaşamda insanlarla yüz yüze görüşmek için zamanımın kalmadığını fark ediyorum. Burada bir seçim yapmak gerekebiliyor. İnsanlarla yüz yüze görüşmediğimde ise insan giderek konuşma konusunda bile gerileyebiliyor. İnsanın anlama ve empati kurma yeteneği daralıyor. İnsanlarla sohbet ederken konuşacak bir konu bulamamaya başlıyorsunuz. Bu nedenle sosyal medyada fazla vakit geçirmenin insanlarla iletişimi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”.

K10: “Sosyal medya hayatımızda olmadan önce aile içi iletişimimiz daha iyiydi. Dostlarımız ile yüz yüze daha çok vakit geçirme şansımız olurdu. Şimdiki zamanda sosyal medya hepimizin vaktini sömürdüğü için hiçbir şeye vakit bulamıyoruz. Eskiden bayramlarda herkes bir araya gelirdi gerçekten sohbet ortamları oluşurdu. Şimdi bir araya gelinse bile herkesin elinde telefon var. Kimse birbirini dinlemiyor. Bu nedenle sosyal medya kullanımının gerçek hayatta insanlarla olan iletişimi olumsuz etkilediğini düşünüyorum”.

E5: “Sosyal medya kullanımı arttıkça kelime hazinen daralıyor ve konuşurken hep aynı kelimelerle konuşmaya başlıyoruz. Bir de sosyal medya çok acımasız bir ortam. İnsanları hemen yargılayıp suçlayabiliyoruz. Önyargılı olmadan konuşma yeteneğimiz ve empati yeteneğimizden uzaklaştığımız için insanlarla olan iletişimimizin de iyiye gitmediğini düşünüyorum. Çok fazla kullanan kişilerin insan ilişkilerinin iyi olamayacağını düşünüyorum”.

Tablo 4.18. Sosyal medya kullanımı ile bireyin toplumda kendini tek başına hissetmesiyle ilgili düşünceleriniz nedir? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımı ile bireyin toplumda kendini tek başına hissetmesiyle ilgili düşünceler			
Toplumsal olarak dışlanma	1	0	1
Aile ve arkadaşlık bağlarının zayıflaması	2	0	2

Sosyal medya kullanımı ile bireyin toplumda kendini tek başına hissetmesiyle ilgili düşünceleriniz nedir? Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.18.'in devamıdır)

Kötü rol model oluşumu	2	0	2
Gerçek kimlikten uzaklaşma	3	1	4
İfade özgürlüğü hissetmeme	0	1	1
Sosyalleşme fırsatı	1	1	2
Mükemmeliyetçilik baskısı	0	2	2
Gerçeklikten uzaklık	4	6	10
Linç kültürü	0	2	2
Dış görünüş odaklılık	2	4	6
TOPLAM (Kodlar)	15	17	32
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile bireyin toplumda kendini tek başına hissetmesiyle ilgili düşünceleri, toplumsal olarak dışlanma, aile ve arkadaşlık bağlarının zayıflaması, kötü rol model oluşumu, gerçek kimlikten uzaklaşma, ifade özgürlüğü hissetmeme, sosyalleşme fırsatı, mükemmeliyetçilik baskısı, gerçeklikten uzaklık, linç kültürü ve dış görünüş odaklılık olmak üzere on farklı tema etrafında toplanmaktadır. Katılımcıların çoğu, sosyal medyanın gerçeklikten uzak ve dış görünüme odaklı olması nedeniyle bireyin toplumda kendini yalnız hissetmesinin önemli bir etken olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcılardan daha az bir kısmı ise sosyal medya kullanımı sırasında toplumsal olarak dışlandığı ve ifade özgürlüğü hissetmediği için toplumda kendini tek başına hissettiğini belirtmiştir. Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K1: “Bireylerin sosyal medyada geçirdikleri süre uzadığında ve kendilerini farklı kişiler olarak diğer insanlara tanıttıklarında, insanlar gerçek kimliklerinden uzaklaşarak aslında olmadıkları kişilere dönüşüyorlar ve yalnızlaşıyorlar. Bireylerin yalnız hissetmesi bencilliğe neden olduğunu ve mutsuzluğa yol açtığını düşünüyorum. Örneğin ilkokula giden ve okulda dışlanan komşumun çocukları Youtube’ da Enes Batur videoları izleyerek kendilerini yalnız hissetmemeye çalışıyorlar”.

K5: “Sosyal medyayı çok fazla kullandığımızda aslında bu durum bizi yalnızlığa itiyor. Sosyal medyada çoğu kişi gerçek olmayan paylaşımlar yapıyor. Örneğin çok lüks yaşamlar, harika evler, son model arabalar özellikle gençler bu kendi yaşlarındaki genç kişilerin bu tarz paylaşımlarını gördükçe ders çalışmıyor, hayatın kolay

kazanılabilen bir yer olduğunu düşünerek daha az gayret içinde oluyorlar. Kendileri aynı hayatı yaşayamadıklarında ise kendilerini tek başına hissedebiliyorlar”.

E2: “Sosyal medyayı önemsemeyen yani sosyal medya için değil de kendi gerçek yaşamına odaklanan, gerçek arkadaşlıklar edinen kişilerin toplumda tek başına hissetmeyeceğini düşünüyorum. Çünkü sosyal medya kullanmayan arkadaşlarıma baktığımda gerçek arkadaşları var ve sahte yüzler ve ortamlar yok. Sosyal medyayı çok fazla kullanan kişilere bakarsak onlar sahte arkadaşlıklar yüzünden kendilerini toplumda yalnız hissedebilir”.

E10: “Sosyal medya kullanan kişiler giderek yalnızlaşıyor. Sanal dünya ile gerçek dünya birbirinden çok farklı olduğu için kendinden uzaklaşan bireyler toplumda da kendini yalnız hissediyorlar”.

Tablo 4.19. Sosyal medya kullanımı ile bireyin kendini ifade etmede eksiklik yaşamaması arasında bir ilişki olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konuda deneyimleriniz varsa paylaşır mısınız? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımı ile bireyin kendini ifade etmede eksiklik yaşamaması arasındaki ilişkiye dair düşünceler			
Mahremiyet ihlali ve başkalarını taklit etme	1	0	1
Sosyal bağlar kurma ve dışa açılmak için bir fırsat	0	1	1
Dikkat ve odaklanma zorluğu	6	5	11
Konuşma yeteneğinde zayıflık ve görsel ifade zorluğu	8	5	13
Zaman yönetimi sorunu	1	7	8
Karşılaştırma ve özsaygı sorunları	3	1	4
Kısa ve yüzeysel ifade biçimleri	4	5	9
Dışarıdan gelen onay ihtiyacı	1	0	1
Sanal kimlik ve gerçek kimlik arasındaki fark	4	3	7
TOPLAM (Kodlar)	28	27	55
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile bireyin kendini ifade etmede yaşadığı eksiklikler arasındaki ilişkiye dair düşünceleri dokuz farklı tema etrafında toplanmıştır. Bu temalar; mahremiyet ihlali ve başkalarını taklit etme, sosyal bağlar kurma ve dışa açılmak için bir fırsat, dikkat ve odaklanma zorluğu, konuşma yeteneğinde zayıflık ve görsel ifade zorluğu, zaman yönetimi sorunu, karşılaştırma ve özsaygı sorunları, kısa ve yüzeysel ifade biçimleri, dışarıdan gelen onay ihtiyacı, sanal kimlik ve gerçek kimlik arasındaki fark temalarıdır. Katılımcılar, sosyal medya kullanımının bireylerin kendini ifade etmede yaşadığı eksiklikler üzerinde etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle konuşma yeteneğinde zayıflık ve görsel ifade zorluğu, dikkat ve odaklanma zorluğu ve kısa ve yüzeysel ifade biçimleri konularında bireylerin kendini ifade etmede eksiklik yaşayabileceğini vurgulamışlardır. Kadın katılımcılar zaman yönetimi konusunda problem yaşarken, erkek katılımcılar daha çok konuşma yeteneğinde zayıflık ve görsel ifade zorluğu konusunda problem yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K3: *“Evet bir ilişki olduğunu düşünüyorum. Sosyal medyayı çok fazla kullandığım gün başım ağrıyor, fiziksel olarak yorgun hissediyorum ve insan kendini ifade etmekte gerçekten kaçınıyor”.*

K7: *“Sosyal medya çok fazla kullanıldığında zihinde birtakım gerilemeler yaşanabiliyor. Sosyal medya daha çok bizim aktif değil de pasif dinleyici olduğumuz bir sanal dünya olduğu için konuşma kabiliyetimiz ve kendimizi ifade etme yeteneğimiz köreliyor diye düşünüyorum. Kitap okuduğumuzda bu durum tam tersi oluyor”.*

E1: *“Evet düşünüyorum. Kendi iç dünyana çekildiğin için sosyal becerilerini kaybediyorsun. Bu da bir toplumda ikili iletişimde sorunlar yaşamana neden oluyor. Örneğin sosyal medya kullanımım arttığında insanlarla daha az iletişim kurduğum için bazen konuşma yetimin kaybolduğunu düşünüyorum”.*

E8: *“Evet bir ilişki olduğunu düşünüyorum. Şimdiki gençler sosyal medyada canavar gibi. Bakıyorsun profiline gerçekten gezen, okuyan, insan iletişimi güçlü, çevresi olan birisi gibi görünüyor. Bazen böyle kişilerle yüz yüze tanışma fırsatın oluyor. Anlıyorsun ki çocuk iki lafı bir araya getirip konuşamıyor bile. Sosyal medyada insanlar kendilerini fotoğraflarla görsel olarak tanıttıkları için sosyal medyanın insanın kendini ifade etme yeteneğini olumsuz etkilediğini düşünüyorum”.*

Tablo 4.20. Sosyal medya kullanımı kalabalık ortamlara girmenizi etkiledi mi? Nasıl? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımının kalabalık ortamlara girmeye etkisi hakkındaki görüşler			
Bağlantı ve iletişim kolaylığı	1	4	5
Sosyal farkındalık ve aktivizm	1	4	5
Zaman yönetimi	2	3	5
Sosyal medya bağımlılığı	2	2	4
Dikkat dağınıcı olması	1	3	4
Gerçeklikten kopma	7	5	12
Bağlanma sorunları	7	1	8
Sosyal fobi ve çekingenlik	2	3	5
TOPLAM (Kodlar)	23	25	48
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanımlarının kalabalık ortamlara girmelerine etkisi hakkındaki görüşleri sekiz tema altında toplanmıştır. Bu temalar; bağlantı ve iletişim kolaylığı, sosyal farkındalık ve aktivizm, zaman yönetimi, sosyal medya bağımlılığı, dikkat dağınıcı olması, gerçeklikten kopma, bağlanma sorunları ile sosyal fobi ve çekingenlik temalarıdır.

Katılımcılar arasında sosyal medyanın kalabalık ortamlara girmeye olumlu etkileri olduğunu düşünenler bağlantı ve iletişim kolaylığı ile sosyal farkındalık ve aktivizm temaları altında toplanmıştır. Diğer yandan, sosyal medyanın olumsuz etkilerini vurgulayanlar ise zaman yönetimi, sosyal medya bağımlılığı, dikkat dağınıcı olması, gerçeklikten kopma, bağlanma sorunları ile sosyal fobi ve çekingenlik temalarını kullanmışlardır.

Katılımcıların çoğu, sosyal medya kullanımının gerçeklikten kopma ve bağlantı sorunlarına yol açması nedeniyle kalabalık ortamlara girmelerinde olumsuz etkiler gösterdiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte, katılımcılardan az bir grup sosyal medyanın bağlantı ve iletişim kolaylığı ile sosyal farkındalık ve aktivizm sağlayarak kalabalık ortamlara girmelerinde olumlu katkı sağladığını belirtmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:
K6: “Etkiledi. Sosyal medya üzerinden bir diyet ve spor grubu ile tanıştım. Bu grup ile düzenli olarak gerçek yaşamda da yüz yüze görüşüyoruz. Birbirimize diyet ve sporda destek oluyoruz. Gruptan bazı arkadaşlar zumba yapıyor. Beni de zumba ile tanıştırdılar. Ve şimdi hep birlikte her hafta zumba derslerine katılıyoruz”.

K9: “Evet etkiliyor. Sosyal medyaya fazla zaman ayırdığım günler insanlarla derin ilişkiler kurmak istemiyorum. Daha yüzeysel ilişkiler kurmak daha kolay geliyor. Bir de sosyalleşmeye zaman kalmıyor. İnsan zihnen yoruluyor ve yalnız kalmak isteyebiliyor. Bir de eğer bir sosyal aktiviteye gideceksem önceden o etkinliğin veya yerin sosyal medya hesabına bakarım. Eğer olumsuz yorumlar yapılmışsa o etkinliğe katılmam”.

E5: “Hayır sağlamadı. Sosyal medya yeni arkadaşlar edinmemi sağlasa da bu arkadaşlıklar sanal dünyadan gerçek yaşama geçemedi. Sosyal medya daha çok vaktimi çaldığı için beni kalabalık ortamlardan uzaklaştırdı”.

E7: “Etkilemedi. Sosyal medya üzerinden çok fazla kişiyle tanıştım fakat hiçbiri ile yüz yüze görüşmedim”.

Tablo 4.21. Sosyal medya kullanımınız sosyal etkileşimlere katılıp-katılmama durumunuzu etkiler mi? Bu konuda ne düşünüyorsunuz? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımının sosyal etkileşimlere katılıp-katılmama durumuna etkisine dair görüşler			
Sosyal etkileşimlere katılım azaldı	10	8	18
Yüzeysel ilişkiler kurma	1	2	3
İzolasyon ve yalnızlık	7	3	10
Sosyal kaygı ve iletişim zorluğu	3	4	7
Zaman yönetiminde zorlanma	6	7	13
Dikkat dağılması ve odaklanma zorluğu	6	1	7
Sosyal etkileşimlere katılım arttı	0	2	2
İletişim ve etkileşim	0	2	2
Topluluk ve gruplara katılım	0	2	2
Etkinliklere katılım	0	2	2

Sosyal medya kullanımınız sosyal etkileşimlere katılıp-katılmama durumunuzu etkiler mi? Bu konuda ne düşünüyorsunuz? Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.21.'in devamıdır)

TOPLAM (Kodlar)	33	33	66
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanımının sosyal etkileşimlere olan etkilerine ilişkin görüşleri, "Sosyal etkileşimlere katılımım azaldı" ve "Sosyal etkileşimlere katılımım arttı" olmak üzere iki ana tema altında toplanmıştır. "Sosyal etkileşimlere katılımım azaldı" teması altında incelenen 5 alt tema ise şunlardır: Yüzeysel ilişkiler kurma, izolasyon ve yalnızlık, sosyal kaygı ve iletişim zorluğu, zaman yönetiminde zorlanma ve dikkat dağılması ve odaklanma zorluğu. Diğer yandan, "Sosyal etkileşimlere katılımım arttı" teması altında değerlendirilen 3 alt tema ise şunlardır: İletişim ve etkileşim, topluluk ve gruplara katılım ve etkinliklere katılım.

Katılımcıların çoğunluğu sosyal medya kullanımının sosyal etkileşimlere katılımlarını azalttığını belirtmiştir. Bu azalmanın özellikle zaman yönetiminde zorlanma, izolasyon ve yalnızlık ile sosyal kaygı ve iletişim zorluğu gibi faktörlerden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, az bir kısım katılımcı ise iletişim ve etkileşim, topluluk ve gruplara katılım ile etkinliklere katılım gibi olumlu etmenlerin sosyal etkileşimlere katılımlarını artırdığını ifade etmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K1: *"Etkiler. Örneğin Instagram üzerinden takip ettiğim yoga hocamın yoga kampları ile ilgili etkinlik programlarını sosyal medya üzerinden takip ederek katılabiliyorum"*.

K5: *"Evet etkiliyor. Eğer çok fazla sosyal medya ile ilgilenmişsem o günün geri kalanını rutin işlerime ayırmam gerekiyor ve sosyal etkileşimlere katılamıyorum. Bir başka örnek örneğin arkadaşlarım beni dışarıda bir sosyal aktiviteye davet etmişse gitmeden önce sosyal medyadan o aktiviteye giden kişilerin yorumlarına bakarım. Eğer yorumlar hoşuma giderse arkadaşlarımdan davetine katılırım eğer hoşuma gitmezse katılmam. Başka bir örnek sosyal medyamın kapalı olduğu dönemlerde sosyal medyadan paylaşım yapamadığım için dışarı çıkmak ve sosyal bir aktiviteye katılmak da istemiyorum. Eğer bir yere gitmişsem ve sosyalleşiyorsam muhakkak sosyal medya hesabımdan paylaşım yapmak isterim"*.

E4: “Etkiler. Sosyal medya kullanımım fazla olduğu zamanlarda dışarı çıkıp sosyalleşmeyi unutuyorum. Ailem ve dostlarım ile vakit geçirmek yerine evde kalıp sosyal medyada takılmak bana daha cazip geliyor”.

E10: “Etkiler. Sosyal medyayı çok fazla kullandığımda sabah derse geç kalıyorum. Bu benim bütün günümü etkiliyor. Bütün gün koşturma içinde, uykusuz ve işleri yetiştirmeye çalışarak geçiyor. Ders çalışmaya odaklanamıyorum. Ders çalışmadığım günlerde ise sorumluluğumu yerine getirmedığım için sosyal etkileşimlere katılmak istemiyorum. Bir nevi kendimi cezalandırıyorum aslında”.

Tablo 4.22. Sosyal medya kullanımı ile ruhsal olarak kendini kötü hissetme arasında bir ilişki olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konudaki deneyimlerinizi paylaşıp mısınız? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanımı ile ruhsal olarak kendini kötü hissetme arasındaki ilişkiye dair görüşler			
Sosyal kaygı ve depresyon	6	9	15
Düşük özsaygı ve kendini değerlendirme sorunları	7	3	10
Uyku sorunları ve yorgunluk	0	2	2
Siber zorbalık ve negatif içerikler	0	4	4
Zaman yönetimi problemleri	5	4	9
Sürekli uyarılma ve stres	0	3	3
Yalnızlık ve izolasyon	4	3	7
Karşılaştırma ve özsaygı sorunları	3	3	6
TOPLAM (Kodlar)	25	31	56
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile ruhsal olarak kendini kötü hissetme arasındaki ilişkiye dair görüşleri, sekiz farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar: Sosyal kaygı ve depresyon, düşük özsaygı ve kendini değerlendirme sorunları, uyku sorunları ve yorgunluk, siber zorbalık ve negatif içerikler, zaman yönetimi problemleri, sürekli uyarılma ve stres, yalnızlık ve izolasyon ile karşılaştırma ve özsaygı sorunları temalarıdır.

Katılımcıların çoğunluğu, sosyal medya kullanımının sosyal kaygı ve depresyon gibi sorunlarla ilişkili olduğunu ve bu nedenle kendilerini kötü hissettiklerini belirtmiştir. Daha az bir kısım ise düşük özsaygı ve kendini değerlendirme sorunları yaşadıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların çok az bir kısmı ise sosyal medya kullanımının uyku sorunları ve yorgunluk gibi fiziksel etkilerle ilişkili olduğunu ve bu durumun kendilerini kötü hissettirdiğini dile getirmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K6: “Evet düşünüyorum. Çok fazla sosyal medyaya maruz kaldığımda kendimi mutsuz ve enerjisiz hissediyorum. Ailemle birlikte vakit geçirmeye fırsat bulamıyorum. Bu durum benim kendime öfkelenmeme neden oluyor. Bununla birlikte bir felaket olduğunda sosyal medyada gezinmek beni daha da olumsuz etkiliyor”.

K9: “Evet düşünüyorum. Örneğin iş yerinde mola verdiğimde sabah kahvemi keyifle yudumlarken bir anda sosyal medyada gündem olmuş kötü ve can sıkıcı hatta insanı ajite edici haberlere denk geliyorum. Bu durum benim gün boyunca enerjimi düşürüyor ve kendimi kötü hissetmeme neden oluyor”.

E3: “Evet bir ilişki olduğunu düşünüyorum. Sosyal medya kullanan kişilerin kendilerini yalnız ve kimsesiz olduklarını hissettiklerini düşünüyorum”.

E9: “Evet bir ilişki olduğunu düşünüyorum. Sosyal medya insanın vaktini çaldığı için insana kendini yetersiz hissettiriyor. İnsanın amaçlarını gerçekleştirmesi, amaçlarına odaklanması zorlaşıyor. Bu nedenle insan kendini kötü hissediyor”.

Tablo 4.23. Asosyal olduğunuz dönemlerde davranış durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Asosyal olunan dönemlerdeki davranış durumuna dair görüşler			
Sosyal medya kullanımında artış	3	4	7
Kötü görünüm ve özgüven sorunları	5	5	10
Sosyal iletişim sorunları	8	6	14
İzolasyon ve yalnızlık	9	10	19
Sessizlik ve az konuşma	7	3	10
Sosyal etkinliklerden kaçınma	6	7	13

Asosyal olduğunuz dönemlerde davranış durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz?

Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.23.'ün devamıdır)

Az katılım ve ilgisizlik	4	6	10
Kişisel alanın korunması	4	5	9
İlgi kaybı ve motivasyon düşüklüğü	4	8	12
TOPLAM (Kodlar)	50	54	104
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların asosyal olduğu dönemlerdeki davranış durumlarına ilişkin görüşleri, dokuz farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar: Sosyal medya kullanımında artış, kötü görünüm ve özgüven sorunları, sosyal iletişim sorunları, izolasyon ve yalnızlık, sessizlik ve az konuşma, sosyal etkinliklerden kaçınma, az katılım ve ilgisizlik, kişisel alanın korunması ve ilgi kaybı ve motivasyon düşüklüğü temalarıdır.

Katılımcıların çoğunluğu, asosyal oldukları dönemde izolasyon ve yalnızlık yaşadıklarını, sosyal iletişim sorunlarıyla karşılaştıklarını ve sosyal etkinliklerden kaçındıklarını ifade etmiştir. Az bir kısım katılımcı ise asosyal oldukları dönemde sosyal medya kullanımında artış yaşadıklarını belirtmiştir. Kadın ve erkek katılımcıların ikisi de çoğunlukla asosyal oldukları dönemde izolasyon ve yalnızlık yaşadıklarını belirtmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K3: “Depresyona girerim. Kilo alırım ve sürekli tatlı yerim. Arkadaşlarımla görüşmem. Dışarı çıkmam”.

K8: “Asosyal olduğum zamanlarda kimse ile görüşmek istemem. Sosyal aktivitelere katılmak istemem”.

E2:” Yalnızlaşırım. Kimseyle konuşmak ve görüşmek istemem. Temel bakımımı bile yapmadığım zamanlar olur. Evde video izlerim. Bazen yemek yemek bile istemem. Depresyonda ve çökkün hissederim”.

E6: “Eve kapanırım. Sosyal medyada çok fazla vakit harcarım. Zaman kavramını yitiririm. Ailem ve arkadaşlarım ile iletişim kurmak istemem. Depresyonda ve yalnız hissederim”.

Tablo 4.24. Sosyal medya uygulamalarını kullanmadığınız veya daha az kullandığınız zamanlarda sosyal aktivitelere katılım durumunuzda ne gibi değişimler yaşarsınız? Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya uygulamalarının kullanılmadığı/daha az kullanıldığı zamanlardaki sosyal aktivitelere katılımın durumu			
Daha fazla yüz yüze iletişim	9	9	18
Sosyal gruplara katılım	6	9	15
Daha sağlıklı ilişkiler	8	7	15
Daha fazla aktivite ve hobi	10	6	16
Dışarıya daha fazla çıkma	8	5	13
Daha derin bağlantılar kurma	6	3	9
Herhangi bir değişim yaşamam	0	1	1
TOPLAM (Kodlar)	47	40	87
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanımının azaldığı veya kullanılmadığı zamanlardaki sosyal aktivitelere katılım durumu hakkındaki görüşleri yedi farklı tema altında toplanmıştır. Bu temalar; daha fazla yüz yüze iletişim, sosyal gruplara katılım, daha sağlıklı ilişkiler, daha fazla aktivite ve hobi, dışarıya daha fazla çıkma, daha derin bağlantılar kurma ve herhangi bir değişim yaşamam temalarıdır.

Katılımcıların çoğunluğu, sosyal medya uygulamalarının azaldığı/daha az kullanıldığı zamanlarda daha fazla yüz yüze iletişim, sosyal gruplara katılım, daha fazla aktivite ve hobi ile sosyal aktivitelere katılımın arttığını belirtmişlerdir. Bu durum, bireylerin sosyal medya kullanımının azalmasıyla birlikte daha çok sosyal etkinliğe katıldığını ve daha sağlıklı sosyal ilişkiler kurduğunu göstermektedir.

Bir kısmı ise sosyal medya uygulamalarını kullanmadıklarında sosyal aktivitelere katılım durumunda herhangi bir değişim yaşamadıklarını ifade etmiştir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K1: “Değişim yaşamam. Boş zamanlarımda sosyal medya uygulamalarına vakit ayırdığım için değişim yaşayacağımı düşünmüyorum. Örneğin yolculuk yaparken sosyal medya takibi yaptığım için bu beni etkilemez”.

K4: “Sosyal aktivitelere katılımım artar. Örneğin hafta sonu eğer güne sosyal medya ile başlamamışsam o gün hem aileme hem arkadaşlarıma hem de kendime vakit

ayırırım. Dışarı çıkar sosyal aktivitelere katılırım. Düzenli spora giderim. Yapmak istediğim planları gözden geçiririm ve planlarım. Ama güne sosyal medya çukuruna düşerek başlamışsam günün nasıl geçtiğini anlamam. Bütün gün diğer kişilerin paylaşımlarına bakarak boş bir gün geçirmiş olurum”.

E4: “Sosyal medya kullanmadığımda işlerimi zamanında bitirdiğim için mutlu ve huzurlu oluyorum. Mutlu ve huzurlu olduğumda bu aileme de yansıyor. Eşim ve çocuklarımla iletişimim düzeliyor. Evde hoş bir ortam oluşuyor. Evde huzurlu olduğumuzda ise hep birlikte sosyal aktivite planlayabiliyoruz. Sosyal aktivitelere katılımımız artıyor”.

E7: “Sosyal medya daha az kullandığım zamanlarda sosyal aktivitelere katılımım artıyor. Örneğin geçen yıl köye gittiğimizde orada internet çekmiyordu ve ben iki hafta boyuna çok güzel vakit geçirdim. Ailemle sohbet ettim, ev işlerinde anneme yardım ettim, birlikte sürekli pikniğe gittik, dedemle tavla oynadım, köydeki gençlerle maç yaptık, at binmeye gittik. Yani sosyal aktivitelere katılımım arttı”.

Tablo 4.25. Sosyal medya kullanım alışkanlıklarınızın değişmesi sosyal ilişkilerinizi nasıl etkilemektedir? (Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı) Sorusuna dayalı görüşler

	Erkek	Kadın	Toplam
Sosyal medya kullanım alışkanlıklarının değişmesinin sosyal ilişkiler üzerindeki etkisine dair görüşler			
Sosyal medya kullanım süresi/sıklığı arttığında oluşan etkiler			
Zamanın verimsiz kullanımı sonucu sosyal aktivitelere katılamama	4	6	10
Dışlanma hissi	0	2	2
İletişim eksikliği	4	4	8
Sosyal izolasyon	3	7	10
Sosyal medya uygulamalarının kullanılmadığı/daha az kullanıldığı zamanlardaki sosyal aktivitelere katılım durumu			

Sosyal medya kullanım alışkanlıklarınızın değişmesi sosyal ilişkilerinizi nasıl etkilemektedir? (Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı) Sorusuna dayalı görüşler (Tablo 4.25.'in devamıdır)

Yüz yüze iletişim kurma	9	9	18
Sosyal gruplara katılım	6	9	15
Sağlıklı ilişkiler kurabilme	8	7	15
Sosyal aktivitelere katılım	10	6	16
Evden dışarı çıkma	8	5	13
Derin ve anlamlı bağlantılar kurma	6	4	10
TOPLAM (kodlar)	62	67	129
Katılımcılar	10	10	20

Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarının değişiminin sosyal ilişkiler üzerindeki etkisine dair görüşleri iki ana tema altında toplanmıştır. Bu ana temalar: “Sosyal medya kullanım süresi/sıklığı azaldığında oluşan etkiler” ve “Sosyal medya kullanım süresi/sıklığı arttığında oluşan etkiler” temalarıdır.

Sosyal medya kullanım süresi/sıklığı azaldığında sosyal ilişkilerde oluşan etkilerle ilgili görüşler dört farklı alt tema altında toplanmıştır. Bu alt temalar; anlayış ve empati gösterme, derin ve anlamlı bağlantılar kurma, zamanın verimli kullanımı sonucu sosyal aktivitelere katılım ve kaliteli iletişim kurma temalarıdır. Katılımcıların bir kısmı sosyal medya kullanım süresi/sıklığı azaldığında sosyal ilişkilerinde anlayış ve empati gösterme, derin ve anlamlı bağlantılar kurma, zamanın verimli kullanımı sonucu sosyal aktivitelere katılım ve kaliteli iletişim kurarak sosyal ilişkilerinin olumlu etkilendiğini belirtmişlerdir.

Sosyal medya kullanım süresi/sıklığı arttığında sosyal ilişkilerde oluşan etkilerle ilgili görüşler ise dört farklı alt tema altında toplanmıştır. Bu alt temalar; zamanın verimsiz kullanımı sonucu sosyal aktivitelere katılamama, dışlanma hissi, iletişim eksikliği ve sosyal izolasyon temalarıdır. Katılımcıların çoğunluğu sosyal medya kullanım süresi/sıklığı arttığında sosyal ilişkilerinde zamanın verimsiz kullanımı sonucu sosyal aktivitelere katılamama, dışlanma hissi, iletişim eksikliği ile sosyal izolasyon gibi problemler yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların soruya yönelik olarak kendi ifadelerinden birkaçı aşağıda verilmektedir:

K6: “Sosyal medya kullanım sürem artması sosyal ilişkilerimi olumsuz etkiler. Sosyal medyada çok fazla vakit geçirdiğimde ailem ve arkadaşlarım birlikte vakit geçirememekten yakınır. Sosyal ilişkilerim olumsuz etkilenir”.

K9: “Sosyal medya kullanım sürem artması sosyal ilişkilerimi olumsuz etkiler. Sosyal medya kullanım sürem arttığında kendi kişisel bakımımı da ihmal ettiğimden kimse ile görüşmek istemem. Örneğin saçlarımın dip boyası geldiğinde dışarda arkadaşlarımla sosyal bir aktiviteye de katılmak içimden gelmez. Yani sosyal medya kullanımım arttığında sosyal ilişkilerim olumsuz etkilenir”.

E1: “Çok fazla değişim olacağını düşünüyorum. Dışarı çıkıp sosyalleşebilirim. Arkadaşlarımla, ailemle ve kız arkadaşım ile daha fazla vakit geçiririm. Evde uğraşacak yeni şeyler bulurum. Evdeki tamamlanmamış işleri bitirebilirim”.

E3: “Sosyal medya kullanım sürem ve sıklığım arttığında yaşamım olumsuz yöne kayıyor. Kız arkadaşım ile ve ailemle ilişkilerim bozuluyor. Kendime vakit ayıramıyorum. Bedensel olarak yaşlı ve çökkün görünüyorum. İşlerim yetişmiyor. Okul derslerim iyiye gitmiyor”.

5. TARTIŞMA

Sosyal medya uygulamalarının yaygın kullanımı, bireylerin yüz yüze iletişimden sanal ortamda iletişime geçmesine sebep olmuştur. Bu durum, bireylerin yalnızlaşmasına ve asosyal davranışlar sergilemesine neden olmaktadır. Asosyal bireyler, utangaç ve çekingen olup, iletişim kurmaktan ve sosyal etkinliklere katılmaktan kaçınmaktadır. Sosyal medya uygulamaları, yüz yüze kurulan iletişimin yerini tutamamakta; duygular, jestler ve mimikler sanal ortamda tam olarak ifade edilememektedir.

Sosyal medya uygulamaları, bireylerin kendilerini olduğundan farklı gösterme gayretiyle kimlik arayışına girmelerine ve psikolojik problemler yaşamalarına sebep olmaktadır. Sosyal medya kullanımının artması, bireylerde yalnızlık, iletişim becerilerinde azalma, özgüven eksikliği ve empati yoksunluğu gibi problemlere neden olabilmektedir.

Alan yazında sosyal medya kullanımı ve asosyal davranışlar arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların kısıtlı olduğu görülmüştür. Bu nedenle benzer olabilecek değişkenlerin ele alındığı araştırma sonuçları da incelenmiştir.

a) “Sosyal medya kullanım alışkanlıkları bireyin sosyal kimliğini ve sosyal yaşamını nasıl etkilemektedir?” sorusu çerçevesinde araştırma bulguları ve literatür incelendiğinde,

Katılımcıların çoğunun sosyal medya kullanımı nedeniyle diğer bireylerle iletişim problemleri yaşadıkları, sosyal yaşamdan giderek uzaklaştıkları ve sosyal medya kullanımından kaynaklanan yalnızlığın sosyal kimliklerini olumsuz etkilediği görülmüştür. Morahan ve Martin’ (2000), yaptıkları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmış, sosyal medya kullanımı fazla olan kullanıcıların diğer bireylere göre daha fazla yalnızlık hissettiklerini, insanlarla iletişim problemleri yaşadıklarını ve giderek insanlarla iletişimlerinin azaldığını ortaya çıkarmıştır.

Katılımcıların çoğu, sosyal medyanın aşırı kullanımının, sosyal ilişkiler ve günlük yaşam düzeni üzerinde olumsuz etkiler yarattığını ve bu durumun depresyon belirtileri göstermelerine neden olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde, Çayırılı (2017)

tarafından sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine yapılan çalışmada, sosyal medya kullanımının artmasıyla depresyon belirtilerinin de arttığı ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan katılımcıların çoğu, sosyal medya kullanımının yalnızlık hissi ve duygularını paylaşma konusunda problem yaşamalarına yol açtığını belirtmiştir. Benzer şekilde, Ryan ve Xenos (2011) tarafından yapılan bir çalışmada, Facebook kullanan bireylerin kullanmayanlara göre daha fazla yalnızlık yaşadığı bulunmuştur. Araştırmada Facebook kullanan bireylerden yalnız olanların yalnız olmayanlara kıyasla ruhsal durumlarını, duygu ve hislerini diğer bireylerle paylaşmak için daha istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Caplan (2003) benzer sonuçlara ulaştığı çalışmasında, sosyal medya üzerinden yapılan iletişimin, bireyler arası iletişimi ve sosyal desteği azalttığı, bunun ise bireylerde depresyon ve yalnızlığa yol açtığını bulmuştur.

Katılımcıların bir kısmı, sosyal medya kullanımı sonucu fiziksel dünyadaki sosyal etkileşimlerini ihmal ettiklerini ve zamanla içe kapandıklarını belirtmiştir. Karakoç ve Taydaç' (2013), yaptıkları araştırmada benzer sonuçlara ulaşmış, bireylerin sosyal medya hesapları ile ilgilenmesinden dolayı bireyler arası iletişimin giderek zayıfladığını ve bireylerin yalnızlık ve içe kapanma gibi problemlerle karşı karşıya kaldıklarını ortaya koymuştur. Amaghanı (2015), bu araştırma ile paralel sonuçlara ulaştığı araştırmada, sosyal medya uygulamalarının kullanım sıklığı arttıkça ergenler arasındaki yalnızlık düzeyinin de arttığını bulmuştur.

Katılımcıların çoğu, yoğun sosyal medya kullanımı sonucunda aile bireylerini ihmal ettiklerini, bu nedenle aile ilişkilerinde iletişim problemleri yaşadıklarını belirtmiştir. Alioğlu (2016) benzer sonuçlara ulaştığı araştırmasında, aile ilişkilerinde ve romantik ilişkilerde bireylerin yaşadığı yalnızlık üzerinde sosyal medya kullanım sıklığının etkisi bulunduğunu ortaya koymuştur.

Katılımcılardan okula devam edenler, sosyal medya kullanımı nedeniyle derslerine odaklanmakta güçlük yaşadıklarını ve okul başarı performanslarının sosyal medyadan olumsuz etkilendiğini belirtmiştir. Bununla birlikte katılımcılardan bazıları okul ortamında dışlanmamak için kendini sosyal medyada olduğundan farklı gösterdiğini ifade etmiştir. Yıldırım (2014) yaptığı araştırmada benzer sonuçlara ulaşarak, sosyal medya platformlarının yoğun şekilde kullanımı sonucu, öğrencilerin sanal ortamlarda farklı bir kimlik gösterdiğini, günlük haber takibinin çoğunlukla

sosyal ağlar üzerinden yapıldığını ve aşırı sosyal medya kullanımının günlük işleri aksatabileceğini ortaya koymuştur. Cengizhan (2005) yaptığı çalışmada, öğrencilerin aşırı sosyal medya ağlarını kullanması sonucu ders verimliliklerinde azalma ve sosyal açıdan gerileme olduğunu bulmuştur. Aydın ve Arslan' (2016), bireylerin boş zamanlarını tamamen sosyal medya uygulamalarını kullanarak geçirdiklerini ortaya çıkarmıştır.

Sosyal medya kullanım alışkanlıkları, bireyin sosyal kimliğini ve sosyal yaşamını etkileyebilmektedir. Bu çerçevede araştırma bulguları incelendiğinde;

Katılımcıların yarısının sosyal medya kullanmadığında kendini olumsuz hissettiği, diğer yarısının ise sosyal medya kullanmadığında kendini daha olumlu hissettiği görülmüştür. Kadın katılımcıların sosyal medya kullanmadıklarında kendilerini daha enerjik, mutlu, huzurlu hissettikleri, erkek katılımcıların ise sosyal medya kullanmadıklarında kendilerini daha boşlukta ve mutsuz hissettikleri sonucuna varılmıştır. Yapılan görüşmelerde kadın katılımcıların çoğu aşırı sosyal medya kullanımının kendilerine vakit ayırmalarını önlediğini, kendi bakımlarını sosyal medya nedeniyle ihmal edebildiklerini, sosyal medya kullanımı nedeniyle sevdiklerine daha az vakit ayırdıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, kadınların sosyal medya kullanımının günlük hayatlarını ve öz bakım rutinlerini olumsuz etkilediğini fark etmelerinden kaynaklanıyor olabilir. Sosyal medya kullanmadıklarında kendilerine ve sevdiklerine daha fazla vakit ayırabildiklerinden, bu olumlu duyguları yaşıyor oldukları düşünülebilir. Erkek katılımcılar ise sosyal medya kullanmadıklarında kendilerini boşlukta, mutsuz ve huzursuz hissettiklerini belirtmiştir. Bu durum erkek katılımcıların sosyal medyayı eğlence ve sosyal bağlantılar için daha yoğun kullanmalarından, sosyal medyayı kaçış ve boş zaman aktivitesi olarak görmelerinden, sosyal medyadan uzak kaldıklarında kendilerini boşlukta hissetmelerinden kaynaklanıyor olabilir. Bu farklılıkların, sosyal medyanın kişilerin günlük hayatlarında oynadığı rolün ve onların bireysel gereksinimlerinin ve beklentilerinin farklı olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Katılımcıların tamamı sosyal medya kullanımı nedeniyle günlük işlerde aksama yaşadığını belirtmiştir. Katılımcılar, sosyal medya kullanımı nedeniyle iş ve okul ile ilgili odaklanma problemi, sorumluluklarını ihmal etme, ailesi ve arkadaşları ile daha az vakit geçirdiği için problem yaşama ve kişisel bakımını ihmal etme gibi günlük

yaşantı ile ilgili işlerde aksama yaşadıklarını belirtmişlerdir. Kadın katılımcıların sosyal medya kullanımı nedeniyle en çok sorumluluklarını ihmal etmede problem yaşamaları, sosyal medyanın dikkatlerini dağıtma ve zaman yönetimi becerilerini olumsuz etkileme eğiliminden kaynaklanabilir. Erkek katılımcıların ise sosyal medya kullanımı nedeniyle en çok iş ve okul ile ilgili odaklanma problemi yaşamaları, sosyal medya uygulamalarının sunduğu sürekli bilgi akışı ve eğlencenin dikkatlerini dağıtmasıyla ve odaklanmayı zorlaştırmasıyla açıklanabilir. Bireylerin sosyal medyada aşırı vakit harcaması bireylerde zaman yönetiminde güçlükler yaşanmasına neden olabilmektedir. Bu durum sonucunda da bireyler sosyal aktivite ve etkinliklere vakit ayıramamaktadırlar. Örnek olarak katılımcılardan K3: “Sosyal medya kullanımı esnasında günlük işlerimde yaşadığım aksamalar özellikle ailem ve arkadaşlarımla iletişimde sorunlar, evdeki günlük işlerin ihmal edilmesi ve iş yerinde dikkatsizlik sonucu oluşan problemlerdir” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların tamamına yakın bir çoğunluğu sosyal medya kullanımının sosyal etkileşimlere katılma durumunu olumsuz etkilediğini dile getirmiştir. Çok az bir katılımcı ise sosyal medya kullanımının sosyal etkileşimlere katılmada kendisini olumlu etkilediğini belirtmiştir. Katılımcıların çoğu sosyal medya kullanımı sonucu zaman yönetiminde problem yaşadıkları için sosyal etkileşimlere daha az vakit ayırabildiklerini belirtmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan hareketle sosyal medya uygulamalarının aşırı kullanımı bireylerin zaman yönetiminde problemler yaşamalarına neden olarak sosyal etkileşimlere katılacakları süreyi azaltabilmektedir. Sosyal medya uygulamalarının dikkat dağıtıcı içerikleri ve bildirimleri, kullanıcılar tarafından fark edilmeden fazlaca vakit alabildiğinden bireylerin sosyal etkileşimlere katılmasını güçleştirebilir. Katılımcıların yine büyük bir çoğunluğu sosyal medya kullanımı sonucu sosyal izolasyon ve yalnızlık yaşadığını bu nedenle sosyal medya kullanımının sosyal etkileşimlere katılımını olumsuz etkilediğini dile getirmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan sosyal medyanın, bireyleri gerçek yaşamdaki iletişim ortamından uzaklaştırarak sanal ortama yakınlığı söylenebilmektedir. Sosyal medyadaki sanal ortam gerçek yaşamdaki yüz yüze iletişimin yerini tutmadığı için bireylerin sosyal izolasyon ve kaygı hissettikleri düşünülebilir. Örnek olarak katılımcılardan E10: “Sosyal medyayı çok fazla kullandığımda sabah derse geç kalıyorum. Bu benim bütün günümü etkiliyor. Bütün gün koşturma içinde, uykusuz ve

işleri yetiştirmeye çalışarak geçiyor. Ders çalışmaya odaklanamıyorum. Ders çalışmadığım günlerde ise sorumluluğumu yerine getirmediğim için sosyal etkileşimlere katılmak istemiyorum. Bir nevi kendimi cezalandırıyorum aslında” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılardan çoğu sosyal medya uygulamalarını kullanmadığı veya daha az kullandığı zamanlarda sosyal aktivitelere katılımın durumunun arttığını belirtmiştir. Katılımcılar sosyal medya kullanmadıklarında veya daha az kullandıklarında yüz yüze iletişim, sosyal gruplara katılım, hobi ve sosyal etkinliklere daha fazla vakit ayırabildiklerini ifade etmiştir. Sosyal medyada bireylerin devamlı başkalarının hayatlarını takip etmesi bireylerde sosyal kaygıyı artırarak bireylerde özgüven eksikliğine ve yetersizlik hissine neden olabilir. Bu nedenle sosyal medya kullanımını azaltmak veya sınırlandırmak bireylerin sosyal medyada harcadıkları zamanı azaltarak bireyler arasında daha dengeli ve sağlıklı olarak yüz yüze iletişim kurmalarına olanak sağlayabilir.

Katılımcıların sosyal medya kullanımının günlük yaşam ve sosyal etkileşimlerini olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır. Katılımcıların yoğun sosyal medya kullanımı nedeniyle günlük yaşamda güçlüklerle karşılaşmaları yaşam kalitelerini düşürmekte ve sosyal medya bağımlılığı risklerinin bulunduğunu göstermektedir. Ulusal Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği sosyal hizmeti, bireylerin, grupların ve toplumların sosyal işlevselliklerini sağlamalarına yardımcı olacak ortamı oluşturan bir disiplin olarak tanımlamaktadır (Ayan, 2019: 6). Günal (2021), yaptığı araştırmada son zamanlarda yaygınlaşan yoğun sosyal medya kullanımını anlamamanın ve bu aşırı kullanımın bireylerin yaşamları üzerindeki etkilerini kavramanın, sosyal hizmet uzmanlarının bireylerle ve gruplarla yaptıkları çalışmalarda yol gösterici olabileceğini belirtmiştir.

b) “Sosyal medya kullanımının artması bireyin aile ilişkilerini ve sosyal ilişkilerini nasıl etkilemektedir?” sorusu çerçevesinde araştırma bulguları ve literatür incelendiğinde,

Katılımcıların çoğunun, sosyal medya kullanımı sonucu aile bireylerine vakit ayırmada zorluk yaşadığı ve sosyal ilişkilerinin bu durumdan olumsuz etkilendiği ortaya çıkmıştır. Sosyal medyanın aşırı kullanımının evli çiftler arasında fiziksel ve duygusal bağların zayıflamasına neden olduğu görülmektedir. Benzer bir çalışma olan,

Anlı (2018) yaptığı çalışmada internet ve sosyal medya kullanımının; duygusal, sosyal ve aile ilişkileri ile yalnızlık arasında anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Türkel ve Dilmaç' (2019), yaptıkları araştırmada ergenlerin sosyal medya uygulamalarında diğer aile bireyleriyle iletişim kurmaları ile yalnızlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır. Dizman (2019) yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımının artmasının eşler arasında iletişim problemlerine, aldatmaya, sorumluluk almaktan kaçmaya ve asosyalliğe neden olduğunu, bu durumun ise eşlerin ayrılmasına sebebiyet verdiğini ortaya koymuştur. Hazar (2011), yaptığı araştırmada kadınların banyoya girmeden önce sosyal medya hesaplarına göz gezdirdiğini ve yarısının ise sosyal medya uygulamalarında tanımadığı bireyleri arkadaş olarak eklemekte bir herhangi bir sakınca görmediğini ortaya koymuş, sosyal medyada sosyalleşmeye çalışan çiftlerin güven problemi yaşayarak birbirlerini ihmal edebildiklerini ortaya koymuştur.

Katılımcıların çoğunun aşırı sosyal medya kullanımı sonucu öfke, stres ve kaygı bozukluğu yaşadığı, özgüven eksikliği, tükenmişlik hissi ve agresif davranışlar sergileme durumlarının arttığı ortaya çıkmıştır. Çam ve İşbulan' (2012), yaptıkları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmış, bireylerin sosyal medya uygulamalarında harcadıkları zaman arttıkça daha savunmacı ve agresif tavırlar sergilediklerini ortaya koymuştur. Çalışmada bireylerin diğer insanlar tarafından gelen şikâyet ve uyarılara karşı daha öfkeli ve kızgın oldukları, savunma mekanizmaları geliştirdikleri belirtilmiştir.

Katılımcıların çoğu, sosyal medya kullanımı sonucu yüz yüze iletişimlerinin azaldığını ve asosyalleştiklerini belirtmiştir. Akçay (2022) yaptığı çalışmada yaptıkları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmış, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında bireylerin sosyal medya kullanım doyumlarını ortaya koymuştur. Katılımcıların sosyal medyadan en çok doyum sağladıkları konular; sosyalleşme, boş vakit geçirme, stresten uzaklaşma ve bilgi edinmedir. Fakat araştırma kapsamında yüz yüze yapılan mülakatlarda katılımcılar sosyal medyanın zaman kaybına yol açtığını, kendilerini sosyal medyadan uzak tutamadıklarını, sosyal medyanın kendilerini sanal ortama yaklaştırdığını ve asosyalleştirdiğini belirtmişlerdir. Savcı ve Aysan' (2017) göre, bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin teknoloji, sosyal medya ve oyun bağımlılıkları sonucu azaldığı, insanlar arası ilişkilerin ve sosyalleşmeye yatkınlık durumunun sosyal

medya kullanımı sonucu azaldığı ortaya çıkmıştır. Sezen (2020), betimsel analiz gerçekleştirerek aileler üzerinde yüz yüze mülakat yöntemiyle yaptığı çalışmasında, aile bağları kuvvetli olmayan bireylerin yalnızlık yaşama ve sosyal medyaya yönelme eğilimlerinin fazla olduğunu ortaya koymuştur. Gerçek yaşamda iletişim kurmak için sosyal medyayı tercih eden ve sosyal medyayı sosyalleşmek için kullanan bireylerin, sosyal medyada siber zorbalık, güvenli bağlanma problemi ve yanlış kişilere bağlanma gibi sorunlar yaşadıkları ortaya konulmuştur.

Katılımcıların yarısından fazlası, aile ve arkadaşlarının yanında iken sosyal medya kullanımından dolayı problem yaşadığını belirtmiştir. Bireylerin aile ve arkadaşları ile yüz yüze geçirdikleri vakitlerde sosyal medya ile ilgilenmesi ilişkilerinin zayıflamasına ve kopmasına neden olabilir. Örnek olarak katılımcılardan E5: “Ailemin ve arkadaşlarımla yanında iken sosyal medya kullanıyorum. Kız arkadaşım beni bu nedenle terk etmişti. Ailem de onların yanında iken onlarla ilgilenmemi istiyor. Bu nedenle ailem ile de problemler yaşıyorum” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların tamamı sosyal medya kullanımından dolayı günlük yaşantılarında en az bir problem yaşadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların çoğu zaman yönetimi ve dikkat dağınıklığı konularında sorunlar yaşamaktadır. Örnek olarak katılımcılardan K2: “Sosyal medya kullanımından dolayı günlük yaşantımda bir problem yaşadığımı düşünüyorum. Zaman yönetimi ve dikkat dağınıklığı konularında problem yaşıyorum” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların çoğu sosyal medya kullanımının bireyin gerçek hayatta insanlarla olan iletişimindeki etkisi hakkında sosyal medyanın iletişim problemleri, yüz yüze iletişimin azalması ve aile içi iletişimde problemlere yol açabileceğini, bireylerin yalnızlaşmasına sebep olabileceğini ve aile içi iletişimde sorunlara neden olabileceğini belirtmiştir. Sosyal medya kullanımı ile bireyler vakitlerinin çoğunu ekran başında geçirdiklerinde, bireylerin sosyal etkileşimleri ihmal etmeleri nedeniyle sosyal yaşam becerilerinin gerileyebileceği düşünülebilir. Örnek olarak katılımcılardan E5: “Sosyal medya kullanımı arttıkça kelime hazinen daralıyor ve konuşurken hep aynı kelimelerle konuşmaya başlıyoruz. Bir de sosyal medya çok acımasız bir ortam. İnsanları hemen yargılayıp suçlayabiliyoruz. Önyargılı olmadan konuşma yeteneğimiz ve empati yeteneğimizden uzaklaştığımız için insanlarla olan iletişimimizin de iyiye gitmediğini

düşünüyorum. Çok fazla kullanan kişilerin insan ilişkilerinin iyi olamayacağını düşünüyorum” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların tamamı sosyal medya kullanım alışkanlıklarının değişmesinin sosyal ilişkileri üzerinde etkileri olduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan bir kısmı sosyal medya kullanım süre ve sıklığının azalmasının, sosyal ilişkilerinde anlayış ve empati gösterme, derin ve anlamlı bağlantılar kurma, zamanın verimli kullanımı sonucu sosyal aktivitelere katılım ve kaliteli iletişim kurarak sosyal ilişkilerinin olumlu etkilendiğini belirtmiştir. Katılımcıların tamamına yakını ise sosyal medya kullanım süre ve sıklığının artmasının sosyal ilişkilerinde zamanın verimsiz kullanımı sonucu sosyal aktivitelere katılamama, dışlanma hissi, iletişim eksikliği ile sosyal izolasyon gibi problemlere neden olduğunu belirtmiştir. Örnek olarak katılımcılardan K6: “Sosyal medya kullanım sürem artması sosyal ilişkilerimi olumsuz etkiler. Sosyal medyada çok fazla vakit geçirdiğimde ailem ve arkadaşlarım birlikte vakit geçirememekten yakınırlar. Sosyal ilişkilerim olumsuz etkilenir” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların büyük bir bölümünün aşırı sosyal medya kullanımı sonucu asosyal davranışlar gösterdiği ortaya çıkmıştır. Aşırı sosyal medya kullanımı toplumdaki bireylerin asosyal davranışlar göstererek iletişim becerilerinin azalmasına ve yaşamdan zevk almamalarına neden olabilmektedir. Akçin (2024) sosyal medya bağımlılığının yaşam doyumuna etkisini sosyal hizmet bakış açısıyla incelediği çalışmada, sosyal hizmet disiplininin bireylerin sosyal işlevselliklerini ve iyilik hallerini artırmak için sosyal hizmet uzmanlarının eğitim, savunuculuk, bağlantı kurma ve vaka yönetimi rollerini üstlendiğini belirtmiştir.

c) “Sosyal medya kullanımının artması ile bireyin sosyal aktivitelere katılım durumu nasıl etkilenir?” sorusu çerçevesinde araştırma bulguları ve literatür incelendiğinde,

Katılımcıların çoğunun aşırı sosyal medya kullanımı nedeniyle zaman yönetiminde problemler yaşayarak diğer günlük işlerini yapmada problemler yaşadığı bu nedenle sosyal aktivitelere de yeterince vakit ayıramadığı anlaşılmaktadır. Benzer sonuçlara ulaşan Erdal Akyüz (2023), üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada, aşırı sosyal medya yükünün zaman yönetimi becerilerini olumsuz etkilediğini, aşırı iletişim ve bilgi yükünün de zaman yönetimi açısından akademik performansı olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur. Duygulu (2018) yaptığı

araştırmada K kuşağının yeni teknolojiler ve sosyal medya kapsamında kendini sanal dünyaya hapsettiiğini ve sosyal medyada farklı bir dil geliştirmenin sonucu olarak ebeveynleri ile arasında kuşak çatışmaları ve iletişim problemleri yaşadığını belirtmiştir.

Katılımcıların çoğunun aşırı sosyal medya kullanımı sonucu iletişim becerilerinin azaldığı ve gerçek yaşamdaki sosyal etkileşim becerilerinin köreldiği anlaşılmaktadır. Benzer sonuçlara ulaşan Gunderson ve Shank' (2020), yaptıkları çalışmada sosyal medya kullanımının bireylerin iletişimlerinin körelmesine ve yüz yüze iletişimden uzaklaşmalarına neden olduğunu ortaya koymuştur. Bu durumu da asosyal ağ olarak nitelendirmişlerdir.

Katılımcıların çoğunun aşırı sosyal medya kullanımı sonucu sosyal becerileri ile gerçek yaşamdaki motivasyon ve ilgisinin azaldığı, asosyal ve izole bir yaşam sürdükleri anlaşılmaktadır. Buna benzer olarak, Bookchin (1996) yaptığı çalışmada teknoloji kullanımının bireylerin günlük yaşamındaki yoğun iş yükünü hafiflettiğini fakat bu durumun bireylerin yaratıcılık ve üretkenliklerinin körelmesine neden olduğunu, bireylerin asosyal ve tembel bireylere dönüştüğünü ortaya koymuştur.

Katılımcılardan birçoğunun sosyal medyada fiziksel olarak dış görünüşü ile ilgili kaygı yaşadıkları ve uyku problemi çektikleri anlaşılmaktadır. Buna benzer olarak, Woods ve Scott' (2016), yaptıkları araştırmada, sosyal medya uygulamalarında daha fazla vakit geçiren gençlerde daha düşük benlik saygısı, daha düşük uyku kalitesi, daha fazla düzeyde depresyon ve kaygı belirlemiştir. Yapılan çalışmalarda utangaç, i e dönük ve depresyondaki bireylerin, gerçek yaşam ilişkilerinden kaçmak için daha çok sosyal medya ve internet kullanımına yöneldikleri belirlenmiştir (Goby, 2006).

Katılımcıların yarısı sosyal aktivitelere katılım durumunu asosyal olarak, bir kısmı dengeli olarak, az bir kısım katılımcı ise sosyal olarak değerlendirmiştir. Kadın katılımcıların çoğu sosyal aktivitelere katılım durumlarını sosyal olarak değerlendirirken, erkek katılımcıların çoğu kendisini asosyal olarak değerlendirmiştir.

Erkek katılımcıların kendilerini asosyal olarak değerlendirmelerinde aşırı sosyal medya kullanımının etkili olduğu görülmektedir. Kadın katılımcılarla yapılan görüşmelerde bazı katılımcıların sosyal medya hesaplarında sosyal görünmek için sosyal etkinliklere katıldıkları görülmüştür. Aşırı sosyal medya kullanımının bireylerin sosyalleşmelerini olumsuz yönde etkilediği düşünülebilir.  rnek olarak

katılımcılardan E6: “Sosyal medya kullanmadan önce daha sosyal bir insandım. Şu an çok sosyal olmadığımı düşünüyorum” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların çoğu, sosyal medya kullanımının gerçeklikten kopma ve bağlantı sorunlarına yol açması nedeniyle kalabalık ortamlara girmelerinde olumsuz etkiler gösterdiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte, katılımcılardan az bir grup sosyal medyanın bağlantı ve iletişim kolaylığı ile sosyal farkındalık ve aktivizm sağlayarak kalabalık ortamlara girmelerinde olumlu katkı sağladığını belirtmiştir. Sosyal medya bireylerin gerçek yaşamdan koparak sanal dünyada yaşamalarına ve gerçek ilişkilerinin zayıflamasına yol açsa da bazı kişiler için farklı topluluklara bağlanma ve ortak amaçlar doğrultusunda kalabalık ortamlara girerek sosyalleşmelerine katkı sağladığı düşünülebilir. Örnek olarak katılımcılardan K6: “Sosyal medya üzerinden bir diyet ve spor grubu ile tanıştım. Bu grup ile düzenli olarak gerçek yaşamda da yüz yüze görüşüyoruz. Birbirimize diyet ve sporda destek oluyoruz. Gruptan bazı arkadaşlar zumba yapıyor. Beni de zumba ile tanıştırdılar. Ve şimdi hep birlikte her hafta zumba derslerine katılıyoruz” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların aşırı sosyal medya kullanımı sonucunda zaman yönetiminde sorunlar yaşadıkları, sosyal ve psikolojik olarak olumsuz etkilendikleri ve gerçek yaşam ile sanal yaşam arasındaki dengeyi kurmakta zorluk çektikleri anlaşılmaktadır. Sosyal hizmet uzmanları yaptıkları bireysel ve grup çalışmaları ile topluma yardımcı olabilmektedirler. Aktan (2022), ergenlerin problemlili teknoloji kullanımının önlenmesine yönelik yaptığı gruplarla sosyal hizmet uygulamasında, sosyal hizmet uzmanlarının bilişsel yeniden yapılandırma tekniklerini kullanabileceğini, sağlıklı teknoloji kullanımı eğitimi ve otokontrol becerilerinin geliştirilmesinin problemlili teknoloji kullanımıyla başa çıkma konusunda etkili müdahaleler sunarak toplumun dijital dünyaya entegrasyonunun desteklenebileceğini ortaya koymuştur.

d) “Sosyal medya kullanımının sosyal ve asosyal davranışlar üzerinde nasıl bir etkisi vardır?” sorusu çerçevesinde araştırma bulguları ve literatür incelendiğinde,

Katılımcıların birçoğunun aşırı sosyal medya kullanımı sonucunda gerçek yaşamda sosyal ilişkilerinin azalması sonucu yalnızlık durumu ile karşılaştıkları, sosyal kaygı, anksiyete ve depresyon yaşadıkları anlaşılmıştır. Çağır (2010) yaptığı araştırmada, lise ve üniversite öğrencilerinin problemlili internet kullanımı sonucu esenlik hallerini düşük olduğunu ve yalnızlık düzeylerinin orta seviyede bulunduğunu

ortaya koymuştur. zkapı (2021) yetişkinler üzerinde yaptığı araştırmada, sosyal medyada geçirilen sürenin arttıķķa sosyal kayęı ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığını ortaya koymuştur. Karakuş (2019) yaptığı araştırmada sosyal medyada geçirilen süre arttıķķa bireylerin yalnızlık düzeylerinin de arttığını ortaya çıkarmıştır. alış (2020)’de yaptığı araştırmada sosyal medya kullanım süresi ve anksiyete arasında anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Becker ve arkadaşları’ (2013), sosyal medya hesabı birden fazla olan bireylerin sosyal kayęı seviyelerinin de çok yükseldiğini belirtmiştir. Demirci (2019) yaptığı çalışmada sosyal medya uygulamalarında fazla zaman harcayan gençlerin akabinde depresyon belirtileri yaşadıkları belirtilmiştir. Steers ve arkadaşları’ (2014), aşırı sosyal medya kullanımı sonucu bireylerde depresif ruh hali ve yalnızlık görüldüğünü belirtmiştir.

Katılımcıların bir kısmının aşırı sosyal medya kullanımı sonucu sosyal anksiyete ve sosyal kaçınma durumlarının arttığı, narsistik eğilimlerin güçlendiği ve problemli internet alışkanlıklarının arttığı anlaşılmıştır. Benzer olarak, nver ve Koç’ (2017), sosyal medya kullanım süresi ykseldiķķe, problemli internet kullanımı, siber zorbalık ve siber zorbalık mağduriyeti görülme olasılığının da arttığını belirtmiştir. Yabancı (2019) yaptığı çalışmada lise ğrencilerinin sosyal medya tutumları ile narsizm arasında anlamlı yönde bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Güçlü Malgaz (2024), niversite öğrencileri ile yaptığı çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal anksiyete ile sosyal kaçınma arasında pozitif yönde bir ilişki bulmuştur.

Katılımcılardan tamamına yakını sosyal medya uygulamalarını kullanırken kendisini asosyal hissettiği durumlar yaşadığını belirtmiştir. Katılımcılar sosyal medya kullanımı sonucu sosyal aktivitelere zamanın kalmaması, sanal arkadaşların gerçek arkadaşların yerini tutmaması, sosyal medyada fazla sosyal aktivite gözlemlemesi ve dış dünya ile iletişimin kesilmesi nedenleri ile kendini asosyal hissettiğini belirtmiştir. Sosyal medyada diğer kullanıcıların hayatlarını sürekli takip etmek ve yeni güncel bildirimler almak bireylerde yetersizlik hissi yaratarak karşılaştırma yapma hissini artırabilir. Bu da bireylerde ie kapanıklılık ve asosyalliğe neden olabilir. Bununla birlikte bireylerin gerçek dış dünya ile iletişimlerinin azalarak sanal dünyadaki etkileşimlerinin artması bireylerin gerçek yaşamdaki bağlarının zayıflamasına neden olabilir. rnek olarak katılımcılardan K10: “Influencerların sosyal medyalarını takip ettiğim zamanlarda kendimi asosyal hissediyorum. Onların gördüğü güzel ve farklı

yerleri gezme şansının olmaması beni gerçekleştirmemiş hissettiriyor ve bu durumda kendimi asosyal olarak tanımlıyorum. Onların paylaşımlarıyla karşılaştığımda kendi yaşantımın eksikliklerini daha belirgin görebiliyorum, bu da beni asosyal hissetmemde etkili oluyor” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların yarısından fazlası sosyal medya hesabında kendini sosyal göstermek veya asosyal olduğunu gizlemek/göstermemek için paylaşım yaptığını belirtmiştir. Katılımcılar sosyal medya hesaplarında kendilerini olduğundan daha sosyal göstermek için gerçek olmayan paylaşımlar yaptıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medyada paylaşımlara gelen beğeniler kullanıcıların kendilerini daha iyi, popüler ve sosyal hissetmelerine neden olabilir. Bireylerin sosyal medyada aldıkları olumlu geri dönüşler sosyal onay arayışına girmelerine neden olabilir. Bu nedenle de bireyler gerçek yaşamlarındaki sosyal aktiviteleri abartarak hayali aktivite yaratabilirler. Örnek olarak katılımcılardan K5: “Farklı ülkelere gittiğimde birçok fotoğraf çekiyorum. Ama fotoğrafların tümünü hemen paylaşmıyorum. Yılın değişik dönemlerinde sanki tekrara oraya gitmişim gibi sahte paylaşımlar yaptığım oluyor. Bunu genelde dışarı çıkıp arkadaşlarımla sosyalleşmeye vakit bulamadığım zamanlarda sosyalleşme özlemi ile yapıyorum. Bir de çok güzel bir kıyafet giydiğimde, saçımı boyattığımda ve kuaförden çıktığımda veya makyajımın güzel yapıldığı bir gün çokça fotoğraf çekinip daha sonra paylaşabiliyorum. İnsanların beni daha sık bakımlı görmelerini ve sürekli bakımlı bir kadın olduğumu düşünmelerini isterim” şeklinde ifade etmiştir.

Araştırma bulguları, beklenmedik biçimde erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre sosyal medyada kendilerini sosyal göstermek veya asosyalliklerini gizlemek amacıyla daha fazla sahte paylaşımlar yaptığını ortaya koymaktadır. Sosyal medya ortamında kadınlar arasında popüler olma, modaaya uygun hareket etme ve güncel sosyal medya akımlarına ayak uydurma gibi nedenlerle kadınların daha fazla sahte paylaşımlar yapacağı varsayılmıştır. Ancak, bulgular erkek katılımcıların bu tür paylaşımları daha sık yaptığını göstermektedir. Erkek katılımcıların sahte paylaşımlar yapmalarının nedeninin ise arkadaş çevrelerinde popüler olma isteği olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların tamamına yakını sosyal medyada yansıtılan sosyal yaşam ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumu arasında farklılıklar olduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan birçoğu normal yaşamda sosyal olmadığını fakat sosyal medya

ortamında sosyal görünmek veya asosyal görünmemek için sahte paylaşımlar yaptıklarını dile getirmiştir. Bununla birlikte bazı katılımcılar gerçek yaşamda daha sosyal olduklarını, sosyal medyada az paylaşım yaptıkları için daha asosyal görünebildiklerini belirtmiştir. Katılımcıların sosyal medya uygulamalarında gerçek olmayan paylaşımlar yapmaları, sosyal onay ve toplumsal kabul görme arayışının bir sonucu olarak ortaya çıkabilir. Fakat bu durumun ilerde bireylerde güvensizlik, sosyal kaygı ve kimlik uyumsuzluğu yaratabileceği düşünülmektedir. Örnek olarak katılımcılardan E1: “Farklılıklar var. Sosyal medya hesabımda daha sosyal bir görüntü çizmek için bazen gerçek yaşamımdan farklı paylaşımlar yapıyorum. Gerçek hayatta sosyal olmamama rağmen, sanal ortamda daha sosyal bir imaj oluşturmaya çalışıyorum” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların tamamına yakını sosyal medya kullanımı ile bireyin kendini ifade etmede eksiklik yaşaması arasında bir ilişki olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile en çok konuşma yeteneğinde zayıflık ve görsel ifade zorluğu, dikkat ve odaklanma zorluğu ve kısa ve yüzeysel ifade biçimleri gibi konularda bireylerin kendini ifade etmede eksiklik yaşayabileceğini vurgulamışlardır. Sosyal medya ortamında bireylerin daha kısa ve yüzeysel ifadeler kullanmasının bireyler arasında konuşma becerisinde zayıflığa neden olabileceği düşünülebilir. Bununla birlikte sosyal medyadaki ilgi çekici görsel içeriklerin hakimiyeti, bireylerin duygu ve düşüncelerini sözel olarak ifade etme yeteneklerini köreltebilir. Örnek olarak katılımcılardan K7: “Sosyal medya çok fazla kullanıldığında zihinde birtakım gerilemeler yaşanabiliyor. Sosyal medya daha çok bizim aktif değil de pasif dinleyici olduğumuz bir sanal dünya olduğu için konuşma kabiliyetimiz ve kendimizi ifade etme yeteneğimiz köreliyor diye düşünüyorum. Kitap okuduğumuzda bu durum tam tersi oluyor” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcıların tamamı sosyal medya kullanımı ile ruhsal olarak kendini kötü hissetme arasında bir ilişki olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların çoğunluğu, sosyal medya kullanımının sosyal kaygı ve depresyon gibi sorunlarla ilişkili olduğunu ve bu nedenle kendilerini kötü hissettiklerini belirtmiştir. Daha az bir kısım ise düşük özsaygı ve kendini değerlendirme sorunları yaşadıklarını ifade etmiştir. Sosyal medyada filtrelenmiş ve düzenlenmiş fotoğraflar paylaşıldığından bireyler mükemmel olmadıklarını düşünerek karşılaştırma ve düşük öz saygı problemi yaşıyor olabilirler.

Diğer kullanıcılardan yorum ve beğeni almamak bireylerde kaygı ve depresyona neden olabilir. Bireyler sosyal medyada diğer insanların devamlı olarak hayatlarının eğlence içinde geçtiğini düşünerek gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayabilirler. Bununla birlikte sosyal medyadaki nefret söylemi ve linç kültürü de bireylerin ruhsal olarak kendilerini kötü hissetmelerine neden olabilir. Örnek olarak katılımcılardan K6: “Çok fazla sosyal medyaya maruz kaldığımda kendimi mutsuz ve enerjisiz hissediyorum. Ailemle birlikte vakit geçirmeye fırsat bulamıyorum. Bu durum benim kendime öfkelenmeme neden oluyor. Bununla birlikte bir felaket olduğunda sosyal medyada gezinmek beni daha da olumsuz etkiliyor” şeklinde ifade etmiştir.

Erkek katılımcılar, kadın katılımcılara göre sosyal medya kullanımı sonucunda daha fazla düşük özsaygı ve kendini değerlendirme sorunları yaşadıklarını belirtmiştir. Erkeklerde özsaygının daha düşük çıkmasının nedenleri arasında, erkeklerin sosyal medya kullanımından dolayı aile ve arkadaşlarıyla birlikteyken kadınlara göre daha fazla problem yaşamaları, iş ve okul ile ilgili odaklanma sorunları yaşamaları, sosyal aktivitelere katılım durumlarını asosyal olarak değerlendirmeleri, sosyal medya kullanımı nedeniyle yüz yüze iletişimden uzaklaşmaları ve dış dünya ile iletişimlerini kesmeleri, yalnızlaştıklarını ve sosyal medya kullanımından dolayı iletişim problemleri yaşadıklarını düşünmeleri, sosyal medya kullanımı sonucunda kendilerini ifade etmede zorluk yaşamaları, kısa ve yüzeysel iletişim biçimleri nedeniyle konuşma yeteneklerinin zayıflaması, görsel ifade zorlukları yaşamaları ve sosyal medya kullanımı sonucu gerçeklikten kopma ve ikili ilişkilerde bağlanma sorunları yaşamaları gösterilebilir. Bu faktörlerin tümünün, erkek katılımcıların özsaygı seviyelerinin kadın katılımcılara göre daha düşük çıkmasına neden olduğu düşünülmektedir.

Kadın katılımcılar, erkek katılımcılara göre sosyal medya kullanımı sonucunda daha fazla sosyal kaygı ve depresyon yaşadıklarını belirtmiştir. Bunun nedenleri arasında kadın katılımcıların sosyal medya kullanımı sonucu sorumluluklarını daha fazla ihmal etmeleri, aile ve arkadaşlarıyla daha az vakit geçirdikleri için sorun yaşamaları, sosyal medyadaki marka algısı nedeniyle sosyal dışlanmışlık hissetmeleri, sosyal medya kullanırken kendilerini daha asosyal hissetmeleri, sosyal aktivitelere zaman ayıramamaları, sosyal medyada sosyalleşen insanları gördüklerinde kendilerini asosyal hissedip kaygı duymaları, sosyal medyanın gerçeklikten uzak ve dış görünüş

odaklı olduğunu düşünmeleri, zaman yönetimi sorunları yaşamaları, kısa ve yüzeysel ilişkilere maruz kalmaları, sosyal medyada karşılaştıkları siber zorbalık ve negatif içeriklere sürekli maruz kalmaları nedeniyle sürekli uyarılma ve stres yaşamaları gösterilebilir.

Sosyal medyanın aşırı kullanımı kişinin kendisini, ailesini, çevresini ve yaşam doyum düzeyini olumsuz etkileyebilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, günümüzde aşırı sosyal medya kullanımı ile mücadelede önemli görevler üstlenmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, destek ve danışmanlık hizmetleri sunma, bilgi ve farkındalık artırma, çevrimiçi destek grupları oluşturma ve kriz müdahalesinde bulunma gibi faaliyetleri yerine getirmektedir (Akçin, 2024)

e) “Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal dışlanma arasında nasıl bir ilişki vardır?” sorusu çerçevesinde araştırma bulguları ve literatür incelendiğinde,

Katılımcıların çoğunun sosyal medyada gerçek duygu ve düşüncelerini yansıtamadığı, sosyal görünüm kaygısı ve toplumdan dışlanma korkusu yaşadığı, linç ve nefret kültüründen olumsuz etkilendiği anlaşılmıştır. Ayar ve arkadaşları’ (2018), hemşirelik bölümü okuyan öğrencilerde telefonsuz kalma korkusu seviyesi, sosyal görünüm kaygısı ile sorunlu sosyal medya kullanımı arasında doğrudan anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Aktaş (2020) yaptığı çalışmada Instagram kullanıcılarının yakınları tarafından izlendiklerini düşünerek gerçek duygu ve düşüncelerini sosyal medya ortamında yansıtamadıklarını, kullanıcıların sahte hesaplar kullanarak daha özgür paylaşımlar yapabildikleri sonucuna ulaşmıştır. Çoban (2017) yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımında kadınların sosyal medya ortamında duygu ve düşüncelerini toplumdan dışlanma korkusu olmadan ifade edebildiği, erkeklerin ise toplumdan dışlanma korkusu ile duygu ve düşüncelerini sosyal medya ortamında özgürce ifade edemediği sonuçlarına ulaşmıştır. Akgül (2017) yaptığı araştırmada sosyal medyadaki linç ve nefret kültürünün toplumda iletişim bozukluklarına neden olarak toplumsal kutuplaşmaya yol açtığını, toplumsal kutuplaşma yaşanan ülkelerde bireylerin sosyal dışlanmaya maruz kaldığını ortaya koymuştur. Deniz ve Gedik’ (2020) göre, sosyal medya kullanımı ve sosyal onay ihtiyacı arasında pozitif, sosyal medya bağımlılığı ile beden memnuniyeti arasında negatif yönde ilişki belirlenmiştir.

Katılımcıların tamamına yakını sosyal medya kullanım alışkanlıklarından dolayı sosyal dışlanmışlık yaşadığını belirtmiştir. Katılımcılar en çok sosyal medyayı

takip etmediklerinde güncel bilgi ve haberler hakkında bilgi sahibi olmadıklarından dolayı ve yakınlarının yanında sosyal medya kullandıklarından dolayı sosyal dışlanmışlık yaşadıklarını belirtmiştir. Kadın katılımcılar bir kısmı sosyal medyadaki marka algısı nedeniyle sosyal dışlanmışlığa maruz kaldığını ifade etmiştir. Sosyal medya uygulamalarında online olmayan bireyler sanal ortamdaki haberleri, trendleri ve gelişmeleri takip edemediklerinde ve toplumun genelindeki trendleri, haberleri ve gelişmeleri kaçırdıklarında, kendilerini sosyal olarak dışlanmış hissedebilirler. Sosyal medyadaki ünlü olan kişilerin kullandıkları popüler markalar kadınların bu marka kültürünün etkisi altında kalarak, bu markanın ürünlerini kullanmadıklarında kendilerini sosyal olarak dışlanmış hissetmelerine neden olabilir. Örnek olarak katılımcılardan K2: “Sosyal medyada arkadaş grubum arasında güzel veya belli markalardan giyinmediğimde paylaşımlarıma daha az beğeni geliyor. Arkadaşlarım paylaştığım fotoğrafı beğenmiyor veya görmezlikten geliyorlar. Bu konuda sosyal dışlanmışlık yaşadığımı düşünüyorum” şeklinde ifade etmiştir.

Araştırma bulguları, beklenmedik bir şekilde erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre sosyal medyada daha fazla sosyal dışlanmışlık yaşadığını belirtmiştir. Sosyal medyada kadınlar arasındaki linç kültürünün yaygınlığı, rekabet ve dış görünüş kaygısı gibi faktörlerin, kadınların daha fazla sosyal dışlanmışlık yaşamasına neden olabileceği varsayılmıştır. Ancak, bulgular erkeklerin bu durumu daha yoğun bir şekilde yaşadığını ortaya koymaktadır. Erkek katılımcılar, özellikle bilgi ve güncel haberler hakkında bilgi sahibi olmadıklarında sosyal çevrelerinde dışlandıklarını ve sosyal etkileşimlere katılım gösteremediklerini belirtmiştir.

Katılımcıların tamamı sosyal medya kullanımı ile bireyin toplumda kendini tek başına hissetmesi arasında bir ilişki olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların çoğu sosyal medyanın gerçeklikten uzak ve dış görünüşe odaklı olması nedeniyle bireyin toplumda kendini yalnız hissetmesine neden olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılardan daha az bir kısmı ise sosyal medya kullanımı sırasında toplumsal olarak dışlandığı ve ifade özgürlüğü hissetmediği için toplumda kendini tek başına hissettiğini belirtmiştir. Sosyal medyada insanların birbirlerine yaptıkları acımasız yorumlar, toplumsal baskılar ve siber zorbalık insanların fikirlerini özgürce ifade etmelerini engelleyebilir. Toplumda düşüncelerini ifade edemeyen bireyler de toplumda kendilerini tek başına ve dışlanmış hissedebilir. Sosyal medyanın gerçeklikten uzak, dış görünüşe odaklanan

ve toplumsal baskılar yaratan özelliği, bireylerin kendilerini yalnız ve izole hissetmelerine neden olabilir. Örnek olarak katılımcılardan E2: “Sosyal medyayı önemsemeyen yani sosyal medya için değil de kendi gerçek yaşamına odaklanan, gerçek arkadaşlıklar edinen kişilerin toplumda tek başına hissetmeyeceğini düşünüyorum. Çünkü sosyal medya kullanmayan arkadaşlarıma baktığımda gerçek arkadaşları var ve sahte yüzler ve ortamlar yok. Sosyal medyayı çok fazla kullanan kişilere bakarsak onlar sahte arkadaşlıklar yüzünden kendilerini toplumda yalnız hissedebilir” şeklinde ifade etmiştir.

Sosyal medya uygulamalarının aşırı kullanımı bireylerin yüz yüze iletişim kurduğu gerçek yaşam ilişkilerinden uzaklaşmalarına ve asosyal davranışlar sergilemelerine neden olabilmektedir. Sosyal medya kullanımının artması ile bireylerde kendini ifade etme yeteneğinde azalma, sosyal aktivitelere katılım durumunda azalma, ruhsal yönden kendini kötü hissetme, yalnızlaşma, kalabalık ortamlardan uzaklaşma, günlük işlerde aksama yaşama, sosyal dışlanmışlık yaşama ve sosyal medyada olduğundan farklı bir kimlik benimseme gibi durumlara neden olabilmektedir. Bireylerin gerçek yaşamdan uzaklaşarak sanal dünyada var olmaya çalışması bazı toplumsal problemleri de beraberinde getirebilmektedir. Sosyal medya kullanımının artması toplumdaki bireylerde yalnızlaşma, depresyon, yalnızlık ve toplumsal yabancılaşmaya neden olabilmektedir.

Literatürde, sistem kuramı, determinizm kuramı ve suskunluk sarmalı kuramı çerçevesinde sosyal medyanın asosyal davranışlar üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Araştırma bulguları, sosyal medyanın asosyal davranışlara yol açabileceğini ortaya koymaktadır. Sistem kuramı, sosyal medya kullanımının birey ve çevresi arasındaki etkileşimlerle şekillendiğini vurgulamakta; determinizm kuramı çevresel ve teknolojik faktörlerin bireylerin davranışlarını şekillendirdiğini ifade etmekte, suskunluk sarmalı kuramı ise baskın görüşlerin bireylerin kendi görüşlerini ifade etmelerini nasıl engellediğini açıklamaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, bu kuramları kullanarak danışanlarının sosyal medya etkileşimlerini, asosyal davranışlarını ve görüşlerini ifade etme zorluklarını analiz edebilmekte ve etkili müdahale stratejileri geliştirebilmektedirler.

Literatürde sosyal medyanın, asosyal ve kendini ifade etmekte zorlanan bireylerin kısa vadeli sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamada olumlu etkiler sağladığına

dair çalışmalar da bulunmaktadır. Bununla birlikte, Goffman Benlik Sunumu Kuramı'na göre, sosyal medya, bireylerin benlik ve kimlik geliştirmelerinde giderek daha etkili bir temsil aracı haline gelmiştir. Sosyal medya, günlük yaşamda benliğin sunumunda yaygın olarak kullanılmakta ve bu durum çeşitli sosyo-ekonomik, politik ve psikolojik etkiler doğurmaktadır. Sosyal paylaşım ağları, kimlik oluşturma süreçlerinde kritik bir rol oynamakta; bu platformlarda oluşturulan profiller, kimlik inşasında birer araç olarak işlev görmektedir. Bireyler, sosyal medya ortamında diğerlerinden aldıkları bilgiler doğrultusunda kendi kimliklerini inşa etmekte ve bu süreç, gerçek dünyada olduğu gibi bilgi paylaşımına dayanarak gerçekleşmektedir. Bu çerçevede, sosyal medya, bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini ve kimliklerini şekillendirmede önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, bu kuramı kullanarak bireylerin sosyal medyada benlik ve kimliklerini nasıl inşa ettiklerini analiz edebilmekte ve bu bilgiyi, danışanlarının sosyal medya etkileşimlerini ve kimlik gelişimini destekleyen stratejiler geliştirmek için kullanabilmektedirler.

Sosyal hizmet mesleği, toplumdaki bireylerin onurlu bir yaşam sürmeleri için güçlendirilmesinde ve refah seviyelerinin artırılmasında etkin rol oynamaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, aşırı sosyal medya kullanımı ile ilgili problemlere müdahale ederken müracaatçının yaşı, statüsü, sosyal çevresi, cinsiyeti ve yaşanmışlıklarını dikkate alarak bu süreci danışmanlık, kaynak bulma ve eğiticilik gibi mesleki rollerle desteklemek için bütüncül ve çok boyutlu bir yaklaşım benimsemektedirler.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada sosyal medya kullanım alışkanlıklarının bireylerin sosyal kimliği ve sosyal yaşamlarını etkilediği görülmektedir. Katılımcıların aşırı sosyal medya kullanımının günlük yaşam ve sosyal etkileşimlerini olumsuz yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Özellikle gençler arasında sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte okul başarı performansının azalması, sosyal izolasyonun artması ve aile ilişkilerinde sorunlar yaşandığı belirtilmektedir. Çalışma, sosyal hizmet uzmanlarının gençlerle ve aileleriyle çalışırken karşılaşılabilecekleri güçlükleri ortaya koymaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, sağlıklı sosyal etkileşimi teşvik etmek ve bu etkilerle başa çıkmak için bilinçlendirme programları ve destek stratejileri geliştirebilirler. Sosyal hizmet uzmanlarının çabası, sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki olumsuz etkilerini azaltacak müdahaleleri içermekte ve bireylerin yaşam kalitesini artırmayı hedeflemektedir.

Araştırmada sosyal medya kullanımının artmasının bireyin aile ilişkilerini ve sosyal ilişkilerini olumsuz yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Aşırı sosyal medya kullanımının evli çiftler arasında iletişim problemlerine ve duygusal bağların zayıflamasına neden olduğu görülmektedir. Gençler arasında ise sosyal medya kullanımının artması, aile içi iletişimi azaltmakta ve sosyal izolasyon riskini artırmaktadır. Bu çerçevede, sosyal hizmet uzmanlarının, bireylerin ve sağlıklı ilişkiler kurma ve sosyal becerilerini güçlendirme konusunda önemli bir sorumluluk üstlenmeleri gerekmektedir. Sosyal hizmet mesleği, bu çerçevede bireylerin sosyal işlevselliğini artırmak, aile içi iletişimi güçlendirmek ve sağlıklı sosyal ilişkiler geliştirmek için etkili yöntemler sunmalıdır. Sosyal hizmet uzmanları, sosyal medyanın olumlu yönlerinden faydalanıp olumsuz etkilerini en aza indirecek bilinçlendirme faaliyetleri ve destek programları ile bireylerin iyi olma hallerini ve toplumun sosyal refahını artırıcı bir rol oynayabilmektedirler.

Araştırmada sosyal medya kullanımının artması ile bireyin sosyal aktivitelere katılım durumunun olumsuz etkilendiği görülmektedir. Aşırı sosyal medya kullanımının zaman yönetimi becerilerini zayıflatarak günlük işlerle baş etmeyi güçleştirdiği ve bireylerin sosyal aktivitelere yeterince zaman ayıramadığı

anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya kullanımının artması ile gerçek yaşamdaki sosyal etkileşim becerilerinin köreldiği, iletişim becerilerinin azaldığı ve bireylerin asosyal ve izole bir yaşam sürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, sosyal hizmet uzmanlarının bireylerin sağlıklı sosyal etkileşimleri teşvik etme ve sosyal becerilerini güçlendirme konusunda önemli sorumluluk üstlenmelerini gerektirmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, sosyal medya kullanımının artmasıyla ortaya çıkan iletişim bozuklukları, sosyal izolasyon ve zaman yönetimi zorlukları gibi problemlerle müdahale etmek için çeşitli yöntemler ve stratejiler geliştirebilirler. Bu bağlamda, bireylere rehberlik sağlayarak, sosyal aktivitelere daha fazla vakit ayırmalarını teşvik edebilmektedirler. Ayrıca, destek grupları ve grup terapileri planlayarak bireylerin birbirleriyle sosyal etkileşim becerilerini güçlendirmelerini ve deneyimlerini paylaşmalarını destekleyebilirler. Sosyal hizmet uzmanları, bilinçsiz sosyal medya kullanımının çocuklar ve gençler üzerindeki etkileri konusunda ailelere bilgi vererek, ebeveynlerin dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilmektedirler.

Araştırmada aşırı sosyal medya kullanımının sosyal ve asosyal davranışlar üzerinde olumsuz etkisinin olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın aşırı kullanımının bireylerde depresyon, yalnızlık, sosyal kaygı ve anksiyete gibi ruhsal sağlık problemlerine neden olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, bireylerin aşırı sosyal medya kullanımının potansiyel risklerini anlamalarına destek olarak, sağlıklı dijital vatandaşlar olmalarını teşvik edebilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, aşırı sosyal medya kullanımının neden olduğu ruh sağlığı sorunları, sosyal izolasyon ve toplumsal ilişkilerde zayıflama gibi sorunlarla mücadelede önemli rol oynamaktadır. Danışmanlık ve destek hizmetleriyle bireylere sağlıklı dijital alışkanlıklar geliştirmelerinde rehberlik ederler, eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarıyla toplumu sosyal medya kullanımının olası etkileri konusunda bilinçlendirirler. Bununla birlikte sosyal politika geliştirme süreçlerine katkıda sağlamakta, sosyal medya uygulamaları üzerinde etkin düzenlemelerin yapılmasını desteklemekte ve toplumsal duyarlılığı artırmak için çeşitli kampanyalar düzenlemektedirler. Sosyal hizmet uzmanları, bireylerin ve toplumun aşırı sosyal medya kullanımının olumsuz etkilerinden korunmasına ve sağlıklı bir dijital denge kurmasına katkı sağlamaktadır.

Araştırma bulguları, sosyal medya kullanımının erkekler ve kadınlar üzerinde farklı olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Erkek katılımcılar, kendilerini sosyal göstermek veya asosyalliklerini gizlemek amacıyla daha fazla sahte paylaşımlar yapmış ve düşük özsaygı, kendini değerlendirme sorunları yaşamışlardır. Bu durum, erkeklerin sosyal medya kullanımı nedeniyle aile ve arkadaş ilişkilerinde, iş ve okul performansında yaşadıkları problemlerle ilişkilendirilmiştir. Kadın katılımcılar ise sosyal medya kullanımının sonucunda daha fazla sosyal kaygı ve depresyon yaşamışlardır. Bunun nedenleri arasında sorumluluklarını ihmal etmeleri, aile ve arkadaşlarıyla daha az vakit geçirmeleri ve sosyal medya ortamındaki sosyal dışlanmışlık hissi yer almaktadır. Bu bulgular, sosyal medya kullanımının her iki cinsiyet için de ruhsal ve sosyal sorunlara yol açtığını göstermektedir.

Araştırmada aşırı sosyal medya kullanım alışkanlığı ve sosyal dışlanma arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma bulguları, katılımcıların sosyal medyada yaşadıkları deneyimlerin gerçek yaşamda sosyal dışlanma ve sosyal izolasyon hissi yarattığını ortaya koymaktadır. Sosyal medya uygulamalarında gerçek duygularını yansıtmada yaşanan güçlükler, toplumdan dışlanma korkusu ve sosyal görünüm kaygısı gibi faktörlerin bireylerin sosyal ve psikolojik refahını olumsuz etkilediği görülmektedir. Araştırmaya katılan kadın katılımcılar, sosyal medyadaki marka algısı nedeniyle kendilerini dışlanma riski altında hissedebilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları bu çerçevede, bireylerin sosyal medya kullanımıyla ilişkili problemleri anlamada ve çözüm bulmada önemli bir görev üstlenmektedir. Sosyal hizmet uzmanlarının çok boyutlu yaklaşımı, bireylerin ve toplumun sosyal medyanın olumsuz etkilerinden korunmasına ve daha sağlıklı sosyal ilişkiler geliştirmelerine katkı sağlamaktadır.

Sosyal medya kullanımının bireylerin asosyalleşmesi üzerindeki etkileri, sosyal hizmet mesleği açısından önemli bir çalışma alanı olarak görülmektedir. Sosyal medya, bireylerin iletişim şekillerini ve çevrimiçi etkileşimleri biçimlendirirken bununla birlikte yüz yüze sosyal becerileri ve gerçek dış dünyadaki etkileşimleri de etkileyebilmektedir. Bu durum, sosyal hizmet uzmanlarının bireylerin sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını anlamaları ve bu ihtiyaçlara yönelik etkili müdahaleler geliştirmeleri yönünden değerli görülmektedir.

Sosyal medya uygulamaları, bireylerin sanal bir profil oluşturmalarına ve kendilerini çevrim içi ortamda ifade etmelerine imkân tanırken, bu süreçte yalnızlık ve gerçek sosyal etkileşimlerden uzaklaşma hissi gelişebilir. Bireyler, sanal ortamda sosyal bağlantılar kurarken, yüz yüze iletişimin yerini dijital etkileşimler alabilir ve bu durum sosyal becerilerin azalmasına sebep olabilir. Bununla birlikte, sosyal medya kullanımı, bireylerde sosyal kaygı ve sosyal beceri eksiklikleri geliştirebilir, çünkü çevrim içi ortamda yüzeysel ve daha kontrollü etkileşimler gerçekleştirilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, sosyal medya kullanımının bireylerin sosyal becerileri ve toplumsal bağları üzerindeki etkilerini değerlendirirken, sosyal kaygı, sosyal medya bağımlılığı, düşük özsaygı ve yalnızlık gibi asosyalite ile ilgili sorunları da göz önünde bulundurmalıdır. Sosyal hizmet uzmanları, sosyal medyanın bireylerin sosyal etkileşimlerini nasıl etkilediğini analiz ederek, bu etkileşimlerin olumsuz sonuçlarını en aza indirmek için çeşitli yöntemler geliştirebilirler. Bu yöntemler arasında sosyal medya kullanımının sınırlandırılması, bireylerin sosyal becerilerini güçlendirmeye yönelik programlar ve yüz yüze sosyal etkinliklerin teşvik edilmesi yer alabilir.

Sosyal hizmet uzmanları sosyal medya kullanımını, bireylerin toplumsal uyumlarını artırma ve sosyal bağlantılarını güçlendirme aracı olarak da değerlendirebilirler. Sosyal medya, toplumsal destek gruplarının oluşturulması, sosyal etkileşim fırsatlarının artırılması ve bilgilendirme açısından faydalı olabilir. Fakat, bu potansiyelin gerçekleştirilmesi için sosyal hizmet uzmanlarının, sosyal medya kullanımının fırsatlarını ve risklerini dengeli bir biçimde ele alarak, bireylerin hem çevrim içi hem de gerçek dünyada sağlıklı sosyal bağlantılar kurmalarını destekleyen yöntemler geliştirmeleri gerekmektedir.

Sosyal medya kullanımının bireylerin asosyalleşmesi üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri yönetmek, sosyal hizmet mesleği için kritik bir önem taşımaktadır. Sosyal hizmet uzmanları, sosyal medya ile ilişkili problemleri ele alarak, bireylerin toplumsal uyumlarını artırmaya, sosyal etkileşimlerini güçlendirmeye ve genel refahlarını iyileştirmeye yönelik destek hizmetleri ve etkili müdahaleler sunabilirler.

Sosyal hizmet, sahip olduğu mesleki değerler ve yaklaşımlarla bireylere, ailelere, gruplara ve toplumlara profesyonel destek sunan bir meslektir. Sosyal hizmet mesleği, mikro, mezzo ve makro düzeydeki uygulamalarıyla müracaatçıların

ihtiyaçlarının belirlenmesinde ve bu ihtiyaçların karşılanması için hizmetler geliştirilmesinde etkin rol oynamaktadır. Sosyal hizmet; hak temelli yaklaşımı çerçevesinde bilgi, beceri ve değer temelleri ile kişiye profesyonel anlamda yardımcı olmaktadır. Sosyal hizmet mesleği, insanların ve toplumun refah düzeylerinin yükseltilmesi, yaşam kalitelerinin artırılması ve sosyal değişimlerinin gerçekleştirilmesini desteklemektedir.

Bu sonuçlar doğrultusunda,

- Okul sosyal hizmeti uygulaması ile okullarda öğrencilere, ğretmen ve velilere yönelik farkındalık eğitimleri düzenlenebilir. Öğretmenler ve velilere verilecek sosyal medya okuryazarlık eğitimleri, onların öğrencilerin sanal dünyada karşılaştıkları sorunlara daha iyi rehberlik etmelerini sağlayabilir. Sosyal medyanın güvenli ve doğru kullanımı teşvik edilerek sosyal medyanın olumsuz etkileri en aza indirilebilir.
- Okul sosyal hizmeti bağlamında ğrenci ve velilere yönelik destek ve danışmanlık hizmetleri sunulabilir. Ailelere sosyal medyanın olumsuz etkileri ile mücadele etmede seminerler düzenlenebilir. Sosyal medya kullanımı ile ilgili problem yaşayan ğrenci ve velilere bireysel ve grup danışmanlığı hizmeti sunulabilir. Okullarda psikososyal destek grupları kurularak öğrencilerin sosyal medya ile ilgili yaşadıkları problemlerde deneyimlerini paylaşabilecekleri ve çözüm bulabilecekleri psikososyal destek grupları oluşturulabilir.
- Sosyal hizmet uzmanları tarafından sosyal medyanın olumsuz etkileri hakkında aile danışmanlıkları verilebilir.
- Yüz yüze iletişim ve etkileşimi teşvik eden spor etkinlikleri, konuşma ve kitap kulüpleri ve toplumsal sosyal etkinlikler düzenlenerek bireylerin toplum içine karışması ve sosyalleşmesi sağlanabilir.
- Sosyal hizmet kurumları ve yerel topluluk merkezlerinin iş birliği, bireylerin sosyal destek ağlarına kolayca erişmelerini sağlayarak yalnızlık ve sosyal izolasyonun üstesinden gelmelerine yardımcı olabilir.
- Devlet tarafından sosyal medyanın olumsuz etkilerini topluma anlatacak ulusal farkındalık geliştirici kamu spotları hazırlanarak toplumun geniş kesimine ulaşılabilir.
- Devlet tarafından oluşturulacak bazı politika ve yasal düzenlemeler ile bireylerin sosyal medyanın olumsuz etkilerinden korunmaları sağlanabilir.

- Devlet okullarında zorunlu ders olarak sosyal medya okuryazarlığı eğitimleri verilerek çocuk ve gençlerin küçük yaşta bilgi sahibi olması sağlanabilir.
- Devlet tarafından sosyal medyanın toplum üzerindeki olumsuz etkileri ile ilgili araştırmalar desteklenerek sosyal medya ile ilgili müdahalelerin ve sosyal medya ile ilgili politikaların gelişmesi sağlanabilir.
- Gönüllü kuruluşlar ve STK'lar iş birliği ile toplumda farkındalık yaratacak sosyal medya sağlıklı kullanım rehberleri oluşturarak, yüz yüze etkileşimleri teşvik edecek dijital detoks günleri düzenlenebilir.
- Sosyal hizmet uzmanları tarafından topluma sosyal medya mahremiyet eğitimi ve siber zorbalık eğitimleri düzenlenebilir.



7. KAYNAKLAR

- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-162.
- Akçin, M. (2024). Sosyal Medya Bağımlılığının Yaşam Doyumuna Etkisinin Sosyal Hizmet Bakış Açısıyla İncelenmesi. (Yüksek lisans tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.
- Akgül Ö., Önder B. (2021). Kimyasal Duyu Keyif Ölçeği: Türkçe Versiyonunun Geçerliliği ve Güvenirliği.Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar. *Current Approaches in Psychiatry*, 13(1), 73-83.
- Akgül, H. (2017). Sosyal Medya ve Toplumsal İlişkiler: Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Kutuplaştırıcı Etkisi. (Yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, İzmir.
- Aktan, M. (2022). Ergenlerde Problemlili Teknoloji Kullanımının Önlenmesinde Gruplarla Sosyal Hizmet Uygulaması: Bir Karma Yöntem Araştırması. (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Aktaş, Y. (2020). Suskunluk Sarmalı Kuramı Çerçevesinde Instagram Uygulamasının Kullanıcılar Üzerinde Etkisi. (Yüksek lisans tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
- Alıklılıç, Ö., ve Onat, F. (2007). Bir halkla ilişkiler aracı olarak kurumsal bloglar. *Journal of Yaşar University*, 8(2), 903-904.
- Alioğlu, N. (2016). Duygusal tatmin aracı olarak sosyal medya kullanımı üzerine bir alan araştırması. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 1-27.
- Amaghanı, F.F. (2016). 10. ve 11.sınıf Öğrencilerinin Yalnızlık ve Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi: Kadıköy İlçesi Örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Anlı, G. (2018). İnternet bağımlılığı: Sosyal ve duygusal yalnızlık. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 3(2), 389-397.
- Atak, C. (2023). 18 – 65 Yaş Arası Erişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının ve Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal Anksiyeteye İlişkisinin İncelenmesi. (Yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Ayar, D., Gerçeker, G.Ö., Özdemir, E. Z., ve Bektas, M. (2018). The effect of problematic internet use, social appearance anxiety and social media use on nursing students nomophobia levels. *CIN: Computres, Informatics, Nursing*, 36(12), 589-595.
- Aydın, B., ve Arslan, E. (2015). The role of social media on leisure preferences: a research on the participants of outdoor recreation activities. *Turizm Akademik Dergisi*, 3(1), 1-10.

- Ayhan, B. Balcı, Ş. (2009). Kırgızistan’da üniversite gençliği ve internet: Bir kullanımlar ve doyumlar araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 48(13).
- Aytekin Gül, F. (2024). Teknolojik Determinizm Bağlamında Dijital İletişim Çağında Z Kuşağının Değişen Televizyon İzleme Alışkanlıkları. (Yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Bakırcı, N. (2013). Asosyalite ve Antisosyalite Nedir? Erişim adresi: https://www.tavsiyeeidiyorum.com/makale_10942.htm (Erişim tarihi: 12.04.2024).
- Balcı, Ş., Bekiroğlu, O., ve Yeles Karaman, S. (2019). Sosyal medya bağımlılığının bir belirleyicisi olarak öz saygı: Konya örneğinde bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 48, 35-64.
- Balcı, Ş., ve Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: Üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 209-234.
- Balcı, Ş., ve Gargalık, E. (2020). Narsisistik kişilik özellikleri ile sosyal medya kullanımı arasında bir bağlantı var mı? *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44, 125-140.
- Balıkçioğlu, B. (2016). Benlik imajı uyumunun retoriği: bana ne tükettiğini söyle sana kim olduğunu söyleyeyim. *İtobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 5(3).
- Becker, M. W., Alzahabi, R. ve Hopwood, C. J. (2013). Media multitasking is associated with symptoms of depression and social anxiety. *Cyberpsychology, Behavior And Social Networking*, 16(2), 132-135
- Binark, M. vd. (2015). Türkiye’de twitter ’da trol kültürü. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 1(135), 124-157.
- Binbir, S. (2012). Kurumsal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Optimizasyonu: Türkiye’deki İşletmelerin Sosyal Medya Optimizasyon Çalışmaları. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yaşar Üniversitesi, İzmir.
- Bookchin, M. (1996). *Ekolojik Bir Topluma Doğru*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bostancı, M. (2010). Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları (Yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Bullingham, L., ve Vascancelos, A. (2013). The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 1(2).
- Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30, 625–648.
- Cassidy, J. (2006). Me media: how hanging out on the internet became big business. *The New Yorker*, 82(13), 50.

- Cengizhan, C. (2005) Öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanımında yeni bir boyut: Bağımlılık. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22(1), 83-98.
- Çağır, G. (2010). Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanım Düzeyleri ile Algılanan Esenlik Halleri ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki. (Yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Çalapkulu, Ç. (2015). Kişilerarası İletişim Sürecinde Romantik Eşlerde İletişim Ötesi İletişim Aktörlerinin Kullanımı: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Öğrenci Örneği. (Doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Çalış, M. (2020). Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Onay İhtiyacı ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 50, 254-277.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 14-19.
- Çayırılı, E. (2017). Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Kişilik Yapılanmaları, Yaşam Doyumu ve Depresyon Açısından İncelenmesi. (Yüksek lisans tezi). Işık Üniversitesi, İstanbul.
- Çoban, A.N. (2017). Suskunluk Sarmalı Teorisinin Sosyal Paylaşım Ağı Kullanıcılarının Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Suskunluk Sarmalı ve Siyasal İletişim*. İstanbul: Fide Yayınları.
- Dağ, A. (2017). *Okul Sosyal Hizmeti*. İstanbul: Milli Basımevi.
- Demir Dicle, F. (2022). Teknolojik Determinizm Bağlamında Korku Filmlerinin Değişen Evreni: Teknolojik Korku Filmleri Özelinde Sosyal Medya Filmleri. (Yüksek lisans tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Demirci, İ. (2019). Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Türkçe 'ye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(1), 15-22.
- Demirkan, G. (2021). Blok Zincir Teknolojisi ve Teknolojik Determinizm Çerçevesinde Toplumsal Değişime Etkileri. (Yüksek lisans tezi). İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul.
- Demirkol, K. (2015). Siyasal İletişim Bağlamında Bir Medya Aracı Olarak Manipülasyon. (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Dikmen, T. (2021). Türkiye' de Okul Sosyal Hizmeti Uygulamaları: Okul Sosyal Hizmeti Projesi Uygulanan Okullardaki Okul Sosyal Hizmeti Deneyimlerine Dair Nitel Bir Araştırma. (Yüksek lisans tezi). Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur.

- Dinç Kırılı, E. S. (2020). Sosyal medya ortamlarında siber zorbalık: lise öğrencilerinin siber zorbalık deneyimlerinin incelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 24-39.
- Dizman, Z. Ş. (2019). Sosyal medyanın boşanmaya etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 548-555.
- Duyan, V. (2012). *Sosyal Hizmet Temelleri Yaklaşımları Uygulama Müdahaleleri Yöntemleri*. Ankara: Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği.
- Duyan, V. (2014). *Sosyal Hizmet Temelleri, Yaklaşımları, Müdahale Yöntemleri*. Ankara: Sosyal Çalışma Yayınları.
- Duygulu, S. (2018). Yeni medya teknolojilerinin k kuşağının ebeveynleri ile olan iletişimine etkisi. *Trt Akademi*, 3(6), 632-652.
- Egem Eğitim Yayınları (2011). *Sosyal Hizmete Giriş*. Ankara: AÖF Yayını
- Erdal Akyüz, N. (2023). Sosyal Medya Yüğü, Zaman Yönetimi Becerileri ile Akademik Performans Arasındaki İlişkinin Analizi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. (Doktora tezi). Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.
- Eren, V., ve Aydın, A. (2014). Sosyal medyanın kamuoyu oluşturmadaki rolü ve muhtemel riskler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(3), 197-205.
- Ergün, Z., ve Mısırlı, G. (2023). Yalnızlık, sosyal medya ve sanal yaşamın bireyler üzerindeki etkisi: Sanal hayatlar filmi örneği. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(4), 1212-1224.
- Eser, A. (2023). Geç Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı Sosyal Karşılaştırma ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasında İlişkinin İncelenmesi. (Yüksek lisans tezi). Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Fourie, O.G.D. (2010). Restoring Communication İn Problematic Interpersonal Relationships İn The Family System, A Pastoral Study. (Yüksek lisans tezi). North- West University, Potchefstroom.
- Goby, V. P. (2006). Personality and online/offline choice: mbti profiles and favored communication modes in a singapore study. *CyberPsychology ve Behaviors*, 9(1), 5-13.
- Gökkaya, F., Deniz, İ., ve Gedik, Z. (2020). Sosyal medya bağımlılığının sosyal onay ihtiyacı ve beden memnuniyeti ile ilişkisi. *Klinik Psikoloji Dergisi*, 4(2), 94-105.
- Gunderson, D. ve Shank, A. (2020). Asocial Behavior. *Journal of Family Studies*, 19(1), 1-12.
- Güçdemir, Y. (2017). *Sosyal Medya, Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama*. İstanbul: Derin Basım Yayın.
- Güçlü Malgaz, D. (2024). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon, Bağlanma Stilleri ve Sosyal Kaygı ile İlişkisi. (Doktora tezi). Doğuş Üniversitesi, İstanbul.

- Günel, E. (2021). Sosyal hizmet perspektifinden internet bağımlılığı üzerine bir gözden geçirme. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18-27.
- Gürcan, H. İ. ve Kumcuoğlu, İ. K. (2017). Gelenekselden yeniye medya işletmeciliği kavramının tarihsel gelişimi ve yaşanan dönüşümler üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 149-164.
- Hasırcı, I., Örüçü, E., ve Kurt, P. (2024). Yalnızlığın sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde yaşam doyumunun aracılık rolü: Meslek yüksekokulu öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 1-18.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32(1), 151-176.
- IFSW ve IASSW. (2024). Küresel Sosyal Çalışma Tanımı. Erişim adresi: <http://ifsw.org/getinvolved/global-definition-of-social-work> (Erişim Tarihi: 10.04.2024).
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite, the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karakoç, E. ve Taydaş, O. (2013). Bir serbest zaman etkinliği olarak üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ile yalnızlık arasındaki ilişki: Cumhuriyet Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7, 33-45.
- Karakuş, M. (2019). Sosyal Medya Kullanımı ve Yalnızlık Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kartal, M. (2013). Türkiye’de sosyal medya raporu. *İletişim ve Diplomasi*, 1(1), 159-165.
- Kavut, S. (2018). Goffman’ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram araştırma. üzerine bir nosyon: *Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 1, 1-12.
- Kaya, M. (2013). Asosyallik Üzerine. Erişim adresi: <https://www.yenialanya.com/makale/3838459/merve-kaya/asosyallik-uzerine>. (Erişim Tarihi: 25.03.2024).
- Kaynar, A. (2021). Podcast dinleme alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Yeni Medya*, 10, 43-62.
- Keleşoğlu, F. (2014). Sosyal Hizmet Perspektifinden Akademik Başarı ve Yalnızlık Düzeyi İlişkisinin İncelenmesi. (Yüksek lisans tezi). Yalova Üniversitesi, Yalova.
- Kılıç, S. (2013). Örneklem Yöntemleri. *Journal Of Mood Disorders*, 3(1), 44-6.
- Kirel Ç., Kayaoğlu A., Gökdağ R. (2004). *Sosyal Psikoloji*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Koç, S. Ç. (2015). Sosyal Hizmet Uzmanlarının Sorun Çözme Becerileri Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

- Koçak, N. G. (2012). Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama. (Doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kurt, A. (2014). *Din Sosyolojisi*. Ankara: Sentez Yayınları.
- Kuss, D. J. (2016). Internet addiction: The problem and treatment. *Addictions*, 3(2).
- Kutlu, A. (2019). Suskunluk sarmalı 2.0: Türkiye’de facebook kullanımı üzerine bir araştırma. *TESAM Akademi*, 6(1), 43-75.
- Kuyucu, M. (2013). *Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar Üzerine Bir Güncelleme*. İstanbul: Zinde Yayıncılık.
- Leung, L. (2014). Predicting internet risks: A longitudinal panel study of gratificationssought, internet addiction symptoms, and social media use among children and adolescents. *Health Psychology And Behavioral Medicine: An Open Access Journal*, 2(1), 424-439.
- Leung, L., and Zhang, R. (2017). Narcissism and social media use by children and adolescents, internet addiction in children and adolescents: Risk factors, assessment and treatment, *New York: Springer Publishing*, 47-64.
- Morahan Martin, J.M., ve Schumacker, P. (2000). Incidence and correlates of pathological internet use among college students. *Computers in Human Behavior*, 16(1), 13-29.
- Okumuş, E. (2014). Din ve sosyalleşme. *Turkish Studies (Elektronik)*, 9(11), 429-454.
- Oral, G. (2022). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Kapsamında Sosyal Medya Kullanımının Marka Bağlılığına Etkisi. (Yüksek lisans tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.
- Önkal, G. ve Gündüzlü, E. (2015). *Teknoloji Düşün(e)mez: Sosyal Medyada İhtiyaçlar Değerler Çatışmasının Felsefî Analizi*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Özal, F. (2019). Yeni Medya’da Benlik Sunumu: Instagram Örneği. (Yüksek lisans tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Özdemir, M. (2016). Yeni Medyanın Gençler Üzerindeki Asosyalleştirici Etkisi. (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Özdener, E. (2022, 21 Kasım). Gençlerin İnternette Geçirdiği Zaman Televizyon İzleme Süresini Yaklaşık 3'e Katladı. Kaynak: Gençlerin internette geçirdiği zaman televizyon izleme süresini yaklaşık 3'e katladı (aa.com.tr).
- Özkapı, M. (2021). Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımının Depresyon ve Sosyal Kaygı Düzeyleri ile İlişkisi. (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). İstanbul Kent Üniversitesi, İstanbul.
- Özkök, Ö. (2019). Sosyal Medyada Sanal Kimlikler; Sosyal Medya Fenomenlerinin Benlik Sunumları Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek lisans tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.

- Özüdoğru, Ş. (2014). Bir web 2.0 uygulaması olarak bloglar: blogların dinamikleri ve blog alemi. *Turkish Online Journal Of Design Art And Communication*, 4(1).
- Polat, G. (2014). Madde bağımlılığı tedavisinde sosyal hizmet mesleği. *Okmeydanı Tıp Dergisi*, 30(2), 143-148.
- Ryan, T. ve Xenos, S. (2011). Who uses facebook? An investigation into the relationship between the big five, shyness, narcissism, loneliness and facebook usage. *Computers In Human Behavior*, 27(5), 1658 – 1664.
- Savcı, M. ve Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Düşünen Adam*, 30(1), 202-216.
- Selçuk, O. (2022). Yeni medya ve sosyal hizmet: Sosyal medyanın sosyal hizmet alanındaki yeri. *İmgelem*, 6(11), 413-434.
- Sezen, D. (2020). Yalnızlık Olgusu ve Evlilikte Yalnızlık Olgusu Açısından Bir Model Oyun Shirley Valentine. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Sheafor, B.W. ve C.J. Horejsi. (2014). *Sosyal Hizmet Uygulaması Temel Teknikler ve İlkeler*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32.
- Statista. (2024). Dünya Çapında En Popüler Sosyal Ağlar İstatistiği, 2024.
- Tan, E. Mine. (1981). *Toplum Bilimine Giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Tarhan, N., ve Nurmedov S. (2013). *Bağımlılık Sanal veya Gerçek*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tekindal, M. ve Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153- 182.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(17), 851-870.
- Tengilimoğlu, E., Parıltı, N., ve Yar, C. E. (2015). Hastane ve hekim seçiminde sosyal medyanın kullanım düzeyi: Ankara ili örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 76-96.
- Tufan, F. (2013). İnternet Kullanım Alışkanlıkları Kapsamında Uzaktan Yükseköğretim: İstanbul Üniversitesi Örneği. (Doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Tunalıoğlu, Z., (2013). İnternet Bağımlılığı. Erişim Adresi: <http://ebeveynlikakademisi.wordpress.com>. (Erişim Tarihi: 29.01.2024).
- Turan, N. (2012). *Birey ve Aileler ile Sosyal Hizmet*. Ankara: Nar Yayınları.
- Turan, Z. ve Göktaş, Y. (2011). Çevrimiçi sosyal ağlar: öğrenciler neden facebook kullanmıyor? *In International Computer and Instructional Technologies Symposium*, 191-197.

- Turhan, Ö. (2019). Duygusal Emeğin Örgütsel Vatandaşlık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Yaşamda Yalnızlığın Aracı Rolü: Bir Araştırma. (Doktora tezi). Kültür Üniversitesi, İstanbul.
- Tutar, H. (2015). *Davranış ilimleri Kavramlar ve Kuramlar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- TÜİK. (2023). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2023.
- Türk Dil Kurumu. Asosyal. Erişim Adresi: <https://tdk.gov.tr/>. (Erişim Tarihi:13.03.2024).
- Türk Dil Kurumu. Sosyal. Erişim Adresi: <https://tdk.gov.tr/>. (Erişim Tarihi:25.03.2024).
- Türkel, Z. ve Dilmaç, B. (2019). Ergenlerde sosyal medya kullanımı, yalnızlık ve yaşam doyumu arasındaki yordayıcı ilişkiler. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Ereğli Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 57-70.
- Ulaşkın, Ş. (2019). Akademisyenlerin perspektifinden çalışmanın anlamı: Fenomenolojik bir araştırma, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(5),84-98.
- Urista, M. A., Dong, Q. ve Day, K. D. (2009). Explaining why young adults use myspace and facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 12(2), 215- 229.
- Uslu, S., Ve Hamarat, E. (2016). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal ağları kullanım amaçlarının belirlenmesi. *E-Kafkas Journal Of Educational Research*, 3(1), 26-35.
- Uzun, Ö., Yıldırım V., ve Uzun, E. (2016). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu olan ergenlerde sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve algılanan sosyal destek ilişkisi. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3) 142-147.
- We Are Social (2024). Digital in 2024 Global Overview. Erişim Adresi: <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2024-global-raporu-yayinlandi/>. (Erişim Tarihi: 19.04.2024).
- Woods, C. H. Ve Scott, H. (2016). Sleepy teens: social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self esteem. *Journal of Adolescence*, 51(1), 41-49.
- Yabancı, C. (2019). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Narsisizm ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. (Yüksek lisans tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Yaman, N.S. (2022). Goffman benlik kuramına günümüzden bakış: metaverse ve benlik sunumu. *Dijital Comunication Journal*, 5(8), 25-45.
- Yayla, H. M. (2018). Kullanımlar ve doyumlar bağlamında dokuz eylül üniversitesi güzel sanatlar fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Instagram örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), 40-65.

- Yazıcı, G. (2014). İnternette Pazarlamada Yeni Bir Boyut: Sosyal Medyanın Tüketicilerin Marka Tercihlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yıldırım, A. (2014). Bir halkla ilişkiler aracı olarak twitter: T.C. Sağlık bakanlığı örnek incelemesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4), 234-253.
- Yıldırım, O. (2014). İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımı Gündelik Yaşam Pratikleri: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Alan Araştırması. (Yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Yıldırım, O. (2019). Kültür Endüstrisi Olarak İnternetin Bireysel Özgürleşme ve Toplumsal Dayanışma Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. (Yayınlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Yöndemli, K. ve Poyraz, E. (2015). Sistem kuramı bağlamında yerel yönetimlerde yükselen halkla ilişkiler ihtiyacı. *The Journal of Social Sciences*, 5, 438-453.
- Yörük Özgür, B. (2011). Ergenlerin Problemlı İnternet Kullanımı ve Sosyal Hizmet Uygulama Önerileri. (Yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Yücel, R. (2020). Podcast 'in kısa tarihi: Doğuşu, yükselişı, monetizasyonu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1303-1319.
- Zastrow, C. (2010). *Sosyal Hizmete Giriş*. Ankara: Nika Yayıncılık.
- Zubaroğlu Yanardağ, M., Bilge, M., ve Yanardağ, U. (2020). Davranış bağımlılığına sahip müracaatçılara yönelik sosyal hizmet uygulamaları üzerine bir tartışma. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(4), 551-560.

8.EKLER

Ek-1: Etik Kurul Araştırma İzni

Evrak Tarih ve Sayısı: 27.03.2024-716



T.C.
BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SAĞLIK BİLİMLERİ GİRİŞİMSSEL OLMAYAN ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU
TOPLANTI TUTANAĞI

GÜNDEM: Doç. Dr. Fikri KELEŞOĞLU'nun 2024 -30 numaralı başvurusunun değerlendirilmesi

KARAR: Etik Kurulumuzun 18.03.2024 tarihinde saat 14.00'te yapılan 2024-3 sayılı toplantısında Doç. Dr. Fikri KELEŞOĞLU danışmanlığında Damla BUĞA tarafından yürütülmesi planlanan 2024-30 başvuru sayılı " **Sosyal Medya Kullanımı ve Asosyal Davranışlar Arasındaki İlişkinin Sosyal Hizmet Perspektifinden İncelenmesi** " konulu çalışma etik açıdan uygun bulunmuştur.

	Prof. Dr. Serap ALTUNTAŞ Komisyon Başkanı	
Doç. Dr. Yıldı Arzu ABA	Prof. Dr. Latife UTAS AKHAN	Doç. Dr. Ekrem SEVİM
Doç. Dr. Cennet GÖLOĞLU DEMİR	Dr. Öğr. Üyesi Burçin AKÇAY	Dr. Öğr. Üyesi Yasemin ERGÜL

Ek-2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

Tarih:

Görüşme Başlangıç ve Bitiş Saati:

1. Kısaca kendinizden bahseder misiniz? (Demografik sorular)

 Medeni Durum

 Cinsiyet

 Yaş

 Eğiti

 Meslek

 Çalışma durumu

2. Sosyal medya uygulamalarında günde ortalama zaman geçirme süreniz nasıldır?

 0-1 saat

 2-3 saat

 3-4 saat

 4-5 saat

 6 saat ve daha fazla

3. Kullandığınız sosyal medya uygulamaları nelerdir?

 Facebook

 Instagram

 Twitter

 Whatsapp

 LinkedIn

 Swarm

 Snapchat

 Youtube

 Diğer

4. Sosyal medya kullanım amacınız nedir?
5. Sosyal medya hesaplarınızı günde ortalama kontrol etme sıklığınız nasıldır?
6. Sosyal medya uygulamalarını kullanmadığınızda kendinizi nasıl hissedersiniz? (Olumlu-olumsuz)
7. Ailenizin ve arkadaşlarınızın yanında iken sosyal medya kullanım tercihlerinizden bahseder misiniz? (Olumlu-olumsuz yönleri)
8. Sosyal medya kullanımınızdan dolayı günlük yaşantınızda bir problem yaşadığınızı düşünüyor musunuz?
9. Sosyal medya kullanımı esnasında günlük işlerinizde aksama yaşadığınız durumlar nelerdir?
10. Sosyal medya kullanım alışkanlıklarınızdan dolayı hiç sosyal dışlanmışlık yaşadınız mı? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız?
11. Günlük yaşamda sosyal aktivitelere katılım durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz?
12. Sizce asosyallik nedir? Asosyal olmak veya asosyallik size ne ifade ediyor?
13. Sosyal medya uygulamalarını kullanırken kendinizi asosyal hissettiğiniz durumlar yaşadınız mı? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız?
14. Sosyal medya hesabınızdan kendinizi başkalarına karşı sosyal göstermek veya asosyal olduğunuzu gizlemek/göstermemek için paylaşım yapar mısınız? Bu süreci deneyiminizle birlikte anlatır mısınız?
15. Sosyal medyada yansıttığınız sosyal yaşamınız ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumunuzsan bahseder misiz? (Farklılıklar, benzerlikler)
16. Sosyal medya kullanımı ile bireyin gerçek hayatta insanlarla olan iletişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?
17. Sosyal medya kullanımı ile bireyin toplumda kendini tek başına hissetmesiyle ilgili düşünceleriniz nedir?
18. Sosyal medya kullanımı ile bireyin kendini ifade etmede eksiklik yaşaması arasında bir ilişki olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konuda deneyimleriniz varsa paylaşır mısınız?
19. Sosyal medya kullanımı kalabalık ortamlara girmenizi etkiledi mi? Nasıl?
20. Sosyal medya kullanımınız sosyal etkileşimlere katılıp-katılmama durumunuzu etkiler mi? Bu konuda ne düşünüyorsunuz?

21. Sosyal medya kullanımı ile ruhsal olarak kendini kötü hissetme arasında bir ilişki olduğunu düşünüyor musunuz? Bu konudaki deneyimlerinizi paylaşmısınız?
22. Asosyal olduğunuz dönemlerde davranış durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz?
23. Sosyal medya uygulamalarını kullanmadığınız veya daha az kullandığınız zamanlarda sosyal aktivitelere katılım durumunuzda ne gibi değişimler yaşarsınız?
24. Sosyal medya kullanım alışkanlıklarınızın değişmesi sosyal ilişkilerinizi nasıl etkilemektedir? (Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı)



9. ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER
Adı Soyadı: Damla BUĞA
Medeni Hali: Bekar
Uyruğu: TC
EĞİTİM
Lise: Amasya Atatürk Lisesi
Lisans: Başkent Üniversitesi Sağlık Yönetimi Lisans Başkent Üniversitesi Sosyal Hizmet Lisans (Çift Anadal)
Yüksek Lisans: Ankara Üniversitesi Disiplinlerarası Aile Danışmanlığı Programı
YABANCI DİL BİLGİSİ
İngilizce: Yazma, okuma (Orta), Konuşma, (Orta), Sınav: Yökdil -Sosyal: 49
MESLEKİ DENEYİM
Ankara Özel Çınar Huzurevi, Yaşlı Bakım ve Rehabilitasyon Merkezi: Sorumlu Müdür- Sosyal Hizmet Uzmanı İstanbul İl Göç İdaresi Müdürlüğü: Sosyal Çalışmacı
ÜYE OLUNAN MESLEKİ KURULUŞLAR
Yok
YAYINLARI
Buğa, D. ve Keleşoğlu, F. (2024). <i>Çokkültürlülük ve Çokkültürcü Eğitimde Sosyal Hizmet Mesleğinin Önemi</i> . (Tam Metin Bildiri). Anadolu 14. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi.