



**SOSYAL MEDYADA BELİRSİZ PAYLAŞIM YAPAN
GENÇ YETİŞKİNLERİN YAŞAM DENEYİMLERİ:
FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA**

Yüksek Lisans Tezi

Ayşe Şevval SEVER

Eskişehir 2025

**SOSYAL MEDYADA BELİRSİZ PAYLAŞIM YAPAN GENÇ YETİŞKİNLERİN
YAŞAM DENEYİMLERİ: FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA**
(LIFE EXPERIENCES OF YOUNG ADULTS WHO
VAGUEBOOK ON SOCIAL MEDIA: A
PHENOMENOLOGICAL STUDY)

Ayşe Şevval SEVER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı

Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı

Danışman: Doç. Dr. Elif ÇİMŞİR

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Haziran 2025

Eskişehir

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Ayşe Şevval SEVER'in "Sosyal Medyada Belirsiz Paylaşım Yapan Genç Yetişkinlerin Yaşam Deneyimleri: Fenomenolojik Bir Çalışma" başlıklı tezi 07/07/2025 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca, Eğitim Bilimleri Ana Bilim dalında Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

	<u>Unvanı Adı Soyadı</u>	<u>İmza</u>
Üye (Tez Danışmanı)		
Üye		
Üye		

.....

Enstitü Müdürü

ÖZET

SOSYAL MEDYADA BELİRSİZ PAYLAŞIM YAPAN GENÇ YETİŞKİMLERİN YAŞAM DENEYİMLERİ: FENOMENOLOJİK BİR ÇALIŞMA

Ayşe Şevval SEVER

Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı

Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Haziran, 2025

Danışman: Doç. Dr. Elif ÇİMŞİR

Hızla artan sosyal medya kullanımıyla ortaya çıkan yeni kavramlardan biri olan “vaguebooking”, kullanıcıların duygu ve düşüncelerini belirsiz ve üstü kapalı ifadelerle paylaşımları anlamına gelmektedir. Merak uyandıran ve dikkat çeken bu belirsiz paylaşımların, özellikle genç yetişkinler tarafından sıklıkla tercih edildiği gözlemlenmektedir. Ancak, ulusal literatürde bu konuyu doğrudan ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanmamış; bu tür paylaşımları yapan bireylerin hangi motivasyonlar ve yaşam deneyimleriyle bu davranışı sergiledikleri yeterince anlaşılmamıştır. Bu çalışmanın amacı, sosyal medyada belirsiz paylaşım yapan genç yetişkinlerin bu davranışa yönelik algılarını ve deneyimlerini derinlemesine incelemektir. Nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desenin kullanıldığı araştırmanın katılımcıları yaşları 19–22 arasında değişen, 8’i kadın ve 2’si erkek olmak üzere toplam 10 kişiden oluşmaktadır. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanmış ve içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonucunda üç ana tema ve on altı tema elde edilmiştir. Ana temalar (a) Belirsiz paylaşımın psikososyal motivasyonları, (b) Belirsiz paylaşımın hedef kitlesi ve (c) Belirsiz paylaşımın sonuçları olarak belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, belirsiz paylaşımın yalnızca problemli bir çevrim içi davranış olarak değerlendirilmemesi gerektiğini; aynı zamanda özellikle kimlik oluşumu sürecindeki ve yoğun duygularla başa çıkmaya çalışan genç yetişkinler için bağlama bağlı bir başa çıkma ve iletişim stratejisi olarak ele alınabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda bulgular literatür ışığında tartışılarak, uygulayıcılara ve gelecek araştırmalara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Medya, Belirsiz Paylaşım, Genç Yetişkinler

ABSTRACT

LIFE EXPERIENCES OF YOUNG ADULTS WHO VAGUEBOOK ON SOCIAL MEDIA: A PHENOMENOLOGICAL STUDY

Ayşe Şevval SEVER

Department of Educational Sciences

Programme in Psychological Counseling and Guidance

Graduate School of Anadolu University, June, 2025

Supervisor: Assoc. Dr. Elif ÇİMŞİR

One of the emerging concepts associated with the rapid increase of social media use is vaguebooking, a practice of sharing emotions and thoughts in a vague and somewhat concealed manner. These ambiguous posts, often designed to draw attention, appear to be particularly common among young adults. However, no studies have directly addressed this phenomenon, and the motivations or life experiences that drive individuals to engage in vaguebooking remain poorly understood. This study aims to explore the perceptions and lived experiences of young adults who engage in vaguebooking on social media. The study was conducted using a phenomenological design, one of the qualitative research methods. The participants consisted of a total of 10 individuals, including eight women and two men, aged between 19 and 22. Datas were collected through semi-structured interviews and analyzed using a content analysis. The analysis revealed three main themes and ten subthemes. The main themes were identified as: (a) psychosocial motivations behind vaguebooking, (b) the intended audience, and (c) the perceived outcomes of vaguebooking. Overall, the findings suggest that vaguebooking is not merely a problematic online behavior; instead, it can serve as a context-sensitive coping and communication strategy, particularly for young adults navigating identity development and emotional turbulence. In this context, the findings were discussed in light of the relevant literature, and recommendations were provided for practitioners and future research.

Keywords: Social Media, Vaguebooking, YoungAdults

12/06/2025

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “Bilimsel İntihal Tespit Programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Ayşe Şevval SEVER

ÖN SÖZ /TEŞEKKÜR

Öncelikle tez çalışmam boyunca her aşamada bana rehberlik eden, akademik ve manevi desteğini esirgemeyen iletişimsel anlamda da her an desteğini hissettiğim, şefkat ve anlayışıyla bu zorlu süreci olabildiğince kolaylaştıran ve benim için keyifli ve öğretici kılan, tezimi tamamlama sürecinde çok fazla emeği olan sevgili tez danışmanım Doç.Dr. Elif ÇİMŞİR’e çok teşekkür ederim.

Tüm hayatımda benimle hep gurur duyarak maddi ve manevi her anlamda en büyük desteği gösteren ve akademik sürecimde de her kararında beni destekleyerek, karamsarlığa kapıldığım zamanlarda beni aydınlığa çıkaran, hayatımın her anında olduğu gibi bu süreci de kolaylaştırıp şefkatiyle, sevgisiyle ve cesaretlendirmesiyle en güzel şekilde geçirmemi sağlayan canım annem Ummahan BOZ’a çok teşekkür ederim. Hayatım ve eğitim yaşantım boyunca düşmekten korkmayacağım çünkü düşsem de her zaman beni kaldıracak birinin varlığını ve güvenini bana yaşattığın için sana minnettarım.

Hayat yolculuğumda bana her daim destek olan, benimle gurur duyduklarını hissettiren, maddi ve manevi her konuda yanımda olup varlıklarıyla mutlu olduğum benim için ikinci anne, baba olan çok sevdiğim canım babannem Ayşe SEVER ve canım dedem Metin SEVER’e teşekkür ederim. Ne yazık ki araştırma sürecinde acı kaybını yaşadığım canım dedem, ve hayatımın her anında benim için çok kıymetli olan canım babannem, iyi ki sizin torununuzum destekleriniz yolumda hep ışık oldu. Yine bu süreçte maddi manevi desteğiyle her an yanımda olan canım babam Önder SEVER’e çok teşekkür ederim.

Bu süreçte sevgisi, desteği ve anlayışıyla yanımda olan, özellikle veri toplama sürecinde katılımcılara ulaşmama tüm çabasıyla yardım eden, stresimi benimle birlikte paylaşarak zorlandığımda her an beni cesaretlendirerek motive edenvesürecimi kolaylaştıran değerli arkadaşım Arda AKCA’ya çok teşekkür ederim.

Aynı zamanda tezimi geliştirmemde ve tamamlamamda deneyimlerini içtenlikle paylaşarak zaman ayıran, katılım gösteren tüm katılımcılara teşekkür ederim.

Tezimi annem Ummahan BOZ’a ve kendime ithaf ediyorum.

ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ KULLANIM BEYANI

Bu tezi hazırlarken ChatGPT üretken yapay zekâ programlarından destek aldığımı beyan ederim. Tezin hazırlığı aşamasında üretken yapay zekâ programlarından çeviri desteği aldım. Üretken yapay zekâ programlarından aldığım bilgilerin doğruluğunu kontrol ettiğimi bildiririm. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Ayşe Şevval SEVER

İÇİNDEKİLER

BAŞLIK SAYFASI.....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	v
ÖN SÖZ /TEŞEKKÜR.....	vi
ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ KULLANIM BEYANI.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar DİZİNİ.....	x
1 GİRİŞ.....	1
1.1 Sorun	1
1.2 Amaç.....	4
1.3 Önem	5
1.4 Varsayımlar.....	6
1.5 Sınırlılıklar	6
1.6 Tanımlar.....	7
2 ALANYAZIN.....	8
2.1 Genç Yetişkinlik Dönemi	8
2.2 Sosyal Medya ve Problemli Kullanımı	10
2.2.1 Sosyal Medya Nedir?	10
2.2.2 Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformları	13
2.2.3 Sosyal Medya Kullanımının Avantajları ve Dezavantajları	15
2.2.4 Problemli Sosyal Medya Kullanımı Nedir?	18
2.2.5 Genç Yetişkinlikte Problemli Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Araştırmalar	20
2.3 Belirsiz Paylaşım(Vaguebooking) Nedir?.....	21
2.3.1 Belirsiz Paylaşım Kuramsal Yaklaşım	23
2.3.2 Belirsiz Paylaşım ile İlgili Araştırmalar	28

3 YÖNTEM.....	30
3.1 Araştırma Modeli.....	30
3.2 Araştırmanın Katılımcıları.....	31
3.3 Veri Toplama Araçları.....	33
3.4 Verilerin Toplanması	34
3.5 Verilerin Analizi.....	34
3.6 Geçerlik ve Güvenirlik.....	35
3.7 Araştırmacının Rolü	36
4 BULGULAR.....	37
4.1 Belirsiz Paylaşımın Psikososyal Motivasyonları	38
4.1.1 Duygusal rahatlama.....	38
4.1.2 Anlaşılmama, tepki görme ve duygusal destek arayışı	40
4.1.3 Statü gösterme ve sosyal üstünlük ihtiyacı	43
4.2 Hedef Kitleleri	43
4.2.1 Seçici hedefleme (Romantik partner veya belirli arkadaşlar)	44
4.2.2 Genel hedefleme (Tüm takipçilere yönelik)	45
4.3 Belirsiz Paylaşımın Sonuçları	45
4.3.1 Duygusal sonuçlar.....	45
4.3.2 Sosyal tepkiler ve ilişkisel etkiler	48
5 SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	53
5.1 Tartışma	53
5.1.1 Belirsiz paylaşımın psikososyal motivasyonlarına ilişkin bulguların tartışılması	53
5.1.2 Belirsiz paylaşımın hedef kitlesine ilişkin bulgularının tartışılması	55
5.1.3 Belirsiz paylaşımın sonuçlarına yönelik bulguların tartışılması.....	55
5.2 Sonuç	56
5.3 Öneriler	59
5.3.1 Uygulayıcılara yönelik öneriler	59
5.3.2 Gelecek araştırmalara yönelik öneriler	59
KAYNAKÇA.....	61
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 3.1Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri32

Tablo 4.1Belirsiz Paylaşımın (Vaguebooking) Tematik Kodları 37



1 GİRİŞ

Bu bölümde ilk olarak araştırmanın temel sorununa değinilmektedir. Ardından araştırmanın amacı belirtilerek araştırmanın önemi vurgulanmaktadır. Son olarak ise araştırmanın varsayımları, sınırlılıkları ve tanımları yer almaktadır.

1.1 Sorun

Günümüzde gelişen teknolojiyle birlikte dijital ortamlara yönelik ilgi artmakta ve internet kullanımı hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmektedir. Vural (2006)'a göre internet, dünya çapında yaygın olarak bilgisayar sistemlerini birbirine bağlamak için kullanılan bir iletişim aracı olarak tanımlanmaktadır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte hayatımıza dahil olan sosyal medya ise kullanıcıların oluşturduğu kişisel profillerle istedikleri kullanıcılarla takipleşme sağlayarak hem kendi hayatlarına dair paylaşımlar yaptıkları hem de diğer kullanıcıların hayatlarına ilişkin gözlemler edindikleri, aynı zamanda diğerleriyle iletişim kurabildikleri sanal ortamlar olarak ifade edilmektedir (Boyd ve Ellison, 2007).

Tanımdan da anlaşıldığı üzere sosyal medyanın hızla yaygınlaşmasının bazı nedenleri sosyalleşmek, yeni kişilerle iletişim kurabilmek, boş zamanlarını değerlendirmek, bilgi edinmek ve bu eylemleri kolay ve hızlı bir biçimde gerçekleştirebilmek olarak ifade edilmektedir (Donelan, 2016). Bununla birlikte sosyal medya bireylerin iş ağlarını genişletebilecekleri, bilgi alışverişi yapıp içerik üretebilecekleri günlük yaşamın dijital bir yansıması haline gelmiştir (Vural ve Bat, 2010). Bireylerin sosyal medya ortamında gerçek yaşamdan farklı yeni kimlikler oluşturabilmeleri ve kendilerini istedikleri biçimde yansıtmaya olanağına sahip olabilmeleri sosyal medya kullanımını çekici hale getirmektedir (Longstreet ve Brooks, 2017).

WeAreSocial (2024) verilerine göre, dünya nüfusunun %66'ısı aktif internet kullanmaktadır. Aynı zamanda bu verilere bakıldığında sosyal medya kullanım nedenlerinden ilk sırada %49,5 oranında aile, arkadaş ve sosyal çevresiyle iletişim kurmak, ikinci sırada %38,5 oranında boş zamanını değerlendirmek ve üçüncü olarak %34,2 oranında gündemi takip etmek yer almaktadır (WeAreSocial, 2024). Ülkemizde ise internet kullanım oranı %86,5 oranındadır, bununla birlikte sosyal medya kullanıcılarının gündelik ortalama kullanım süresi 2 saat 37 dakikadır (Digital, 2024).

Tk (2024) verilerine göre ise cinseyete göre internet kullanımında erkek kullanıcıların %92,2 oranıyla kadın kullanıcı oranından (%85,4) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu verilerde internet ve sosyal medya kullanımının gündelik hayatın önemli bir parçası haline geldiğini kanıtlar niteliktedir.

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte yapılan çalışmalarda sosyal medya platformlarında zaman geçirmenin öznel iyi oluş ve sosyal ilişkiler kurma açısından olumlu etkileri olduğu görülmektedir (Aksoy, 2020). Sosyal medyanın zaman ve mekân sınırlarının ötesine geçebilmeyi sağlaması, geniş kitlelere hitap etmesi, uzaktaki bireylerle iletişim kurmayı kolaylaştırması ve bireylerin kendilerini rahat bir biçimde ifade etmesine alan aması gibi özelliklerini kullanıcılara olumlu katkılar sağlamaktadır (Donelan, 2016).

Öte yandan sosyal medyanın olumlu kazanımları dışında olumsuz etkilerinin de olduğu açıktır. Sosyal medyanın kontrolsüzce ve ařırđ kullanımı problemleri sosyal medya kullanımı olarak ifade edilirken bu durum negatif etkileri de beraberinde getirmektedir (Hussain ve Starcevic, 2020). Problemleri sosyal medya kullanımı depresyon, anksiyete, sosyal izolasyon gibi uyumsuz ve psikolojik açıdan olumsuz davranışlar gelişmesine sebep olmaktadır (Caplan, 2007). Bireyler sosyal medyayı ařırđ kullanım sonucu gündelik sorumluluklarını aksatmakta bununla birlikte oluşturdukları sosyal medya benliğine saklanarak gerçeklikten uzaklaşmakta olup bu durum bireylerin gerçek hayattan uzaklaşmalarına, ruhsal problemlere ve yalnızlaşmaya neden olmaktadır (Kırđk vd., 2015).

Andreassen ve Pallesen (2014), bireylerin olumsuz etkilerini fark etmelerine rağmen kontrolsüzce ve gereğinden fazla sosyal medya kullanımını problemleri sosyal medya kullanımı olarak tanımlamakta ve bunun bireyin yetersiz öz denetiminden kaynaklandđđını belirtmektedir. DeJong (2014)'e göre problemleri sosyal medya kullanımının ilgi arama davranışı ile ilişkili olduğu ve ilgi aramaya meyilli ruhsal rahatsızlıėđ olan bireylerde problemleri davranışların grldėđı bilinmektedir.

Günümüzde problemleri internet kullanımını kapsayan davranışlar yeni kavramlarla ifade edilmektedir. Bu kavramlardan bir tanesi olan vaguebooking, bireylerin sosyal medya paylaşımlarında kasıtlı olarak belirsiz ifadeler kullanmalarını ifade etmektedir. Sözü edilen bu paylaşımlar net ve anlaşılır bilgi içermemesine rağmen diğer kullanıcıların

dikkatini çekebilecek ifadelerden meydana gelmektedir (Berryman vd., 2018).Foxve Moreland (2015),vaguebooking kavramını çoğunlukla bireylerin ilgi, destek ve iletişim arayışından kaynaklı yapılan ancak net olmayan dolaylı ifadelerle duygu ve düşüncelerini ifade etme biçimi olarak tanımlamaktadır. Vaguebooking ülkemizde henüz yaygınlaşmamış bir kavram olması sebebiyle Türkçe karşılığı bulunmamaktadır. Ancak OpenAI (2024)'e göre bu ifadenin Türkçe çevirisi 'belirsiz paylaşım' olarak yapılmaktadır. Bu nedenle araştırmacı bu çalışmada vaguebooking kavramı için belirsiz paylaşım ifadesini kullanmaktadır.

Seidman (2013), bireylerin yaptıkları paylaşımlarda ayrıntıları gizleyerek karşıdaki kişilerde hayranlık veya empati oluşturmayı hedeflediklerini belirtmektedir. Aynı zamanda yapılan çalışmalarda çevrimiçi platformlarda kendini açma ve dikkat çekme davranışlarının nevrozizm ya da dışa dönüklük özellikleriyle ilişkili olabileceği görülmektedir (Seidman, 2013). Liu ve Campbell (2017)'e göre nevroitik kişilik özelliğine sahip bireylerin kaygılı ve olumsuz duygu durumlara daha yatkın olmaları, sosyal medya da belirsiz paylaşım yapma ihtimallerini arttırmaktadır. Moreno vd. (2011) yaptığı çalışmada olumsuz duyguların ve depresyonun bireylerin duygularını ifade etmek ya da duygularıyla baş edebilmek için vaguebooking yani belirsiz paylaşım yapma oranlarını arttırdığı sonucunu elde etmişlerdir.

Yapılan çalışmalarda, belirsiz paylaşımın ait olma ihtiyacının yanı sıra yalnızlık ve histriyonik semptomlar gibi olumsuz yaşantılarla bağlantısı olduğu görülmektedir (Berryman vd., 2019). Bir diğer çalışmada sosyal medya kullanım sıklığının belirsiz paylaşım yapma ihtimalini arttırdığı belirtilmektedir (Astleitner vd., 2023). Buehler (2017)'e göre ise belirsiz paylaşım yapan kullanıcıları motive eden faktörler arasında duygusal destek arama ve ilgi çekme arzusu yer almaktadır.

Yukarıdaki çalışmalarda görüldüğü üzere belirsiz paylaşım yapma davranışı, dikkat çekme başta olmak üzere kendini açma, duygularla baş etme amaçlarıyla da sergilenmektedir. Bunun yanı sıra nevroitiklik ve dışadönüklük gibi bazı kişilik özellikleri bireylerin vaguebooking davranışını göstermeye meyilli hale getirmektedir. Aynı zamanda olumsuz ruh hali ve depresyon gibi negatif duygu durumlar, sosyal medyayı kullanma sıklığı da belirsiz paylaşımların yapılmasında etkili olarak görülmektedir.

Sosyal ilişkilerin, iletişimin, karşılıklı düşüncelerin, dikkat çekmenin önemli olduğu dönemlerden bir tanesi olarak akla gelen dönemlerden biri genç yetişkinlik dönemidir. Genç yetişkinlik döneminin hangi yaş aralığını kapsadığına dair farklı görüşler bulunmaktadır. Boyd ve Bee (2014) bu dönemi 20-30 yaş olarak tanımlarken, Arnett (2000), 18-29 yaş olarak ifade etmekte, Erikson (1968) ise bu dönemin 20-40 yaş aralığını kapsadığını ve ergenlikten yetişkinliğe geçiş dönemi olduğunu ifade etmektedir. Çoğunlukla üniversite çağını kapsayan bu dönemde de diğer gelişim dönemlerinde bulunduğu gibi gelişim görevleri vardır. Genç yetişkinlik döneminde sağlanması gereken gelişimsel görevler yakınlık kurulması, sağlıklı sosyal ve romantik ilişkiler kazanılmasıdır (Munley, 1977). Sağlıklı ilişkiler kurmakta zorluk çeken gençlerin ise hem yeni ilişkiler kurabilme hem de aidiyet duygusuna ulaşma amacıyla sosyal medyayı daha fazla kullandıkları görülmektedir (Berber-Çelik ve Odacı, 2012).

Genç yetişkinlikte sosyal medya kullanım oranının yüksek olması bu yaş grubunu problemli sosyal medya kullanımına yatkın hale getirmektedir. Gelişim dönemine bağlı olarak yetişkin sorumlulukları artan birey sosyal medya kullanımını da duygusal ihtiyaçlarına bir destek olarak görmektedir. Bireyler olumsuz ruh haliyle sosyal medyada zaman geçirdiklerinde problemli sosyal medya kullanımı ve belirsiz paylaşım yönelme isteklerinin arttığı düşünülmektedir. Ülkemizde problemli sosyal medya ile ilgili pek çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen belirsiz paylaşım değinen bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda bu araştırmada, belirsiz paylaşım yapan genç yetişkinlerin bu paylaşımlara tam olarak nasıl bir anlam yükledikleri ve bu paylaşımlar öncesinde, sırasında ve sonrasında neler yaşadıklarına dair bütüncül bir bakış açısı sağlanması hedeflenmektedir.

1.2 Amaç

Bu araştırmanın amacı, sosyal medya kullanan genç yetişkinlerin belirsiz paylaşım kavramıyla ilişkili genel yaşam deneyimlerini ayrıntılı bir şekilde incelemekve onların bu kavrama yönelik algılarını, düşüncelerini ve motivasyonlarını açığa çıkarmaktır. Bu araştırma sonucunda belirsiz paylaşımın hangi ihtiyaçlar doğrultusunda yapıldığı, psikolojik olarak etkileri, olası risk faktörlerinin ve kazanımlarının açığa çıkarılacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda şu temel soruya yanıt aranmaktadır:İnternette belirsiz paylaşım yapan genç yetişkinlerin yaşam deneyimleri nedir?

1.3 Önem

Teknolojinin giderek geliştiği dünyamızda sosyal medya platformları da 7’den 70’e tüm bireylerin yaşamlarının doğal bir parçası olmaya başlamıştır. Hayatın her alanında kullanılan sosyal medya olumlu olduğu kadar olumsuz özellikleri de barındırmaktadır. Aşırı kullanım ve sorumluluklarını yerine getiremeyecek kadar sosyal medyaya zaman ayırmak problemli bir davranış olarak nitelendirilmektedir. Problemli sosyal medya kullanımının bireylerdeki davranış örüntüleri farklı terimlerle ifade edilmeye başlanmıştır. Bunlardan bir tanesi de çalışmanın ana konusu olan belirsiz paylaşım (vaguebooking) kavramıdır. Belirsiz paylaşım, bireylerin kendi duygu ve düşüncelerini belirsiz ve imalı sözcüklerle yoruma açık bir biçimde paylaştıkları içeriklere verilen genel isimdir.

Belirsiz paylaşımlar genellikle bireylerin dikkat çekme, yardım bekleme, ilgi arama, sosyal onay ihtiyacı gibi sosyal ve ruhsal ihtiyaçlarıyla motive olarak yapılan paylaşımlardır. Aynı zamanda bireylerin kişilik özellikleri, ruhsal durumları, kişilerarası ilişkilerinin de bu paylaşımların yapılması nedenlerinden bazıları olduğu düşünülmektedir (Seidman, 2013). Genellikle olumsuz duygularla yapıldığı düşünülen bu davranış problemli sosyal medya kullanımının hem sebebi hem de bir sonucu olabileceği düşünülmektedir. Örneğin; bireyin aşırı sosyal medya kullanımı ruh halini olumsuz etkilerken olumsuz ruh hali de onaylanma isteği, dikkat çekme beklentisi ve ilgi arayışını da beraberinde getirebilmektedir (DeJong, 2014). Bu nedenle belirsiz paylaşım yapmak problemli sosyal medya kullanımının bir sonucu olabilmektedir. Diğer yandan belirsiz paylaşım yapmanın sosyal medya kullanımını arttırdığı bilinmektedir (Fox ve Moreland, 2015). Buradan da görüldüğü gibi aslında belirsiz paylaşım problemli sosyal medya kullanımıyla iç içe geçmiş bir kavramdır. Böyle olmasına rağmen kavramsal olarak yeterince bilinmediği düşünülmektedir.

Türkiye alanyazınındabelirsiz paylaşım üzerine yapılmış nitel/yaşantı temelli bir çalışma bulunmamaktadır. Uluslararası alanyazında ise bu kavram çalışılmış olmasına rağmen kavrama ilişkin yaşam deneyimlerinin derinlemesine ve bütüncül olarak ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırmacı bu eksikliği gidermek adına genç yetişkinlerle fenomenolojik bir çalışma yaparak hem kavramı derinlemesine inceleyerek netleştirmeyi hem de davranışın ardındaki motivasyonları ve sonuçlarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Ayrıca bu araştırma genç yetişkinlerin çevrim içi

platformlarda duygusal ifade stratejilerini, bu davranışın iletişimsel ve psikolojik motivasyonlarını ve etkilerini anlamaya olanak sağlamaktadır. Bu araştırma ülkemizde belirsiz paylaşım hakkında yapılan ilk çalışma niteliğinde olması bakımından önem taşımaktadır. Araştırmanın bu davranışın kökenlerine ve sonuçlarına ilişkin sosyal farkındalığın artırılması ve bu davranıştan veya davranışa ilişkin sonuçlardan etkilenen bireylere yönelik eğitsel ve terapötik yaklaşımların geliştirilmesine ön ayak olacağı düşünülmektedir. Araştırma aynı zamanda yurtiçi ve yurtdışı alanyazınında da belirsiz paylaşım kavramını nitel olarak inceleyen tek çalışma olması açısından da özgündür. Elde edilen bulguların gelecek araştırmalarda problemlili sosyal medya kullanımı, dijital çağda benlik sunumu, iletişim stratejileri gibi konularla ilişkilendirilerek psikoloji ve iletişim bilimlerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4 Varsayımlar

Araştırmanın temel varsayımları şöyledir:

- Araştırmada yer alan ve bireysel görüşme ile deneyimlerini aktaran katılımcıların gerçeğe en yakın şekilde deneyimlerini ifade ettikleri varsayılmaktadır.
- Görüşmelerin gerçekleştirildiği ortamın, katılımcıların kendilerini özgürce ifade edebilmelerine olanak sağladığı varsayılmaktadır.
- Nitel araştırmalarda araştırmacı daanaliz sürecinin bir parçası olduğundan araştırmacının çalışmaya yönelik duygu, düşünce ve önceki deneyimlerinin araştırmanın süreç ve sonuçları üzerindeki olası etkilerinin farkında olarak süreci yürüttüğü varsayılmaktadır.

1.5 Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıkları şöyledir:

- Araştırmanın yalnızca 10 katılımcıyla gerçekleştirilmiş olup, bu durum bulguların genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır.
- Katılımcı grubunda cinsiyet dağılımına bakıldığında erkekler 2 kişiyle sınırlıdır, bu sınırlılık elde edilen bulguların cinsiyet bağlamında değerlendirilebilirliğini sınırlandırmaktadır.
- Araştırmanın sonucundaki bulgular araştırmacının soruları ve bu soruları verilen nitel yanıtlar ile sınırlıdır.

1.6 Tanımlar

Genç Yetişkin: Bireyin ergenlik dönemini sonlandırıp yetişkinliği geçiş yolunda yaşadığı gelişim dönemine verilen isimdir, 18-29 yaş aralığını kapsamaktadır (Arnett, 2007).

Problemlili Sosyal Medya Kullanımı: Bireylerin aşırı sosyal medya kullanımı sonucu sosyal medya kullanım kontrolünü kaybederek günlük yaşamını aksatması, bireye hem bilişsel hem psikolojik olumsuz getirileri olmasına rağmen karşı konulamaz bir biçimde sosyal medya kullanımı olarak tanımlanmaktadır (Andreassen ve Pallesen, 2014).

Belirsiz Paylaşım Yapma (Vaguebooking): Bir düşünce ve duygu barındıran, çok ciddi ve önemli bir durum izlenimi vermesine rağmen ne ile ilgili olduğu anlaşılmayan diğerlerinin dikkatini çekmeye yönelik yapılan sosyal medya paylaşımlarıdır (Berryman vd., 2019).

2 ALANYAZIN

Alanyazın bölümünde genç yetişkinlik dönemi, sosyal medya, problemlili sosyal medya kullanımı ve belirsiz paylaşıma yönelik bilgiler verilmektedir. Bununla birlikte genç yetişkinlik döneminde problemlili sosyal medya kullanımı ve belirsiz paylaşım ile ilgili araştırmalara değinilmektedir.

2.1 Genç Yetişkinlik Dönemi

Doğumdan ölüme uzanan yaşam süreci, belirli yaş aralıklarından oluşan gelişim dönemleriyle adlandırılmaktadır. Bu gelişim dönemlerinden bir tanesi olan genç yetişkinlik dönemi, yetişkin hayatına geçişinin ilk basamağı olması itibarıyla gelişim sürecinin en önemli evrelerinden birini oluşturmaktadır (Gönül, 2008). Aynı zamanda bu dönem bireyin hayata yönelik belirsizlikler ve arayışlarda olduğu, ne tam anlamıyla ergenliği kapsayan ne de tam olarak yetişkin özellikleri gösteren kendine özgü bir dönem olarak görülmektedir (Arnett, 2000).

Literatürde genç yetişkinlik döneminin kapsadığı yaş aralığı bazı farklılıklar göstermektedir. Arnett(2007) bu dönemin 18-25 yaş aralığını kapsadığını belirtmiş ancak bunun kültüre bağlı olarak 29 yaşa kadar uzayabileceğini vurgulamıştır. Diğer yandan American Psychological Association (APA) (2023), bu dönemin yaş aralığını 18-29 olarak kabul etmektedir. Erikson'a (1968) göre, 20'li yaşları kapsayan bu dönem 'yakınlığa karşı izolasyon' dönemi olarak adlandırılmakta ve yaştan bağımsız olarak bu gelişimsel görevin tamamlanması ile sonlanmaktadır.

Tüm gelişim dönemlerinde olduğu gibi genç yetişkinlik döneminin kendine özgü gelişimsel görevleri bulunmaktadır. Gönül (2008) bu dönemde bireylerin bilişsel olarak gelişim gösterdiği ve benlik farklılaşması yaşadığını ifade etmektedir. Bu kişisel gelişimlerin yanı sıra sosyal hayat, aile kurma, iş ve gelecek kaygısı da bu dönemde bireylerin karşılaştığı zorlayıcı yönler olarak belirtilmektedir. Sosyal açıdan bu yaş grubu bir önceki gelişimsel dönemin özelliği olan yalıtılmışlıktan çıkarak yakınlık kurma sürecine girerler (Erikson, 1968). Yakın ilişkiler kurmak ve kendi benliğini diğerleriyle bağ kurarak geliştirmek açısından bu dönem oldukça önem taşımaktadır (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2011).

Erikson'un (1968) Psikososyal Gelişim Kuramı'na göre, birey yaşamı süresince sekiz gelişim evresinden geçmektedir. Bu evreler başarıyla tamamlandığında birey o evrenin

olumlu kazanımıyla yaşamına devam ederken başarıyla tamamlanmazsa olumsuz deneyimle bir sonraki aşamaya geçer. Genç yetişkin dönemi de bu gelişimsel evrelerin altıncısı olan yakınlığa karşı yalıtılmışlık evresine denk gelir. Yakınlık kavramı bireylerin kendi kimliğini koruyarak diğerlerinde kendini bulması, yakın ve derin bağlar kurabilmesi olarak gözlenir. Bu dönemde bireyler ilişki ve dostluk kurma ve ikili iletişimleri sürdürmeye eğilimlidir. Diğer yandan Erikson (1968), bu evredeki bireylerin en büyük probleminin yakın bağlar kuramayıp yalnızlaşması olarak görür bu da yalıtılmışlığı beraberinde getirir. Bağ kuramayan ve iletişimi sağlıklı yönetemeyen bireyler yalnızlaşarak kendileri toplumdan ve karşılıklı iletişimden izole etmektedir. Bu yaklaşımdan da anlaşılacağı üzere genç yetişkinlik döneminde ilişkiler, diğerleriyle bağ kurabilmek, topluma ait hissedebilmek oldukça önemlidir. Bunları başarıyla sağlayan gençler daha olumlu duygularla hayata devam ederken başarısız olanlar ise yalnızlık, kendini izole etme, geri çekilme gibi duygularla baş başa kalmaktadır. Bu da bireylerde daha olumsuz duygular ve psikolojik sorunları da beraberinde getirebilir.

Genç yetişkinlik dönemi benlik gelişiminin de oldukça önemli olduğu dönemlerden bir tanesidir. Bu dönemde gençler aile ile yaşamaktan ayrılarak bireysel hayatlarını da kurma yönünde adımlar atmaktadır. Bu da yaşamda daha fazla sorumluluk almayı beraberinde getirmektedir. Bu dönemin ilerleyen yıllarında birey aile ve iş hayatını düzene koymaya başlar. Bu noktada ulaşılamayan hedefler bireylerde büyük bir hayal kırıklığına neden olarak psikolojik açıdan yıkıcı olabilir (Levinson, 1977). Bireyler bu dönemde çoğunlukla üniversiteye başlayarak evden ve aileden ayrılarak kendi yaşamlarını kurmaya başlamakta, akademik ve maddi yeni sorumluluklar edinmektedirler. Bu dönemde bireyin hem diğerleriyle sağlıklı iletişimini devam ettirebilmesi hem de kendi özerkliğini sağlayabilmesi önem taşımaktadır (Yaroslavsky vd., 2013).

Dönemin gelişimsel özelliklerinden de anlaşılacağı üzere duygular ve duygusal gelişim de genç yetişkinlik döneminin önemli olaylarından biridir. Bu dönemde aile, iş arkadaşlıkları, dostluklar ile ilgili duygular önceki dönemlerden daha fazla önem taşımaktadır. Birey sosyal ilişkilerinde duygulara daha fazla yer vermeye başlar. Bireyler romantik ilişkiler başta olmak üzere diğer sosyal arkadaşlık ilişkileriyle duygusal ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Marcia, 2002). Aynı zamanda bu dönemdeki bireyler ortak düşünce ve değerlere sahip olduğu, kolay iletişim kurabildiği, kendini onaylayan ve destekleyici kişilerle yakın ilişkiler kurmayı tercih ederler (Bagwell vd.,

2005). Aslında bu çalışmalardan da anlaşıldığı gibi yetişkin hayata adım atma yolundaki bireyler diğerleriyle kurdukları ilişkilerde güvende hissetmeyi ve duygusal açıdan da desteklenmeyi beklemektedir. Hayatın getirdiği sorumluluklar duygusal ihtiyaçlarda artışa neden olarak bireylerde duygusal destek arayışını da arttırabilmektedir.

Bu dönem kültürel olarak farklılık gösterebilmektedir. Arnett (2007) genç yetişkinlik döneminde benlik gelişimi, kimlik keşfi ve rollerin kültüre göre şekillendiğini belirtmektedir. Bazı kültürlerde bu dönem daha erken olabilirken bazı kültürlerde genç yetişkinliğe geçiş daha geç olabilmektedir. Bu nedenle gelişim döneminde kültürün de katkısı bulunmaktadır. Kültürün yanı sıra yaşanan ülkenin sosyoekonomik durumu da bu dönemde önemli anlamlar taşımaktadır. İşsizlik oranlarının artışı, genel ekonomik durumun kötüye gidişi bireylerin kariyer anlamında ilerlemesini zorlaştırarak bu dönemin özelliklerini geç kazanmalarına neden olabilmektedir. Ayrıca gelecek kaygısı, ekonomik kaygılar gibi gündemler genç yetişkinlerde belirsizlik ve endişe duygularının şiddetlenmesine neden olmaktadır (Soares, 2024).

Genel anlamda genç yetişkinlik dönemi bireylerin hem kimlik ve benlik gelişimini sağladıkları, bir yandan bağımsızlık oluşturmaya çalışırken bir yandan sağlıklı ilişkiler kurmayı hedefledikleri bir gelişim dönemidir. Bununla birlikte bu dönemde kariyer, aile kurma, ekonomik özgürlük gibi artan sorumluluklarda bireylerde endişeye neden olabilmektedir.

2.2 Sosyal Medya ve Problemli Kullanımı

Bu bölümde sosyal medya ve problemli sosyal medya kullanımına yönelik kuramsal bilgiler yer almaktadır. Bu bağlamda ilk olarak sosyal medya, sık kullanılan sosyal medya platformları ve sosyal medyanın avantaj ve dezavantajları incelenmektedir. Ardından problemli sosyal medya kullanımı, nedenleri ve etkileri vurgulanmaktadır. Literatürde problemli sosyal medya kullanımı zaman zaman sosyal medya bağımlılığı olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada da problemli sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı kavramlarına benzer anlamlarda yer verilmektedir.

2.2.1 Sosyal Medya Nedir?

İnsan doğası gereği diğerleriyle iletişim kurma ihtiyacı hisseden aynı zamanda duygu, düşünce paylaşımı gereksinimi duyan, etkileşim içinde hayatını devam ettiren sosyal bir varlıktır. Günümüzde teknolojik gelişmelerin ilerlemesiyle birlikte bireyler çeşitli sosyal

medya araçlarını kullanarak bilgi edinme, sosyal iletişim kurma ve daha birçok fırsatı rahatlıkla elde edilebilmektedir. Bu nedenle sosyal medya kullanımı günden güne hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmektedir.

Sosyal medyanın ortaya çıkışı 1979 yılında iki yüksek lisans öğrencisi olan Jim Ellison ve Tom Truscott'un, dünya genelinde kullanılan bir paylaşım ve tartışma platformu olan "Usenet"i oluşturmalarına dayanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010). İlk sosyal medya platformları bireylerin yalnızca kişisel profil ve arkadaş listesi oluşturmalarına imkan verirken, 1997 yılında oluşturulan SixDegrees platformu sosyal medyaya kattığı yeni bir özellik sayesinde arkadaş listelerinin görünür olmasını ve bireylerin birbiriyle bağlantı oluşturmalarını sağlayarak günümüz sosyal medya platformlarının öncüsü olma özelliğindedir (Boyd ve Ellison, 2007).

Sosyal medyanın yaygınlaşmasını sağlayan diğer önemli olay ise kullanıcılara yönelik yeni yazılımların oluşturulması olarak göze çarpmaktadır. İnternet ilk olarak Web 1.0 yazılımıyla kullanılmaya başlanmıştır, Web 1.0 internet sitelerine girişte kullanılan www yani "World Wide Web" yazılımı olarak tanımlanmaktadır (Berners-Lee, 2006). Ancak zamanla gelişen teknolojiyle birlikte internetin cep telefonu gibi taşınabilir teknolojik aletlerde de kullanılmaya başlanması sosyal medya kullanımı için yeni yazılım ihtiyacı doğurmuş ve Web 2.0 yazılımı geliştirilmiştir. Bu yeni yazılımın ayırt edici özelliği kullanıcıların içerik üretmesine imkân sağlamasıdır (Beer ve Burrows, 2007).

Web 1.0 yazılımı internetteki içeriklere yalnızca tüketici olarak yaklaşmaya imkân tanırken Web 2.0 sayesinde bireyler hazır içeriklerden de faydalanıp aynı zamanda içerik üretebilen konuma gelmiştir. Bu nedenle Web 2.0'nin geliştirilmesi sosyal medyanın hızla yaygınlaşmasının kaynaklarından biri olarak görülmektedir (Cormode ve Krishnamurthy, 2008). Bu gelişmelerin ardından 2000'li yıllarda hızla yeni platformlar geliştirilmiştir. MySpace ve Facebook bu yıllarda geliştirilen ve yoğun ilgi gören uygulamalardan olmakla beraber kullanıcıların sosyal bağlantılar oluşturmalarına büyük katkı sağlamış ve insanlar arasındaki etkileşimi olumlu yönde etkilemiştir. Özellikle Facebook küresel bir kullanıcı kitlesine ulaşmış böylelikle sosyal medya kullanımı anlamlı düzeyde artarak hayatın bir parçası haline gelmiştir (Ellison ve Boyd, 2013).

Literatürde sosyal medya kavramının nasıl tanımlandığı incelendiğinde farklı tanımlar göze çarpmaktadır. Sosyal medya, bireylerin farklı uygulamalar vasıtasıyla kendilerini yansıtan profiller oluşturabilecekleri, bu profillerin kimin görüp göremeyeceğini belirleyebildikleri bununla birlikte diğer kullanıcıların profillerini görüntüleyip karşılıklı iletişim ve etkileşim kurabildikleri web tabanlı iletişim ağlarına verilen isimdir (Boyd ve Ellison, 2007). Benzer şekilde Vural ve Bat (2010) sosyal medyayı, zaman ya da mekân sınırı olmayan, her an ve her yerde kullanılabilen, bireylerin fotoğraf, video, yazı, blog gibi birçok şekilde içerik üreterek birbirleriyle etkileşim kurabilecekleri, diğer kullanıcıların içeriklerine yorum ve beğeni yaparak katkı sağlayabilecekleri çevrimiçi sosyal ağlar olarak tanımlamaktadır.

Sosyal medyanın, dünya çapındaki yaygınlığı günden güne artmaktadır. Teknolojiye ulaşılabilirliğin kolaylaşması ile birlikte yüksek erişilebilirlik içeren iletişim araçları ve medya araçları üzerinden oluşturulan sosyal etkileşim ve paylaşım ortamları sosyal medya olarak tanımlanmaktadır (Taşcı, 2010). Daha önceden kullanılan televizyon, radyo gibi geleneksel medya araçlarında bireylerin yalnızca tek yönlü bilgi akışı mümkünken yeni sosyal medya araçları insanlar arasında karşılıklı bilgi alıp vermeye olanak sağlamaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015). Sosyal medya, internet tabanlı iletişim ve etkileşimli çevre ve aranan bilgiye istediği zaman ve yerde ulaşmaya işaret etmekle birlikte, temel biçimleri, içerikleri açısından gruplandırıldığında, blog, sosyal ağ, mikroblog, wiki, podcast, forum, içerik paylaşım toplulukları vs. şeklinde sınıflandırılabilir (Babacan,2014).

Erkul (2009), web tabanlı bir uygulamanın sosyal medya olarak nitelendirilebilmesi için bireysel içeriklerin üretilmesi, bu içerikleri görebilen diğer kullanıcıların bulunması, kullanıcıların içerikler üzerinden etkileşimde bulunması ve tüm bu süreçlerin zaman ve mekân kısıtlaması olmadan her an sağlanabilir olması gerektiğini belirtmektedir. Benzer şekilde Lietsala ve Sirkkunen (2008) de platformlarda kullanıcıların içerik paylaşması, diğer kullanıcıların bu içeriklere katkı sağlaması, içeriklerin farklı platformlara aktarılabilmesi ve bireylerin kişisel profilleri olması koşullarını sosyal medyanın uygulamalarının ortak özellikleri olarak sunmaktadır. Boyd ve Ellison (2007)'a göre ise sosyal medyanın bu denli yaygınlık göstermesine neden olan bazı özellikleri şöyle açıklanmaktadır:

Kolay Kullanım ve Erişilebilirlik. Sosyal medya uygulamalarına zaman ya da mekân sınırlaması olmadan internet bağlantısı içeren her yerde ulaşmak mümkündür bu da bireyler için erişim kolaylığı sağlamaktadır. Aynı zamanda uygulamaların herhangi bir bilgi birikimi gerektirmeden kolaylıkla kullanılabilir olması da her yaş grubundan birey bu uygulamaları rahatlıkla kullanabilir hale getirmektedir.

Topluluk. Sosyal medya, kullanıcıların benzer içerik ve paylaşımlardaki ortak değerlerini tek paydada buluşturarak topluluklar kurulmasına alan açmaktadır. Böylelikle kullanıcılar değerlerine uygun topluluklarda yer edinmesine ve benzer görüşlerde olan uzak mesafedeki bireyler bir araya gelmesine imkân sağlamaktadır.

İçerik Üretme. Sosyal medyayı diğer iletişim kanallarından ayıran en büyük özelliklerinden biri kullanıcıların aktif rol oynayarak içerik üretmesidir. Kullanıcıların kendilerini dilediği gibi ifade edebildiği, reklamlar sayesinde para kazanabileceği, paylaşımlar yoluyla etkileşim kurmalarına olanak sağlayan bu özellik sosyal medyanın yoğun kullanımına katkı sağlamaktadır.

Etkileşim. Sosyal medya çevrimiçi platformlardan oluştuğu için kullanıcılar paylaştıkları içeriklere anlık olarak dönüşler alabilir. Bunun yanı sıra diğerlerinin paylaşımlarına dönütler verip katkı sağlayabilirler. Bu dönütler beğeni, yorum yapma, mesaj atma şeklinde gerçekleşebilir. Kişiler arası etkileşimi sağlayan insanlar arası iletişim ve paylaşımı destekleyen yanı sıra sosyal medya tercih edilmektedir.

İçerik Türleri. Sosyal medya içerikleri format açısından da oldukça geniş seçeneğe sahiptir. Bireyler kendilerini ifade etmek için ses, fotoğraf, video ya da yalnızca yazı paylaşabilirler. Paylaşım seçeneklerinin fazlalığı bireylerin kendini ifade etme biçimlerini özgürleştirerek rahat kullanım sağlamaktadır (Boyd ve Ellison, 2007).

2.2.2 Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Günümüzde birçok farklı ihtiyaca yönelik sosyal medya platformu bulunmaktadır. Sosyal medya uygulamaları içerik bakımından blog, wikipodcast, sosyal ağlar ve mikrobloglar olarak gruplandırılabilir (Kırık vd., 2015). Her uygulamanın kendine has hedef kitlesi olmakla beraber araştırmanın hedef grubu olan genç yetişkinler göz önünde bulundurularak bu grup tarafından en çok tercih edildiğini düşünülen Instagram, Twitter ve Whatsapp ele alınmıştır.

Instagram'ı, ilk olarak 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger kurmuştur (Kuşay, 2013). Instagram kullanıcıların fotoğraflarını ya da videolarını filtreleyebildiği, anlık hikâye güncellemeleri paylaşabilecekleri, aynı Facebookta olduğu gibi arkadaş edinip iletişim halinde kalmayı sağladıkları bir sosyal medya aracıdır (Sepetci, 2017). Instagram kelime anlamı olarak anlık manası gelen instant ve telgraf manasına gelen telegram kelimelerinin birleşmesiyle meydana gelmiştir. Bu uygulamada fotoğraflarını ve video paylaşmadan önce içeriğin renk ayarlarında gölgelendirme, sıcaklık, parlaklık gibi özelliklerinde düzenleme imkânı sunmakta ve çeşitli filtre ve efektlerle fotoğraf çekilirken kişinin görünüşünde farklılıklar yapabilmesine imkân tanımaktadır. Instagramda 2011 yılında yapılan güncelleme ile kullanıcılar diğer kullanıcılar tarafından üretilen benzer içeriklere daha kolay ulaşabilmek için hashtag (#) yöntemini kullanmaya başlamışlardır. Böylelikle direkt görüntülenmek istenen konu hashtag yardımıyla sadece o kelimeye ilişkin içeriklerin sınırlandırılmasına imkân sağlamaktadır (Gibbs vd., 2014).

Instagramda kullanıcılar diğer içeriklere yorum yapabilmesi, beğenmesi ya da hikâyelere cevap atması gibi özellikler kişiler arası etkileşimi arttırarak takipçilerin birbirleriyle bağ kurmasına yardımcı olur. Bu özelliğiyle Instagram yalnızca fotoğraf ya da video paylaşım platformu olmaktan çıkarak sosyal etkileşim ve topluluklar oluşturmaya imkân sağlayan önemli bir uygulama olarak görülmektedir (Yang, 2016). Instagramı öne çıkaran bir diğer özelliği ise deneyim ve duyguların paylaşarak reklam yapma ya da toplumsal mesajlar verme gibi kişisel amaçlar dışında farklı alanlara da hizmet edebilmesidir (Ridgway ve Clayton, 2016). WeAreSocial (2024) verilerine göre ülkemizde sosyal medya kullanıcıların Instagram kullanımı aylık ortalaması 21 saat 24 dakika olarak belirlenmiştir. Aynı zamanda genel nüfusun %56.8 i Instagram kullanmaktadır. Bu da oldukça yüksek bir kullanım istatistiği olarak göze çarpmaktadır.

Twitter, 2006 yılında San Francisco'da kurulan bir sosyal medya uygulamasıdır. Diğer sosyal medya platformları ile karşılaştırıldığında temel yapı taşı özelliğini taşımaktadır. Twitter uygulamasının kullanım şekli bireylerin gündelik hayat deneyimlerini duygularını, düşüncelerini farklı kullanıcılarla paylaşarak ifade etmesi aracılığıyla gerçekleşmektedir. Temel yapı taşı olma özelliği de burdan gelmektedir. Çünkü diğer sosyal medya platformlarında bireyler çoğunlukla tüketici konumunda olmasına rağmen Twitterda kişisel içerik paylaşımı daha baskındır. Kullanıcıların kendilerini ifade

edebilecekleri bir paylaşım maksimum 140 karakterden oluşmaktadır. Hem içerik üretmesi hem de içeriği ulaşması hızlı, spontan ve gündelik yaşama uyumlu olduğu için kullanımı çokça tercih edilmektedir (Cemiloğlu-Altunay, 2010).

Whatsapp uygulaması 2009 yılında Jan Joum ve Brian Acton tarafından geliştirilmiştir ve uygulamanın bireylere sağladığı temel imkânlar, mesajlaşma, ses kaydı, görüntü paylaşımı, konum paylaşımı, dosya paylaşımı ve görüntülü görüşme olarak sıralanmaktadır (Göncü, 2018). Göncü (2018) yaptığı araştırmada Whatsapp uygulamasının bu kadar çok tercih edilme sebeplerini pratik bir kullanım sağlaması, ücretsiz olması, fotoğraf video paylaşım imkânı tanınması, profesyonel işletmeler tarafından da ihtiyaçları karşılanması olarak açığa çıkarmıştır. 2024 yılı verilerinde kullanıcıların aylık ortalama olarak 11 saat 54 dakikayı Whatsapp uygulamasında geçirdiği görülmektedir (WeAreSocial, 2024).

2.2.3 Sosyal Medya Kullanımının Avantajları ve Dezavantajları

Dünyada ve ülkemizde oldukça yaygın kullanılan sosyal medya hakkında yapılan çalışmalar avantaj ve dezavantajlar üzerinde durmuştur. Sosyal medya, etkileşim ve diğer insanlarla iletişim kurmanın yanı sıra bireylere öznel faydalar da sağlamaktadır. Sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki etkilerini inceleyen Arnett (2000), özellikle genç yetişkinlik dönemindeki bireylerin aidiyet hissi, onaylanma ihtiyacı, kendini ifade edebilme isteği gibi ihtiyaçlarının sosyal medya platformlarında karşılanabildiğini belirtmektedir. Bu bağlamda sosyal medya kullanımı, ihtiyaçların karşılanmasından doğan iyi oluş halini sağlamada etkili bir alan olarak görülebilir. Yapılan diğer bir çalışmada ise sosyal medya üzerinden alınan olumlu geri dönütlerin bireylerin benlik saygılarında anlamlı bir yükseliş sağladığı görülmektedir (Valkenburg vd., 2006). Sosyal medya kullanımının avantajlarından biri de duruma bağlı olarak bireylerin özgüven gelişimine katkı sağlaması olarak ifade edilebilir.

Kullanıcılar yer ve zaman fark etmeksizin hiçbir özelliklerinden dolayı ayrıştırılmadan sosyal medyada yer alabilirler. Bu durumda kullanıcılar yüz yüze iletişim biçimine kıyasla sosyal medyada iletişim kurmayı tercih edebilirler bu özelliğiyle sosyal medya kullanımı kişiler arası iletişime olumlu yönde katkı sağlar (Caplan, 2007). Aynı zamanda sosyal medyada katı kuralların olmaması, kullanıcıların kendini ifade ederken hiçbir filtreye takılmadan dilediğince ifade edebilmesi gibi özelliklerde kullanıcılara kendilerini özgür biçimde ve dileği kadar ifade etme imkânı sağlamaktadır (Çiftçi,

2018). Böylelikle karşılıklı etkileşim ve sosyalleşme, fikir paylaşımı ve katkı sağlama gibi olanaklarda sosyal medyanın avantajları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bununla birlikte sosyal medya eğitim ve akademik anlamda da faydalar içermektedir. Öğrenciler sosyal medya vasıtasıyla eğitimle ilgili topluluklara katılarak kendilerini geliştirebilir. Ayrıca Youtube gibi platformlar bilgi edinmek ve derslere katkı sağlamak açısından oldukça geniş içeriklere sahiptir. Bu yönleriyle sosyal medya öğretim sürecinde de hem öğretmen hem öğrenciler için faydalar sağlamaktadır (Naslund vd., 2016).

Bu çalışmalarda görüldüğü gibi sosyal medya bireylere sosyal, psikolojik, bireysel, eğitim ve akademik olmak üzere birbirinden farklı alanlarda avantaj sağlamaktadır. Bunlar dışında sosyal medya insanların para kazanabildiği, gezip gördüğü yerleri anlattığı ve gördüklerinden öğrendiği, sınırsız içerik ve bilgi içeren yeni dünyanın vazgeçilmez bir parçasıdır. Ancak bu kadar kolay ve kuralsızca içerik paylaşımı olumlu olduğu kadar olumsuz deneyimlere de yol açmaktadır.

Sosyal medyanın dezavantajları incelendiğinde göze çarpan bazı detaylar bulunmaktadır. Sosyal medya her ne kadar anında paylaşım ve dilediğince içerik imkânı sağlayarak bireylerin her an her yerde kendilerini ifade etmelerini sağlasa da bu durum bir noktadan sonra yüz yüze olan etkileşimin azalmasına yol açabilir. Yüz yüze etkileşimin sağladığı jest ve mimikler bireylerde samimiyet hissini uyandırarak daha derin bağlar ve arkadaşlıklar kurmaya yardımcı olurken sosyal medyada yalnızca yazışma yoluyla kurulan ilişkiler daha yüzeysel kalmaktadır. Bununla birlikte sosyal medya özellikle genç yetişkin yaş grubunda fiziksel dünyadan uzaklaşarak bireyselliği ve yalnızlaşmayı arttırmaktadır (Turkle, 2011).

Kontrolsüzce paylaşımlar yapılması ve denetlenmeyen içerikler sosyal medyada zaman zaman yanlış bilgi aktarımına ve hatalı düşüncelere sebebiyet vermektedir. Ayrıca hızlı şekilde paylaşım yapılması ve bu paylaşımların hızlıca gözden geçirilmesi kullanıcıların dikkat süresinin azalmasında ve odaklanma zorluklarının meydana gelmesinde etkilidir. Sürekli olarak farklı bir içeriğe ulaşma isteği ile kullanıcılar günlük yaşam aktivitelerini ertelemektedir. Özellikle genç yaş gruplarında odaklanma süresi ve dikkat ciddi anlamda olumsuz etkilenerek gençlerin akademik anlamda güçlükler yaşamasına neden olmaktadır (Andreassen, 2015).

Vosoughi vd. (2018) yaptıkları çalışmada sosyal medyada kontrolsüzce paylaşılan içeriklerin büyük bir bilgi kirliliği yarattığını belirtmektedir. Bu bilgi kirliliği insanları paniğe sürükleyebilir, kriz anlarını da daha da kaotik bir sürece çevirebilir. Toplumsal paniğe neden olabilen yanıltıcı içerikler ve yanıltma haber içeren bilgiler bireyleri olduğu kadar toplumsal düzeni de olumsuz etkilemektedir.

Sosyal medyanın diğer bir dezavantajı ise güvenlik sorunudur(Debatin vd., 2009). Kullanıcılar sosyal medyada fotoğraf, adres, düşünce, iş çevresi, aile gibi birçok bireysel alanlardan paylaşım yapmaktadır. Ancak bu paylaşımlar zaman zaman üçüncü kişiler tarafından kötüye kullanılabilir. Bu durum mahremiyet ve güvenlik konusunda büyük bir risk taşımaktadır. Bu paylaşımlarla dijital ayak izi olarak adlandırılan kullanıcıların sosyal medyada bıraktıkları kişisel izler, kullanıcıları farkında olmadan suiistimale de açık hale getirmektedir. Çocuk ve genç yaş grupları bu konuda en riskli grup olarak görülmektedir (Debatin vd., 2009).

Sosyal medya bireylerin paylaşımlarında en iyi hallerini ve oldukları en iyi durumları paylaştıkları, olumsuz yönlerden pek bahsetmediği paylaşımlardan oluşmaktadır. Yani bireyler sosyal medyada olmak istedikleri ideali göstermektedir. Bu durum diğer kullanıcılarda kendilerini karşılaştırma ve negatif hislerinin katlanarak artmasına neden olmaktadır. Bu durum Festinger (1954)'in sosyal karşılaştırma teorisine örnek gösterilebilir. Sosyal karşılaştırma teorisi bireylerin kendi düşüncelerini, yeteneklerini, başarılarına diğerleriyle karşılaştırarak değerlendirmeye çalışmaları olarak ifade edilebilir. Festinger (1954) bu karşılaştırmayı iki yönlü olarak ele almaktadır: Yukarı yönlü sosyal karşılaştırma ve aşağı yönlü sosyal karşılaştırma. Yukarı yönlü sosyal karşılaştırma bireyin kendini daha üstün gördüğü biriyle kıyaslamasıdır. Bu durum bireyde düşük benlik saygısı, kıskançlık, değersizlik ve depresyon gibi psikolojik sorunlara yol açmaktadır (Vogel vd., 2014).

Sosyal medyanın bir diğer dezavantajı ise kullanım sıklığı ile ilişkilidir. Bireyin sosyal medya kullanımının zamanla artması, bireyin kullanımı sınırlamakta zorlanması ve kontrolünü kaybetmesi buna bağlı olarak günlük işlerini aksatması sosyal medya bağımlılığı ve problemli sosyal medya kullanımı kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Kuss ve Griffiths, 2011). Problemli sosyal medya kullanımı sosyal medya bağımlılığıyla benzer özelliklere sahip olduğu görülerek benzer anlamlarda kullanılmaya başlanmıştır. Andreassen vd. (2012), sosyal medya bağımlılığı hakkında

yaptıkları çalışmada sosyal medyanın aşırı kullanımının bireylerde kaygı bozuklukları, depresyon, yalnızlık gibi psikolojik etkileri olduğunu belirtmektedir.

Tüm bunlardan yola çıkarak sosyal medyanın hayatımıza kattığı olumlu yönleri kadar olumsuz yönleri olduğu da görülmektedir. Kontrollü biçimde kullanılan sosyal medya platformları bireye hem kişisel rahatlık ve iyi oluş sağlarken hem de topluluklara katılarak sosyalleşme ve yeni fikirler edinme imkânı da sağlamaktadır. Ayrıca öğrenciler ve eğitimciler içinde kullanılabilir olanakların fazlalığı akademik anlamda kazanımlar ve ilerlemelere fırsat tanımaktadır. Diğer yandan sosyal medyanın kontrolsüzce kullanımı büyük dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Bu olumsuzluklar için risk grubunun özellikler çocuk ve gençler olduğu birçok çalışmada elde edilen ortak sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireysel olarak özellikle psikolojik anlamda bireyin benlik saygısının azalması, depresyon, kaygı, özgüven eksikliği, mutsuzluk gibi yaşantılar aşırı sosyal medya kullanımının yaygın olumsuz etkileridir. Toplumsal olarak kontrolsüz sosyal medya kullanımının bilgi kirliliğine ve olayların yanlış anlaşılacak toplumsal kaygı oluşmasına neden olabilmektedir. Tüm bu dezavantajlarıyla birlikte problemli sosyal medya kullanımı ve etkileri de merak konusu olmaktadır.

2.2.4 Problemli Sosyal Medya Kullanımı Nedir?

Problemli sosyal medya kullanımı, sosyal medya kullanımının kullanıcılar için davranışsal ve psikolojik olumsuz etkileri olmasına rağmen aşırı ve kontrolsüzce kullanımı olarak tanımlanmaktadır (Franchina vd., 2018). Bireylerin sosyal medya kullanımındaki kontrollerini kaybetmesi ve bu kontrolsüzlükten kaynaklı günlük yaşam kalitesinin düşmesi de problemli sosyal medya kullanımı olarak ifade edilmektedir (Andreassen ve Pallesen, 2014). Bu iki tanım göz önünde bulundurulduğunda problemli sosyal medya kullanımında bireylerin hem aşırı hem de kontrolsüz biçimde sosyal medyaya yönelmeleri ortak nokta olarak görülmektedir.

Literatürde problemli sosyal medya kullanımı bağımlılıkla benzer belirtilerle tanımlandığını göz önüne seren çalışmalar yer almaktadır. Griffiths (2005), davranışsal bağımlılığı bireye haz vererek zamanla kontrolü kaybetmesine neden olan, uzun süre devamlılık gösteren, işlevselliği bozan tekrarlayıcı davranışlar olarak tanımlamaktadır. Problemli sosyal medya kullanımında da kullanıcılar benzer şekilde sürekli sosyal medya da olma isteği, zaman kontrolü sağlayamama, kullanılmadığı zamanlarda

huzursuzluk hissetme, gündelik hayatları aksatma belirtilerine sahiptir (Andreassen, 2015). Dolayısıyla problemli sosyal medya kullanımı davranışsal bağımlılık kategorisinde görülmekte ve bu problemin özellikle genç yetişkinlik döneminde daha fazla görüldüğü de eklenmektedir (Ryan vd., 2014). Yapılan diğer çalışmalarda problemli sosyal medya davranışının davranışsal bağımlılığın yanı sıra duygusal bağımlılık olabileceği de öne çıkmaktadır. Przybylski vd. (2013)'e göre onay arayışı, aidiyet ihtiyacı, anlaşılma isteği, dikkat çekme ve ilgi görme isteği gibi psikolojik süreçler bireyde duygusal bağımlılık oluşturarak problemli sosyal medya kullanımına sebebiyet vermektedir.

Problemli sosyal medya kullanımının temelinde yapılan paylaşımlar yer almaktadır. Bu paylaşımlarda olumlu dönütler alınması örneğin sosyal medyada yapılan bir paylaşım sonucu bireyin popülerleşmesi, yaptığı paylaşıma gelen olumlu yanıtlar ya da beğeniler vasıtasıyla bireye büyük bir haz sağlayarak paylaşımlara ve sosyal medyaya olan ilgisini arttırdığı görülmektedir. Buna ek olarak bireyin sosyal medyada daha fazla zaman geçirmeye ve gündelik hayatı aksatacak düzeyde zaman ayırmasına da neden olmaktadır (Su vd., 2020). Benzer şekilde Turel vd. (2014) problemli sosyal medya kullanımının beyindeki dopamin miktarını artırarak haz alma hissi sağladığını ve beğeni, yorum gibi geri dönütlerin pekiştirme görevi görerek bu döngüyü bağımlılık haline getirdiğini savunmaktadır. Bu tanımlardan da anlaşıldığı üzere problemli sosyal medya kullanımı genel olarak kullanıcıların zaman ve kullanım kontrolünü kaybetmesi buna bağlı olarak vazgeçilemez bir biçimde sosyal medyada zaman geçirmesi olarak görülebilir. Sürekli olarak sosyal medyaya zaman ayırmanın yanı sıra bireyin gündelik işlevselliğinin bozulması yani sorumluluklarını yerine getirmemesi de davranışsal bağımlılık göstergesidir. Yani problemli sosyal medya kullanımı davranışsal ve duygusal bağımlılık türlerinin bir parçasıdır.

Araştırmalar incelendiğinde benzer tanımları karşılamaları nedeniyle problemli sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı birbirinin yerine de kullanılmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı da benzer şekilde kontrolsüzce kullanım ve bunun gündelik hayattaki negatif etkilerini kapsamaktadır (Griffiths, 2000). Sosyal medya bağımlılığının bireyler üzerindeki etkisi olarak kişiler arası ilişkilerin bozulması kadar psikolojik etkiler de göze çarpmaktadır. Uzun süreli aşırı sosyal medya kullanımının

bireylerde depresyon, yalnızlık duygularıyla doğrusal ilişkide olduğu, iyi oluş haliyle ise negatif yönlü bir ilişkide olduğu belirtilmektedir (Eraslan-Capan, 2015).

Problemli sosyal medya kullanımının görülmesinin temel nedenlerinden biri psikolojik ihtiyaçların sosyal medya vasıtasıyla giderilmeye çalışmasıyla açıklanabilir. Özellikle genç yetişkinlik döneminde duyulan psikolojik ihtiyaçlar bireyin problemli sosyal medya kullanımına yatkınlığını arttırabilir. Bu dönemde görülen gelişimsel görevler genç yetişkinlik dönemindeki bireylerin sosyal medyayı bu ihtiyaçları gidermek amaçlı daha sık kullanmasına ve yoğun bir duygusal bağlılık hissetmesine neden olmaktadır (Erikson, 1968; Arnett, 2000). Daha önce ifade edildiği gibi sosyal medya bireylerin kendileri istediği gibi ifade etmesine alan açan bir ortamdır. Yani bireyler sosyal medyada kendilerini olduğu gibi gösterebildikleri gibi, olmak istedikleri bir imajdaymış gibi de gösterebilmektedir. Sosyal medyanın bu özelliğide daha düşük özgüvene sahip kullanıcılar için bir avantaj sağlamaktadır. Günlük hayatta kendini ifade etmekten çekinen bireyler sosyal medyada kendilerini daha farklı ifade edebilmekte böylelikle sosyal medya sayesinde gündelik yaşamda göremedikleri özen ve ilgiyle karşılaşmaktadır. Bu durumda sosyal medyanın durdurulamaz derecede kullanıma yol açmaktadır (Nadkarni ve Hoffman, 2012).

2.2.5 Genç Yetişkinlikte Problemli Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Araştırmalar

Literatürde genç yetişkinlerin sosyal medya kullanımlarının nedenleri ve sonuçlarını inceleyen pek çok araştırma yer almaktadır. Örneğin Çömlekçi ve Başol (2019), 763 üniversite öğrencisiyle yaptıkları çalışmada genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonlarını açığa çıkarmayı hedeflemiştir. Bu çalışmaya göre, katılımcılar günde ortalama 4 saat 16 dakikayı sosyal medya da geçirirken bu platformları en çok diğerleriyle iletişim kurabilme amaçlı kullanmaktadır. Bunun yanı sıra, keyifli vakit geçirmek ve gündem takibi de gençlerin sosyal medyayı sık kullanma sebeplerindendir.

Longstreet ve Brooks (2017), ABD’de 251 üniversite öğrencisi ile sosyal medya ve problemli internet kullanımı hakkında yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ve yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi incelemiş ve sonucunda sosyal medya bağımlılığının yaşam doyumunu negatif yönde etkilediğini açığa koymuştur. Yani sosyal medyada fazla ve kontrolsüzce zaman geçirilmesiyle bireylerin yaşam doyumunun azaldığı düşünülmektedir.

Problemli sosyal medya kullanımının yaygınlığını yaş gruplarına göre belirlemeyi isteyen Hovd. (2017) ise yaptıkları çalışmada yetişkin ve genç yetişkin yaş gruplarından iki grup oluşturarak problemli sosyal medya kullanımının sıklığı ve etkilerini incelemiştir. Bu çalışmada elde edilen bulgu gençlerin yetişkinlere oranla sosyal medya bağımlılığına çok daha yatkın oldukları olmuştur. Bununla birlikte düşük öz-kontrol ve problemli sosyal medya kullanımı arasında da güçlü bir ilişki açığa çıkmıştır. Yani düşük öz-kontrol mekanizmasına sahip bireylerin problemli sosyal medya kullanım oranı daha yüksek bulunmuştur. Benzer şekilde Chen ve Kim (2013) çalışmasında düşük öz-kontrol ve narsistik örüntülerin problemli sosyal medya kullanımı davranışının artmasında etkili olduğunu belirtmektedir. Kuss ve Griffits (2011), genç yetişkinlerin sosyal medyayı iletişim sağlamak ve kendilerini ifade etmek amacıyla kullandıklarına dikkat çekerken, yine düşük öz denetim ve yüksek narsistlik kişilik örüntüsünün de problemli sosyal medya kullanımını arttırdığını belirtmiştir. Aynı çalışmada problemli sosyal medya kullanımının gençlerde depresyon, kaygı, yalnızlık gibi olumsuz yaşantılara sebebiyet verdiği de vurgulanmaktadır.

Floros ve Siamos (2013), öğrencilerle yaptıkları çalışmada sosyal medyada aşırı zaman geçirme durumunun diğerleriyle iletişimde kalmayı sürdürmekle ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu bulguyu Wan'ın (2009) yaptığı çalışma da destekler nitelikte olmakla birlikte 335 Çinli üniversite öğrencisini kapsayan çalışma problemli sosyal medya davranışını ortaya çıkaran motivasyonları sosyalleşme ve sosyal medya yoluyla diğerleri ile ilişki kurma-sürdürme olarak ifade etmektedir.

Diğer yandan Eyüpoğlu ve Özbay (2018), psikolojik ihtiyaçları karşılanmış olan bireylerde karşılanmamış olanlara göre problemli sosyal medya kullanımının daha az olduğunu belirtmektedir. Baz (2018) üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları cinsiyete göre inceleyerek, kızların sosyal medyaya karşı tutumlarının erkeklere göre daha olumsuz olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda sosyal medya kullanımı, sosyal destek ile ilişkili bulunmazken, problemli sosyal medya kullanımının depresyon, yalnızlık ve dürtü kontrol güçlüğü ile pozitif yönlü ilişkisinin bulunduğu ortaya konulmuştur.

2.3 Belirsiz Paylaşım(Vaguebooking) Nedir?

Belirsiz paylaşım, bir önceki bölümde detaylı bir biçimde incelenen problemli sosyal medya davranışının ortaya çıkardığı durumlardan biridir. Bilindiği üzere sosyal medya

bireylerin kendilerini yüz yüze iletişime oranla daha kolay ve filtresiz ifade edebildikleri bir ortamdır. Dolayısıyla bireyler sosyal yaşamda ifade edemedikleri veya açığa çıkaramadıkları duyguları sosyal medyada tüm açıklığıyla paylaşmaktadır. Bu durumda uyumsuz çevrimiçi davranış şekillerinin oluşmasına sebep olmaktadır. Bu davranış biçimlerinden bir tanesi olan belirsiz paylaşım, sosyal medya kullanıcılarının dikkat çekme amacıyla bilinçli bir biçimde belirsiz ifadeler içeren paylaşımları olarak tanımlanmaktadır (Buehler, 2017). Bu paylaşımlar aşırı duygu içererek oldukça dramatik olabilirler (Edwards ve Harris, 2016). Örneğin; ‘tüm kötü şeyler benim başıma geliyor’ ya da ‘çabaya bile değmezmiş’ gibi diğerlerinde merak uyandıracak, kime ve neye yönelik olduğu belli olmayan ifadeler belirsiz paylaşım olarak nitelendirilebilir. Bu paylaşımların yapılma amaçları ise sosyal medya üzerinden duygusal destek aramak ve dikkat çekmeye çalışmak olarak öne çıkmaktadır (Child ve Starcher, 2016).

Child ve Starcher (2016) belirsiz paylaşımları belirsiz ifadeler olarak ele almış ve bu paylaşımları bireylerin sosyal medyada imalı paylaşım yapması yani bireyin bir şey belirtmesi ancak kişilerin bunu paylaşım yapan kişiye sormadan tam olarak anlayamadığı paylaşımlar olarak açıklamışlardır. Edwards ve Harris (2016), bu durumu doğrudan ve dolaylı iletişim üzerinden inceleyerek dolaylı biçimde imalı olarak yapılan açıklamaların ve ifadelerin diğer kişiler üzerinde iyi bir izlenim bırakmadığını ifade etmişlerdir. McLaughlin ve Vitak (2012), yaptıkları araştırmada Facebook üzerinden yapılan duygusal paylaşımlardaki destek arayışının diğer kullanıcılar tarafından fark edildiğini ve bunun onlarda bu destek arayışının sosyal medya üzerinden yapılmaması gerektiği yönünde fikir oluştuğunu ve rahatsızlık uyandırdığını ortaya koymuşlardır. Yani bu çalışmaya göre aşırı duygusal ve ilgi çekmeye yönelik paylaşımlar diğer kullanıcılar üzerinde daha negatif bir izlenime neden olmaktadır.

Mevcut araştırmalar, genel olarak belirsiz paylaşımın sosyal medya kullanımı içerisindeki yerine ve nedenlerine değinse de bu tür paylaşımlardaki motivasyona ve davranışın etkilerine bütüncül olarak odaklanan çalışma bulunmamaktadır Davranışın nedenlerine ilişkin yapılan bir çalışmada Berryman vd. (2019), yalnızlık, histrionik semptomlar yani ilgi çekme ihtiyacı, aidiyet ve onaylanma isteği ve aşırı sosyal medya kullanımının bu davranışın nedenleri arasında bulunduğunu ifade etmektedir. Berryman vd. (2018) yaptığı diğer bir çalışmada yalnızlık ve aidiyet ihtiyacının genç yetişkinler arasında sosyal medya kullanımını arttırdığını ve bu sosyal medya kullanımına histrionik

özellikler eklendiğinde de belirsiz paylaşım yapma oranının anlamlı düzeyde arttığını belirtmektedir.

Seidman (2013), sosyal medya kullanıcılarının belirsiz ifadelerle yaptıkları paylaşımlardaki gizemle diğer kullanıcılar üzerinde bir tür hayranlık oluşturmak yönünde bir beklentilerinin bulunabileceğine değinmektedir. Araştırmacılar aynı zamanda nevrozizm ve dışa dönüklük kişilik özelliklerinin bireyleri sosyal medyada daha fazla kendini açmaya meyilli kıldığını bunun da daha fazla belirsiz paylaşım yapılmasıyla sonuçlanabileceğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde ilgi çekme isteği de bu kişilik özelliğine sahip kullanıcılarda belirsiz paylaşım yapma oranını artırabilir.

Olumsuz duyguların da sosyal medya kullanımını etkilediği bilinmektedir. Moreno vd. (2011), depresyonun ve depresif duyguların bireylerde daha sık sosyal medya kullanarak destek aramaya meyilli olduklarını belirtmektedir. Belirsiz paylaşımda bu dönemlerde hem destek arama hem de olumsuz duyguları ifade ederek duygusal rahatlama için kullanılabilmektedir.

Genel çerçevede bakıldığında sosyal medyada uyumsuz ve problemli bir davranış olarak görülen belirsiz paylaşım, bireylerin kendilerini muğlak bir biçimde ifade etme biçimidir. Bu paylaşımların diğerleri üzerindeki etkisine bakıldığında imalı olarak yapılan paylaşımlara yönelik bireylerde iyi bir izlenim oluşturmadığı anlaşılmaktadır. Davranışın yapılma motivasyonları ise yalnızlık, onaylanma ihtiyacı, aidiyet ihtiyacı, bazı kişilik özellikleri, ilgi çekme isteği, kendini ifade etme, duygusal rahatlama ve dolaylı olarak yardım talep etme olarak özetlenebilir. Belirsiz paylaşımı daha iyi anlamak amacıyla kuramsal olarak hangi kuramlarla ilişkilendirildiği de bir sonraki başlıkta incelenmiştir.

2.3.1 Belirsiz Paylaşım Kuramsal Yaklaşım

Belirsiz paylaşım yeni bir kavram olmasına rağmen sosyal medyanın problemli kullanılması ve kendini belirsiz de olsa bir şekilde ifade etme ihtiyacıyla ilgili bir yapı olması itibarıyla kuramsal açıdan bilinirliği olan bir olgudur. Bu bölümde belirsiz paylaşım davranışını derinden anlayabilmek için kuramsal bir çerçevede incelenmektedir.

Sosyal Karşılaştırma Kuramı. Sosyal karşılaştırma kuramı Festinger (1954) tarafından ortaya atılan, bireylerin kendiliklerini değerlendirmek için kendilerini başkalarıyla

kıyaslama eğiliminde olduklarını ifade eden bir yaklaşımdır. Bu karşılaştırma sayesinde bireyler duygusal durumlarını dengede tutabilirler. Bu açıdan sosyal karşılaştırma yaklaşımı belirsiz paylaşım davranışını anlamak için önemli bir kuramsal çerçeve sunabilir.

Sosyal karşılaştırma kuramında bireyler kendiliklerini bulabilmek için çevrenin geri dönütlerine de ihtiyaç duyarlar. Bireyler bu sosyal karşılaştırma sürecinde belirsiz paylaşımı bir araç olarak kullanabilir. Belirsiz paylaşımlar sayesinde dikkat çekerek onay ve empati bekleyebilirler. Böylelikle çevreden gelen geri dönütler yoluyla kendilerini değerlendirebilirler.

Kullanımlar ve Doyumlar. Bireylerin belirli ihtiyaçlarını sosyal kitle araçları ile gidermeleri kullanımlar ve doyumlar kuramının ana hatlarını oluşturur (Yaylagül, 2010). Bu yaklaşımda bireylerin kitle araçlarını sosyal ve psikolojik ihtiyaçları doğrultusunda aktif biçimde kullandığı belirtilir.

İnsanların günlük hayatta bazı ihtiyaçları vardır ve bu ihtiyaçları da kitle araçlarıyla gidermeye uğraşır (Güngör, 2016). Yani seyirci yalnızca pasif bir izleyici konumunda değil aktif bir konumdadır (Katz vd., 1973).

Aslında bu kuram daha çok kitle iletişim araçlarından olan radyo, televizyon, gazete gibi araçlar için ortaya atılmış olsa da günümüz medyasının sosyal medya etrafında şekillenmeye başlamasıyla birlikte kuramda bu alana esnetilmektedir. Fiske (2014) çalışmasında bireylerin sosyal medyayı takdir görmek, etkileşim kurmak, onaylanmak, eğlenmek, iyi duygular beklentisi ile kullanmakta olduğunu vurgulamaktadır. Yapılan diğer araştırmalarda göstermektedir ki bireylerin sosyal medyayı kullanma amaçları bilişsel ihtiyaçları popülerlik, duyguları dışa vurma isteği, gündelik yaşamdan kaçış, onay ve beğenilme isteği olarak öne çıkmaktadır (Wang vd., 2012; Leung, 2013).

Bu kuram çerçevesinde bireylerin sosyal medya kullanım amaçları şöyle ifade edilmektedir(Rubin, 1984; Sundar ve Limperos, 2013):

1. Bilgi edinme ve öğrenme amaçlı kullanım
2. Eğlence ve boş zaman aktivitesi
3. Sosyal etkileşim ve diğerleriyle iletişim kurma/sürdürme
4. Kimlik sunumu ve onaylanma ihtiyacı
5. Duyguları ifade etme ve stresle baş etme stratejisi olarak kullanım

Bu kullanım motivasyonları ise belirsiz paylaşım yapma motivasyonlarıyla benzerlik gösterdiğinden belirsiz paylaşım ayna tutan bir kuram olabileceği düşünülmektedir.

Bağlanma Kuramı. Bağlanma kuramı Bowlby (1969) tarafından bebeğin bakım veren ile kurduğu ve sürdürdüğü yakınlık içeren duygusal ihtiyaçlarının karşılandığı bağ olarak ifade edilmektedir. İnsan yaşamında beslenme kadar önemli olan bağlanma kişinin fiziksel olmasa duygusal ihtiyaçlarının karşılanması açısından büyük önem taşımaktadır. Çünkü bebeğin yalnızca fiziksel ihtiyaçlarının karşılanması sağlıklı bir gelişim için yeterli görülmemektedir. Bu nedenle bebeğin bakım vereni ile oluşan duygusal bağ sağlıklı gelişiminin bir parçası olarak kabul edilmektedir (Öztürk, 2002).

Bağlanma kuramına göre anne yani bakım veren ile kurulan sağlıklı duygusal bağ bebeğin ruhsal ihtiyaçlarının karşılanması yanı sıra anne bebeğin dış dünyayla bir temasıdır. Dolayısıyla annenin varlığı bebek için güvenli alanın bir temsili niteliğindedir (Mikulincer ve Shaver, 2007). Ancak bu bağın eksikliği, yakınlığı kurulamaması ya da kaybedilmesi gibi durumlar bireylerin gelişiminde olumsuz sonuçlara yol açtığı görülerek bu yoksunluk ya da kayıpların kişilerin davranışlarında farklı sonuçlara yol açtığı fikrinin geliştirilmesine öncülük etmiştir (Bretherton, 1992).

Önceki bölümlerde belirsiz paylaşım yapmanında destek, ilgi, onaylanma ihtiyacı ile ilişkili olduğu ve bireylerin diğerlerinden bir tepki almak için yapılan bir başetme yöntemi olarakta kullanılabildiği görülmüştür. Ainsworth vd., (1978) ise yetişkinlerde bağlanma stillerini güvenli, kaygılı ve kaçınan bağlanma olarak belirlemişlerdir. Belirsiz paylaşım davranış örüntüsünün güvensiz bağlanma stillerine sahip bireylerde daha fazla olabileceği düşünülmektedir. Kaygılı bağlanma stiline sahip bireylerde en sık karşılaşılan durumlar reddedilme korkusu, aşırı onay ihtiyacı gibi beklentiler olmaktadır (Mikulincer ve Shaver, 2007). Bu durum bireyin açıkça ifade etmeden diğerlerinden bir destek ve yardım isteğinin bir yansıması olarak belirsiz paylaşımı sıklıkla tercih etmesine bir neden olabilir.

Diğer yandan kaygılı bağlanma stiline sahip bireyler için önemli olan durum ise bağımsızlıklarını korumak ve bu nedenle yakın bağlar kurmaktan kaçınmaktır (Bartholomew ve Horowitz, 1991). Diğerleriyle duygusal yakınlıktan kaçınan kaygılı bağlanan bireyler duygularını da açıkça ifade etmekten kaçınarak üstü örtülü bir biçimde duygusal baş etme yöntemlerinde belirsiz paylaşım kullanabilir. Bu yönleriyle

bağlanma kuramı ve bağlanma stilleri bireylerin belirsiz paylaşım davranışlarını açıklamada önemli bir kuramsal çerçeve de sunmaktadır.

Beş Faktör Kişilik Kuramı. Belirsiz paylaşım sağlıklı bir sosyal medya kullanım biçimi olmasının yanı sıra arkasında bireyden derin izler taşır. Bireyin iç dünyası, kişilik özellikleri, hayata bakış açısı gibi birçok farklı etmen belirsiz paylaşım yapma motivasyonu olabilir. Kişilik özellikleri de bireyin davranışlarının nedenini belirleme aşamasında oldukça açıklayıcı temeller sunmaktadır. Costa ve McCrae (1992), kişiliğin beş büyük faktörden oluştuğunu belirtmektedir. Bunlar; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk (dürüstlük/duyarlılık), duygusal dengesizlik (nevrotiklik) ve deneyime açıklıktır. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki nevrotik ve dışadönüklük kişilik özellikleri belirsiz paylaşım yapma ile ilişkili bulunmuştur (Sikandar vd., 2024).

Dışadönüklük, bireyin sosyallikten beslenmesi ve insanlarla etkileşim içinde olma eğilimi ile ilişkilendirilir. Dışa dönük bireyle enerjilerini diğerleriyle sağlar, hareketli ve neşelidirler. Paylaşımına çok açık olan dışadönüklük özelliğine sahip bireyler belirsiz paylaşım yapma ihtiyacı çok hissetmesede zaman zaman bunu bir iletişim stratejisi olarak kullanabilirler (Seidman, 2013).

Uyumluluk özelliğine sahip bireyler genellikle empati yeteneği yüksek, nazik, yardımsever bireyler olarak göze çarparlar. Diğerlerinin ihtiyaçlarını görmek ve çözüm aramak bu kişilik özelliğinde görülür (Costa ve McCrae,1992).Uyumluluk özelliği fedakârlık olarak da dikkat çeker. Uyumluluk ve belirsiz paylaşım hakkında bir çalışma olmamasına rağmen, Ahn (2011) bu özelliğe sahip bireylerin sosyal medyayı daha çok diğerlerine yorum ve beğeni yapmak için kullandıklarını belirtmektedir. Yani kendilerini ifade etmektense diğerlerinin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmak bu özelliği yüksek bireylerde daha çok görülmektedir.

Sorumluluk faktörü yüksek olan bireyler disiplinli, çalışkan ve hırslı bireylerdir (Costa ve McCrae,1992). Bu özelliği yüksek bireylerin sosyal medya kullanımı incelendiğinde sosyal medyayı daha çok bilgi edinmek ve gündem takibi amacıyla kullandıkları görülmektedir (Ryan ve Xenos, 2011). Bu özelliğe sahip bireylerin sosyal medya kullanımında da belirsiz paylaşım ile ilişkilendirilebilecek sorunlu sosyal medya kullanımı yönelik bir bulgu bulunmamaktadır.

Duygusal dengesizlik yani nevrotizm güvensiz hissetme, kaygı, karamsar olma gibi ana duyguları kapsar (Goldberg, 1990). Bu özelliğin yüksek olduğu bireylerde anksiyete,

depresyon, dürtüsel davranma, kırılgnlık gibi olumsuz ruh hali yatkınlığı ve psikolojik kırılgnlık oldukça fazla görölmektedir (Costa ve McCrae,1992). Bu özelliğe sahip bireylerde problemlili sosyal medya davranışları da oldukça sık görölmektedir (Kalmus vd., 2011). Diğerlerinden destek almak, yalnızlık hissinden uzaklaşma isteğı ya da yalnızca dikkat çekme amaçlı bir duygu düzenleme yöntemi olarak belirsiz paylaşma başvurabilirler (Forest ve Wood, 2012).

Deneyime açıklık, yaratıcılık ve yeni bakış açıları özelliğine sahip kendine özgü bireyleri ifade etmektedir. Aynı zamanda bu bireyler yeni deneyimler edinmeye meyillidir (Costa ve McCrae,1992). Deneyime açıklık özelliğı yüksek olan bireylerin sosyal medyayı kullanımları çoğunlukla paylaşımlar ve tavsiyeler üzerine olmakla birlikte diğerlerine katkıda bulunup yorum yapmak amacıyla da sık kullanılmaktadır (Kalmus vd., 2011). Bu kişilik özelliğı ve belirsiz paylaşım arasındaki ilişkiyi açığa çıkan bir çalışma olmadığından bu konudaki etkililiğı bilinmemektedir.

Psikanalitik Kuram. Belirsiz paylaşımın aslında üstü kapalı bir biçimde duygularını çevrimiçi ortamda paylaşmak yönü düşünöldüğünde bu davranışı açıklayan kuramlardan bir tanesinin de psikanalitik kuram olduğı düşünölmektedir. Çünkü psikanalitik kuram da bireyin iç dünyasını, bastırılmış tarafları bilinçdışı kavramıyla ele almaktadır. Freud'a (2013) göre bireyin davranışlarını anlamlandırmak için yalnızca bilinç düzeyi yeterli olmamakla birlikte bireyi asıl yönlendiren şey bilinçdışında id, ego ve süper ego arasında gerçekleşenlerdir. Belirsiz paylaşım bazı bireyler tarafından reddedilmeye, dışlanmaya karşı da bir strateji olarak görölebilir; bu da bireyin kaygı uyandıran durumla yüzleşmemek adına kendine oluşturduğu bir savunma sistemi olabilir. Tıpkı bireye kaygı veren durumlarda ego savunma mekanizmalarının bireyi bu kaygıdan koruması gibi (Freud, 2013). Örneğın belirsiz paylaşım bir öfkeyi kapalı bir biçimde ifade etmeyi de içerebilir ve aslında bu da pasif-agresif bir yaklaşım yani bireyin bir savunma mekanizması olarak ifade edilebilir (Cramer, 2000).

Goffman'ın Benlik Sunumu. Goffman(1959), bu kuramda bireylerin sosyal hayatını yaşarken aslında bir sahne performansı yaşıyormuşçasına hareket ettiğini düşünmektedir. Bireyler toplum içinde nasıl görönmek istiyorlarsa davranış ve yaklaşımlarını buna göre düzenleyerek hareket ederler ve bu aslında kişinin bir öz-sunumu olarak görölür. Bu öz-sunum bireyin kendini diğerlerine karşı nasıl göstermek istiyorsa ona göre şekillenmektedir.

Geçmiş yıllarda bu öz-sunum yüz yüze ilişkileri kapsasa da zamanla sosyal medyanın hayatla bir bütün haline gelmesi de bu performansı çevrimiçi platformlardaki davranışlar hakkında da bir bakış açısı kazandırabilir. Çünkü sosyal medya, bireylerin kendilerini olmak istedikleri gibi ya da yaşamın sadece güzel yönlerini gösterdikleri bir sahne olarak ifade edilmektedir (Boyd, 2007). Belirsiz paylaşım yapmakta aslında bu performansı merak edici kılmasıyla öz-sunumun bir sonucu olabilir.

Goffman (1959) bu performansı sergilerken bir vitrin kavramından bahseder. Vitrin birey performansını sergilerken kasıtlı ya da kasıtsız olarak yaptığı davranışları kapsar. Bu vitrin ise ön sahnede bulunur. Ön sahne diğerlerinin bizi izlediği benlik sunumunu gerçekleştirdiğimiz yeri ve anları ifade eder. Bireyle ön sahnede görsel ve sosyal olarak toplumun beklentilerini gerçekleştirmeye çalışır. Ancak görünen ön sahnenin arkasında bir de arka sahne bulunmaktadır ki bu alan bireylerin performans gerçekleştirmedikleri, ön sahnede olduklarından farklı olarak daha kişisel duygu ve düşünce ve gerçekler tarafını ifade eder. Bu kuram her ne kadar yüz yüze etkileşimlerin bir incelemesi olsa da benzer bir sahneyi sosyal medyada da deneyimlemek mümkündür. Aslında belirsiz paylaşımında yalnızca olumsuz duygularını veya durumları içmektense bir sahnedeymiş gibi bireyin diğerlerinde etki uyandırmasına yardımcı bir kullanım biçimi olabilir.

2.3.2 Belirsiz Paylaşım İlgili Araştırmalar

Literatür tarandığında belirsiz paylaşım hakkında yapılan çalışmaların yurt dışında yapıldığı ve bunların yalnızca dört çalışmayla sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar belirsiz paylaşım deneyiminin dikkat çekme, yalnızlık, olumsuz duygular, sosyal karşılaştırmadan etkilendiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte histrionik davranış örüntüleri de bu davranışın ardındaki güçlü motivasyonlardan biri gibi durmaktadır.

Örneğin Berryman vd. (2018) 467 genç yetişkinin katılımı ile yaptıkları araştırmada genç yetişkinlerde sosyal medya kullanım süresi, sosyal medya kullanımının önemi ve belirsiz paylaşım yapma eğilimleri arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Belirsiz paylaşım için hazırlanmış geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı bulunmadığından araştırmacılar, belirsiz paylaşım davranışını üç madde ile ölçmüşlerdir (ör. arkadaşlarımdan bana ne olup bittiğini sormaya yönelten sosyal medya paylaşımları yaparım.”). Bu çalışma neticesinde sosyal medyanın bireyin ruh sağlığını olumsuz etkilemediğini ancak belirsiz paylaşım davranışının yalnızlık ve intihar düşüncelerini öngördüğünü vurgulamışlardır.

Bu nedenle bu davranışın sosyal medyada bir yardım arama çağrısı olabileceğini de eklemiştir.

Berryman vd. (2019) genç yetişkinlik dönemindeki 467 katılımcıyla yaptıkları bir diğer çalışmada, yalnızlığın belirsiz paylaşım yapmayı arttırdığı vehistrionik kişilik özelliğine sahip bireylerin duydukları onay ve ilgi ihtiyacından kaynaklı olarak daha fazla belirsiz paylaşım yaptıkları bulgularına ulaşmışlardır. Çalışmanın diğer bir değişkeni olan aidiyet duygusunun ise belirsiz paylaşım ile anlamlı bir ilişkisi bulunmamıştır. Cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde ise kadınların belirsiz paylaşım yapma oranının erkeklere daha yüksek olduğu görülmüştür.

Astleitner vd. (2023) 995 katılımcıyla yaptıkları çalışmada kişisel özellikler, FoMO yani “fear of missingout”, sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu, ghosting yani hayaletleme, belirsiz paylaşım ve ruh sağlığı arasındaki ilişkileri incelemektedir. Katılımcıların %79’u kadınlardan oluşurken %21’i erkeklerden oluşmaktadır. Cinsiyet açısından sonuçlar değerlendirildiğinde kadınların belirsiz paylaşım yapma oranı erkeklere göre daha düşüktür. Ait olma ihtiyacı ile belirsiz paylaşım arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, sosyal karşılaştırma ile belirsiz paylaşım arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Belirsiz paylaşımı ele alan son çalışma ise Sikandar vd. (2024) 18-30 yaş aralığında 320 katılımcı ile yaptıkları bir çalışmada kişilik özelliklerinin belirsiz paylaşım yapmayı arttırıp arttırmadığını beş faktör kişilik kuramı bağlamında ele almışlardır. Araştırmada aynı zamanda sosyal medya kullanıcılarının ruhsal sağlıkları da göz önünde bulundurulmuştur. Araştırmanın sonucunda nevrozizm ve dışadönüklük kişilik özelliğinin belirsiz paylaşım üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Belirsiz paylaşımların genel ruh sağlığına zarar verebileceği de belirtilmektedir. Sikandar vd. (2024) yaptığı en yeni araştırma ise yeni bir noktaya değinerek kişilik özelliklerinin bu davranışa nasıl etkisi olabileceğini araştırmış ve nevrozizm ve dışa dönüklükle belirsiz paylaşım yapma arasında anlamlı bir ilişki bulmuştur. Ancak yine de kısıtlı araştırmaların belirsiz paylaşım kavramı hakkındaki bilgiler ve alınabilecek önlemler konusunda yetersiz kaldığı düşünülerek nitel bir yaklaşım olan fenomenoloji ile bu kavram derinlemesine incelenecektir.

3 YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın yöntemine dair bilgiler yer almaktadır. Sırasıyla araştırma modeli, katılımcılar, veri toplama araçları, veri analizi, geçerlik, güvenirlik ve araştırmacının rolü hakkında bilgiler verilmektedir.

3.1 Araştırma Modeli

Bu araştırmanın amacı genç yetişkinlik çağındaki üniversite öğrencilerinin belirsiz paylaşıma yönelik algılarına derinlemesine ulaşabilmek ve deneyimlerini incelemektir. Katılımcılardan bu olguya dair derinlemesine bilgi edinilmesi için nitel araştırma yöntemlerinden olan fenomenoloji deseni kullanılmıştır.

Nitel araştırma, bireylerin anlam dünyasına odaklanarak algı, duygu, deneyimlerinden yola çıkarak bir olay veya olguya yönelik anlam kazandırmayı amaçlayan bir yöntemdir (Baltacı, 2019). Yaşanan olaylar ya da olgular hakkında bahsedilmeyen kısımları da ele alarak olayların diğer yüzünü bireylerin gözünden derinlemesine incelemek için nitel araştırma yöntemleri tercih edilir (Berg ve Lune, 2019). Nitel araştırmalarda katılımcıları sınırlamamaya özen gösterilerek bireysel görüşmeler, gözlemler, odak grup görüşmeleri gibi tekniklere yer verilir (Creswell, 2018). Bu araştırma da nitel araştırma yöntemlerinden olan fenomenolojik desen ile gerçekleştirilmiş, veri toplama aracı olarak görüşme tercih edilerek yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2013), nitel araştırmalarda tercih edilen araştırma deseninin araştırmanın tutarlı olmasında ve amaca uygun bir biçimde yapılabilmesinde büyük önem taşıdığını belirtmektedir. Bu bağlamda yapılan araştırma için tercih edilen araştırma deseni fenomenoloji olarak belirlenmiştir.

Fenomenolojik araştırmalarda araştırmacı bir fenomene ilişkin katılımcıların ortak deneyimlerinden analiz etmeye çalışarak öze ulaşmayı hedefler (Creswell, 2018). Fraenkel vd. (2012) göre de fenomenolojik desenin temel özelliklerinden birisi çalışılan olgunun özüne ulaşmaktır. Fenomenoloji deseniyle yapılan araştırmalarda amaç gündelik hayatta karşılaşılan olguların, bu olguyu deneyimleyen insanlar tarafından nasıl anlaşıldığı ve ifade edildiğini derinlemesine incelemek ve detaylı biçimde ortaya koymaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Fenomenolojik araştırmalarda amaç keşfetmek ya da tahmin etmek değil tanımlamaktır. Neyin, nasıl yaşandığı hakkında o olgunun en temeline ulaşmak için

kullanılır. Bu nedenle fenomenolojik yaklaşımda incelenen konuyu deneyimlemiş katılımcılarla çalışmak önemlidir (Yalçın, 2022).

Fenomenolojik araştırmalarda tümevarımsal bir yaklaşımla ilerleyerek edinilen öznel deneyimlerden bir bütüne yani büyük resme ulaşmaya çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Creswell (2018), fenomenolojik araştırmaların 5-25 katılımcı ile yapılabileceğini ancak bu katılımcıların hepsinin çalışılan konu hakkından deneyiminin bulunması gerektiğini belirtmektedir. Neuman (2017) de nitel çalışmalarda katılımcı sayısından çok verilerin niteliğinin önemli olduğu belirtmektedir.

3.2 Araştırmanın Katılımcıları

Araştırmanın çalışma grubunu belirlemek için nitel araştırmalarda tercih edilen amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yaklaşım araştırmanın hedefine uygun detaylı bilgilerin seçilmesi ve derinlemesine araştırılmasına olanak sağlamaktadır (Büyüköztürk, vd., 2020). Amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan ölçüt örnekleme tekniği ile belirlenen ölçütler doğrultusunda katılımcılar seçilip örnekleme dahil edilmektedir (Büyüköztürk vd., 2020). Bu çalışmada katılımcıların örnekleme dâhil edilme kriterleri:

- Genç yetişkinlik çağında olma zorunluluğu,
- Belirsiz paylaşım yapmış olmaları
- Sunulan bilgilendirilmiş onam formunu kabul etmiş olması olarak belirlenmiştir.

Bu araştırmada da belirsiz paylaşım yapmış ya da yapmaya devam eden katılımcılarla çalışmaya özen gösterilmiştir. Katılımcılara ulaşıldığında ilk olarak belirsiz paylaşım ifadesi “sosyal medya platformlarında yapılan duygu, düşünce, deneyim içeren diğerlerinde merak uyandırıcı ancak kime ve neye yönelik olduğu kasıtlı şekilde belirsiz bırakılan paylaşımlar” olarak tanımlanmış ve katılımcıların bu tarz paylaşımları bulunup bulunmadığı belirlenmiştir. Belirsiz paylaşım yaptığını ifade eden katılımcılardan bu paylaşımlara yönelik gösterebilecekleri örnek paylaşımlar istenerek bu deneyime sahip katılımcılar örnekleme dahil edilmiştir.

Fenomenolojik çalışmalarda çalışma grubunun büyüklüğünden çok deneyimlenmiş yaşantılar önemlidir. Dolayısıyla örneklem büyüklüğü çeşitli olsa da 5-25 kişi aralığının yeterli olduğu düşünülmektedir (Creswell, 2018). Bu çalışmada ise benzer cevapların artmasıyla birlikte veri doygunluğuna ulaşıldığı düşünülerek 10 katılımcıya yer

verilmiştir. Katılımcıların cinsiyet dağılımı 8 kadın ve 2 erkek olarak ele alınmıştır. Katılımcılar farklı illerde üniversitelerde ve farklı programlarda eğitimlerine devam etmektedir. Katılımcıların yaş, cinsiyet, üniversite, okudukları program ve en sık belirsiz paylaşım yaptıkları platformlar hakkında bilgiler toplanarak bu bilgiler demografik bilgi olarak tablolaştırılmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri Tablo 3.1’de yer almaktadır.

Tablo 3.1

Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Üniversite	Program	En sık belirsiz paylaşım yaptığı platform
K1	20	Kadın	Uşak Üni.	Sosyoloji	Twitter
K2	21	Kadın	Muğla Sıtkı Koçman Üni.	Turizm İşletmeciliği	Instagram
K3	21	Kadın	Muğla Sıtkı Koçman Üni.	Şehir ve Bölge	Instagram
K4	22	Kadın	Muğla Sıtkı Koçman Üni.	Şehir ve Bölge	Instagram
K5	21	Kadın	Lefke Avrupa Üni.	Psikoloji	Instagram-TikTok
K6	22	Kadın	Çanakkale On Sekiz Mart	İşletme	Twitter
K7	21	Erkek	İskenderun Teknik Üni.	İnşaat Mühendisliği	Instagram
K8	20	Kadın	Girne Amerikan Üni.	Psikoloji	Twitter
K9	19	Erkek	Uşak Üni.	Makine Mühendisliği	Instagram
K10	20	Kadın	Afyon Kocatepe Üni.	Tıp	Instagram

Tablo 3.1’de de belirtildiği üzere katılımcıların yaşları 19-22 arasındadır. Katılımcıların tamamı aktif üniversite öğrencisidir. Katılımcıların çoğunluğu belirsiz paylaşım yapmak

için Instagram uygulamasını tercih ederken Twitter ve TikTok uygulamaları da belirsiz paylaşımlar için tercih edilmektedir.

3.3 Veri Toplama Araçları

Nitel araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama araçlarında bir tanesi görüşmedir (Yıldırım ve Şimşek 2013). Yapılan görüşmeler katılımcıların deneyimlerine ve bakış açılarına detaylı bir biçimde ulaşmayı sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek 2013). Bu nedenle araştırmanın amacına uygun olan teknik görüşme olarak belirlenmiştir. Görüşmeler yarı yapılandırılmış bireysel görüşme şeklinde yürütülmüştür. Yarı yapılandırılmış görüşmeler belirli sorular içerse de görüşme sürecinin akışına göre şekillenerek soruların sırası değişebilmekte ve katılımcının cevaplarına bağlı olarak konuyu derinleştirecek yeni sorular eklenmesine olanak tanımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu esnekliği sağlaması da yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanılma nedenlerinden biridir. Araştırma kapsamında öncelikle katılımcıların araştırılan olguya dönük olarak deneyimlerini ortaya çıkaracak sorular oluşturulmuş daha sonra alanda uzman bir öğretim üyesinin görüşleri alınmıştır. Sonrasında bir pilot görüşme yapılarak sorularda anlaşılmayan noktalar olup olmadığı kontrol edilmiştir. Ardından tez danışmanı ile birlikte sorular tekrar gözden geçirilip düzenlenerek görüşme formuna son hali verilmiştir (EK-3). Görüşme formunda yer alan sorulardan örnekler şöyledir:

- Öncelikle internette hangi platformlarda ve ne tür belirsiz paylaşımlar yapıyorsunuz? (İçeriği ne oluyor?)
- Hangi durumlarda ve nedenlerle belirsiz paylaşım yapma gereği duyuyorsunuz?
- Belirsiz paylaşım yaptığınızda çevrenizden nasıl dönüşler alıyorsunuz?
- Belirsiz paylaşım yapmak hayatınızı (örn., okul yaşamınız, aile bireyleri ve diğerleriyle ilişkilerinizi) nasıl etkiliyor?
- Belirsiz paylaşım hakkında olumlu deneyimleriniz nelerdir?
- Belirsiz paylaşım hakkında olumsuz deneyimleriniz nelerdir?
- Belirsiz paylaşım sonucu karşılaştığınız olumsuz tepki ve deneyimler karşısında ne hissediyor ve neler yapıyorsunuz?

Kullanılan bir diğer veri toplama aracı ise demografik bilgi formudur. Demografik bilgi formu ile görüşme öncesinde katılımcıların demografik bilgileri toplanmıştır. Bu formda

katılımcıların yaşı, sınıfı, okulları, hangi programda oldukları, cinsiyetleri gibi kişisel bilgileri yer almaktadır.

3.4 Verilerin Toplanması

Veriler toplanırken yapılan bireysel görüşmeler yüz yüze yapılmıştır. Araştırmacının profesyonel ve sosyal ağları kullanılarak, hedef gruba ulaşılmıştır. Araştırmacı görüşmelere başlamadan önce güven ilişkisinin kurulabilmesi adına araştırmanın konusu ve amacı hakkında katılımcıları bilgilendirmiştir. Bununla birlikte araştırmaya katılımda gönüllüğün esas olduğunu, araştırma amacıyla kayıt altına alınacak görüşmelerde katılımcıların kişisel bilgilerinin gizli kalacağı ve bu kayıtların yalnızca araştırma kapsamında kullanılacağı konusunda katılımcılar bilgilendirilerek bu bilgileri içeren bilgilendirilmiş onam formu imzalandıktan sonra görüşmelere başlanmıştır.

Görüşmeler araştırmacının danışmanlık hizmeti verdiği ofiste gizlilik ilkelerine uygun bir biçimde gerçekleştirilmiştir. Verileri tarafsız görebilmek ve veri kaybetmemek adına görüşmelerin ses kayıtları alınarak ardından bu kayıtlar olduğu gibi yazıya aktarılmıştır. Analiz sürecinde deşifreler kullanılarak ortak kod ve temalar bulunmuştur. Yapılan görüşmelerin en kısası 16 dakika en uzununu ise 48 dakika sürmüştür. Veri toplaması Haziran-Aralık 2024 ayları süresince gerçekleştirilmiştir.

3.5 Verilerin Analizi

Bu araştırmada belirsiz paylaşım yapan genç yetişkinlerin yaşam deneyimlerini incelemek ve belirsiz paylaşımın yapılma motivasyonları ile birlikte etkilerini açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda katılımcılarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerin transkriptleri oluşturularak içerik analizi ile analiz edilmiştir. İçerik analizi, yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin düzenli, detaylı ve dikkatli bir biçimde incelenerek çözümlenmesi ve analiz edilmesi olarak ifade edilmektedir (Berg ve Lune, 2019). İçerik analizinde temel amaç elde edilen verilerde ortak ifadeler ve ilişkiler yakalayıp bunları bir araya toplamaktır. Bu nedenle veriler detaylı incelenerek ilk olarak kodlama gerçekleştirilir ve ardından ortak kodlar anlam ifade eden temalara dönüştürülerek gerekli tanımlar ve açıklamalarla yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Verilerin analizinde ilk olarak ses kaydına alınan veriler olduğu gibi yazıya dökülerek her katılımcı için transkriptler oluşturulmuştur. Kayıtların yazıya dökülme aşamasında

gizlilik korunarak katılımcıların isimleri yerine her katılımcıya ayrı ayrı verilen kodlar kullanılmıştır. Elde edilen transkriptler araştırmacı tarafından bir kaç kez okunarak ortak kodlar not edilmiştir. Verilere tekrar tekrar dönülerek kodlar yeniden kontrol edilmiştir. Ardından tez danışmanın da görüşlerine yer verilerek ortak kodlar belirlenmiş ilk aşama belirlenen kodlardan bazılarının benzer anlamlar ifade ettiği düşünüülerek kodlar sadeleştirilmiştir. Kod listesi belirlendikten sonra ortak anlam ifade eden kodlar bir araya getirilerek kategoriler oluşturulmuştur. Tema ve alt temaların elde edilmesi süreci boyunca tez danışmanının da görüşleriyle ilerleyerek son bulgular elde edilmiştir.

3.6 Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik en önemli iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü araştırmacının inandırıcılığı ve gerçekçiliği bu iki kavram üzerinden değerlendirilmektedir. Nitel araştırmalarda nicel araştırmalardan farklı olarak araştırmacının öznel yorumlarının etkisi büyüktür. Bu nedenle nitel araştırmalarda bu faktörleri sağlamak amacıyla belirlenen bazı önlemler bulunmaktadır. Yıldırım ve Şimşek (2013), geçerliği araştırmanın gerçeği ne ölçüde yansıtıp yansıtmadığı ölçütü olarak tanımlamaktadır. Aynı zamanda nitel araştırmalarda güvenirlik yerine inandırıcılık, aktarılabilirlik, doğrulanabilirlik ve tutarlılık gibi kavramlar da kullanılmaktadır (Maxwell, 2012).

Nitel araştırmalarda güvenirlik araştırmanın tutarlılığını ifade etmektedir. Güvenirliği sağlamak için alınabilecek önlemlerden biri verileri adım adım tekrarlamadır (Lincoln ve Guba, 1985). Araştırmacı verileri önce yazıya dökerek ardından tekrar tekrar okuyup anlamların üstünden geçerek ilerlemiştir. Aynı zamanda tutarlılığın sağlanmasının bir başka unsuru ise bağımsız kodlayıcılar ile analizin yürütülmesidir (Creswell, 2018). Araştırmacı ve tez danışmanı verileri ayrı ayrı inceleyerek ortak kodlar ile temalar oluşturulmuştur. Aynı zamanda araştırmacı araştırmaya başlamadan önce araştırmayı etkilemesi adına önyargılarını belirlemiştir. Araştırmanın her aşamasında tez danışmanından geri dönüt alarak ilerlemiştir.

Geçerliği sağlamak için önerilen dikkat edilmesi gereken konular ise katılımcı doğrulaması ve farklı görüşlerin değerlendirme sürecinde yer alması olarak gösterilebilir (Creswell, 2018). Bu nedenle araştırmacı veri toplama sürecinde kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme soruları da farklı bir uzman ve tez danışmanı görüşüyle

şekillendirilmiştir. Topladığı verilerin transkriptlerini oluşturduktan sonra katılımcılara yeniden göndererek verilerin doğruluğunun kontrol edilmesini sağlamıştır. Bulguları yorumlarken ise uzman görüşü ve tez danışmanın görüşüne yer vererek farklı görüş ve yorumları da yorumlama sürecine dahil etmiştir.

3.7 Araştırmacının Rolü

Creswell(2018), fenomenolojik araştırmalarda araştırmacının rolünün aktarılması gerektiğini savunmaktadır. Böylelikle okuyucular araştırmacının araştırma sürecini tarafsız bir biçimde sürdürüp sürdürmediği hakkında fikir edinebilirler. Araştırmacı 2020 yılından itibaren aktif olarak genç yetişkinlerle çalışmakta ve farklı konularda psikolojik danışmanlık sağlamaktadır. Bu süreçte genç yetişkinlerde onaylanma, diğerlerinin desteğine ihtiyaç duyma, sosyal iletişime önem verme gibi ihtiyaçları olduğunu gözlemlemiştir. Aynı zamanda bu yaş grubunda sosyal medyada yapılan belirsiz paylaşımlara, göndermeli ifadelerin büyük önem taşıdığını fark etmiştir. Kendi sosyal çevresinde de zaman zaman bu tarz ifadelerle karşılaşmış olması bu konuya ilişkin merak uyandırmıştır. Dolayısıyla bu gelişim dönemine ve bu dönemde ki psikoloji ihtiyaçlar ve sosyal medya ilişkisine aşinadır. Katılımcıların bir kısmı araştırmacıyla geçmişte psikolojik danışma süreci yürütmüştür. Bu nedenle araştırmacı katılımcılarla uzun zaman geçirerek onlarla ilgili gözlemlere sahiptir. Bu durum çalışmaya pozitif katkı sağlayabileceği gibi negatif etkilerinden korunmak adına yapılan görüşmelerde görüşmenin bu araştırma kapsamında yürütüldüğü ve danışan-danışman rolünden bağımsız olduğu vurgulanarak onam formu imzalatılmıştır.

4 BULGULAR

Bu kısımda belirsiz paylaşım yapan genç yetişkinlerin bu olguya ilişkin motivasyonları, deneyimleri ve algılarını açığa çıkarmak için yapılan bu araştırmanın sonuçlarına yer verilmektedir. Veriler yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilmiş olup veriler üzerinde yapılan analiz sonucunda 3 ana tema 10 alt temaya ulaşılmıştır. Ulaşılan ana temalar ve alt temaların kısa açıklamaları Tablo 4.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1

Belirsiz Paylaşımın (Vaguebooking) Tematik Kodları

Ana Tema	Alt Tema	Tanım (Kısa Açıklama)
1.Belirsiz Paylaşımın Psikososyal Motivasyonları	1.1.Duygusal Rahatlama	Bastırılmış duyguları dışa vurma ve olumsuz duygularla başa çıkmak amacıyla açık ifade yerine kapalı/örtük ifadeleri tercih ederek içsel rahatlama ve duygusal boşalmayı sağlamak
	1.2. Anlaşılma, Tepki Görme ve Duygusal Destek Arayışı	İma yoluyla da olsa çevreden tepki, ilgi, destek ve empati görmek istemek. Karşı tarafın duygusal durumunu fark etmesini sağlamak,
	1.3. Statü Gösterme ve Sosyal Üstünlük İhtiyacı	Sosyal medyada dolaylı yoldan ayrıcalık, başarı veya üstünlük sergileme arzusu.
2. Hedef Kitlesi	2.1. Seçici Hedefleme (Romantik partner veya belirli arkadaşlar)	Paylaşımın yalnızca hedeflenen bir kişi ya da küçük bir grup tarafından görülecek şekilde kurgulaması.
	2.2. Genel Hedefleme (Tüm takipçilere yönelik)	Paylaşımın herkesin görebileceği şekilde yapılması
3.Belirsiz Paylaşımın Sonuçları	3.1. Duygusal Sonuçlar	Bireyin paylaşım sonrasında yaşadığı içsel tepkiler.
	3.1.1. Rahatlama ve Duygusal Boşalma	İç dökme sonucunda yaşanan rahatlama ve duygusal yükün azalması.

[Tablo 4.1 (Devam) *Belirsiz Paylaşımın (Vaguebooking) Tematik Kodları*]

Ana Tema	Alt Tema	Tanım (Kısa Açıklama)
3.Belirsiz Paylaşımın Sonuçları	3.1.2. Suçluluk, Kaygı, Pişmanlık ve Hayal kırıklığı	Paylaşım sonrası yanlış anlaşıldığını düşünme, utanma veya pişmanlık hissetme.
	3.2. Sosyal Tepkiler ve İlişkisel Etkiler	Paylaşımın sosyal çevrede yarattığı etkileşimler ve ilişkisel sonuçlar.
	3.2.1 Anlaşılama ve Yanlış Yorumlanma	Paylaşımın beklenmedik ya da yanlış biçimde yorumlanması.
	3.2.2. Arkadaşlardan Gelen Eleştiri veya Kızgınlık	Belirsizliğin çevreden olumsuz tepki alması, örneğin “niye açık yazmıyorsun” gibi.
	3.2.3. Beklenen Destek ve İlgi ile Karşılaşma	“İyi misin?”, “Ne oldu?” gibi tepkiler alarak beklenen ilgiyi görmek.

4.1 Belirsiz Paylaşımın Psikososyal Motivasyonları

Belirlenen ilk tema olan belirsiz paylaşımın psikososyal motivasyonları katılımcıların belirsiz paylaşımı tercih etmelerinin arkasında yatan psikolojik ve sosyal motivasyonları belirtmektedir. Bu tema 1) duygusal rahatlama, 2) anlaşılma, tepki görme ve duygusal destek arayışı, 3) sosyal statü ve sosyal üstünlük ihtiyacı olarak 3 alt temadan meydana gelmektedir.

4.1.1 Duygusal rahatlama

Bu tema katılımcıların olumsuz duygularıyla başa çıkabilmek adına yaptıkları paylaşımlarda dolaylı anlatımı tercih etmesini ifade etmektedir. Bu tema katılımcıların neredeyse tamamı için ortak bir tema olarak görülmektedir. Katılımcılar olumsuz duyguları yüz yüze ve direkt iletişim yerine sosyal medyada üstü kapalı ifadelerle yaptıklarında daha güvende hissettiklerini, bu paylaşımlar sayesinde duygusal olarak hafifleyip rahatladıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin, K8 olumsuz duygularıyla baş etmede üstü kapalı paylaşımları direkt söylemlere göre daha güvenilir bulduğunu şu cümlelerle ifade etmiştir:

“Şöyle aslında tam olarak neden yapıyorum dediğimde o mutsuzluğumu dışarı vurmak istiyorum. Yani bir şekilde onu dile dökme ihtiyacı hissediyorum. Ve özellikle bunu daha yalnız hissettiğim zamanlarda yapıyorum. Çünkü hani etrafımda bunu paylaşabileceğim kimse olmuyor. Kendimle kaldığımda, yalnız kaldığımda işte. Ya da gerçekten hani yakınımda böyle samimi hissettiğim birisi yoksa bunu sosyal medyada yapıyorum. Ama şey yapmaktansa belirsiz yapmayı tercih ediyorum. Yani örnek veriyorum işte bir olay yaşadım. Onu açıkça orada ifade etmek bana çok iyi gelmiyor. Çünkü hani böyle çok nasıl desem. O zaman filtresiz hissediyorum. Yani daha güvensiz hissediyorum. Böyle olduğunda tüm herkesle tüm çıplaklığıyla olayı paylaşmak bana biraz güvensiz geliyor. O nedenle eğer çok mutsuzsam ve bunu paylaşabileceğim birisi yoksa kendimi yalnız hissediyorsam. Bunun sosyal medyada daha kapalı ifadelerle paylaşmayı tercih ediyorum. Hani biraz sitemkâr, biraz üzgünlüğümü dile getiren, biraz işte yalnız olduğum için aslında etrafımdakilere de ufaktan bir sitem eden bir tavırda yaptığım paylaşımlar oluyor.” (K8)

Benzer şekilde K1’de belirsiz paylaşım yapmanın duygusal rahatlama yönünü şu şekilde vurgulamaktadır:

“Hislerimi biriyle konuşamadığım zaman yapmayı tercih ediyorum genelde. Oturup düşünüyorum, hislerimi gözden geçiriyorum. Birkaç cümleye onları dökmeye çalışıyorum içimden geldiği gibi. Onu oraya aktardığım zaman kendimi daha iyi hissediyorum.” (K1) K10 ise “...Daha çok duygularımı paylaşmak istediğim zamanlar yapıyorum. Ben duygularımı açıkça gidip birine pek söyleyebilen biri değilim daha çok yalnız kaldığım kendimle baş başa kaldığım zamanlarda yapıyorum.” diyerek duygularının açıkça ifade etmenin zorluğu ve belirsiz yapılan paylaşımların bu noktada bir rahatlama şekli olduğunu ifade etmektedir.

K9, “...Çok sinirliyim çok öfkeliyim... o kişi de bir şey görsün istiyorum... bunu paylaşıyorum. İfade etmiş gibi oluyorum ya da öfkemi oraya dökmüş gibi oluyorum.” diyerek olumsuz duygularını açığa çıktığını belirtmektedir. Aynı biçimde K5’te öfke ve üzgünlük gibi olumsuz duygularını rahatlatma yöntemi olarak belirsiz paylaşımı kullandığını şu şekilde ifade etmektedir:

“Daha üzgünken. Daha çok böyle yalnız kaldığımda, özellikle eve gittiğimde bir kendinle baş başa kalıyorsun ya o an daha çok aklıma geliyor ve bunlara daha çok meyilli oluyorum.” (K5)

K6 da hem olumsuz duygular hem yaşadığı boşluk hissinin belirsiz paylaşım yapmasında bir etken olduğunu şu cümlelerle belirtmiştir:

“Öfke olabilir, üzüntü olabilir. O an sinirlendiysem onunla alakalıdır. Sadece aşk belirli bir aşk üzerine kurulu bir şey de değil. Hani o duygusal olarak bir boşluk hissetmişimdir. Kendimde onu anlatmışımdır. Ya da bir arkadaşşıma çok fazla öfkelenmişimdir. Onu dile getirmek istemişimdir. Daha süslü ve direkt olmadan.” (K6)

K2’de yaptığı belirsiz paylaşım örneğini de vererek bastırdığı duyguları paylaşımlarla nasıl dışa vurduğunun da somut bir örneğini vermiştir. K2 bu örneği şöyle ifade etmektedir:

“Bir hikâye paylaşmışım. Bugün Instagram’da görüp gezerken gördüğüm bir hikayeydi. En çok aklımda kalan şeydi. Orada da şey yazıyordu. Küçük bir post. “Biz diyor bir gecede ve bir günde herkesi sildik.” Böyle bir hikâye paylaşmışım. Ki hani onu da artık artık umursamadığım anlaşılın diye ben böyle bir hikâye paylaşmışım. Herkesi artık umursamıyorum, herkes benim için bitti anlamında bir hikayeydi. Aklımda kalan en son buydu.” (K2)

Katılımcıların ifadelerinde de görüldüğü gibi belirsiz paylaşım yapmanın motivasyonlarından bir tanesi duyguları örtülü bir biçimde dışarı vurmaktır, örtülü biçimde yapılan paylaşımlar bazı kullanıcılar için daha güvenilir görülmektedir. Bu paylaşımlar sayesinde katılımcılar, bir nevi duygusal anlamda rahatlama yaşadıklarının altını çizmektedir.

4.1.2 Anlaşılma, tepki görme ve duygusal destek arayışı

Anlaşılma, tepki görme ve duygusal destek arayışı teması katılımcıların yaptığı ima içeren paylaşımlar ile daha iyi anlaşılacaklarını düşünmesi, bununla birlikte direkt iletişim kurmaktansa bu paylaşımlar yoluyla karşı tarafın iletişim başlatmasını ya da bir tepki vermesini beklemeyi içermektedir. Bazen de katılımcılar yalnızca duygusal bir desteğe ihtiyaç duymaktadır. Örneğin, K3 anlaşılma beklentisini şu şekilde anlatmıştır:

“Ya bazen karşımdaki insana karşı şey gibi hissediyorum karşımda bir duvar varmış ben ne kadar söylesem de beni duymuyormuş gibi hissediyorum o yüzden hani bu sefer anlatmak beni yorduğu için atıyorum işte Instagram’da bir şey atıyorum. Bir göndermeli bir şey atıyorum. Bir şarkı sözünü de geçiyor mesela benim anlatmaya çalıştığım şey. Ya da bir söz de geçiyor. Kendimi öyle göstermeye çalışıyorum. Belki şarkı da en azından şey oluyor, şimdi atıyorum sana birisi şarkı atmış oluyor. Sen bunu biliyorsun. Ve hoşuna gidiyor açıp dinliyorsun. Hani açıp dinlemesi daha muhtemel geliyor bana. Benim orda attığım söz aslında anlam kazanmış oluyor. Ama yüz yüze söylendiğinde pek ciddiye aldığını düşünmüyorum.”

Ardından bu içeriği somut bir örnekle ifade etmiş ve anlaşılma beklentisinin yeniden altını çizmiştir. K3 örnekten şu şekilde söz etmektedir:

“Hatırladığım bir örnek şöyle diyebilirim. Erkek arkadaşım vardı. Kavga etmiştik. Ve yani ilişki genelinde şöyle zaten hani bu böyle hissettiğim için anlatayım. Hep hani bir şeyler söylerim ama ben kendimi duyulmam gibi hissedirim. Hep hani bir şeyler söylüyorum duymuyor ya da hani takılmıyor ya da hani onu ciddiye almıyor gibi hissettiğim için atıyorum, Instagram'da atıyorum bir mesela arabada bir şarkı dinlerim, o şarkıda benim o hislerimi anlatır o şarkı. O şarkıyı paylaşıyorum. Normalde de ben mesela çok arada bir şarkı atarım ya da çok arada bir attığım için direkt anlaşılır o göndermeli olduğu. Anlamasını isterim.” (K3)

Yine benzer şekilde K5 anlaşılma beklentisinin olduğunu ve K3'te de olduğu gibi bunu şarkı sözleri veya bazı emoji'ler paylaşarak yaptığını belirtmektedir. K5'in açıklamaları şöyledir:

“Onun bunu görüp Yani mesela ona kızdığım yerleri ya da ondan beklentim ya da ona kırıldığım yerlerinin anlamasını istiyorum. Hani o zaten o şarkı sözünden bizim ilişkimizi yansıttığını anlar. Şimdi şu an ilişkimiz bittiği için daha çok gönderme üzerine oluyor. Ama hani şarkı şeklinde ona daha çok ilişkimizi özetlemek istediğimi göstermek istediğim de şarkı sözlerini paylaşıyorum. Ve mesela açıklamaya emoji ekliyorum kırık kalp falan. O hislerimi direkt ona söylemeden o görsün ve anlasın istiyorum. ama bu değişiklikte gösteriyor.” (K5)

K1 de “ ...Ama üzgün veya kızgınken daha fazla paylaşım yapıyorum. Ya da kendimi genel olarak üzgün hissettiğim, depresif olduğum dönemlerde bunu daha çok yapmak istiyorum. Çünkü içimdeki o mutsuzluğun görülüp anlaşılmasını bekliyorum sanırım” diyerek anlaşılma beklentisinin belirsiz paylaşım yapmada olan rolünü vurgulamıştır.

Diğer yandan K4 ise karşıdan anlaşılma ve tepki görme amacıyla belirsiz paylaşım yapma ihtiyacı hissettiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

“...Sonrasında iletişimimiz kesilmişti. Sonrasında da bir müddet benim için normaldi. Sonrasında tekrardan aslında istediğimi farkettiğim zaman ve ondan da belirsiz paylaşımlar gelmeye başlayınca dedim ki karşı tarafın aslında belirsiz paylaşımları da adı üstünde belirsiz olduysa acaba bana mı değil mi ikileminde kalınca dedim ki ben de bir belirsiz paylaşımlara başlayayım. Bu sefer anlarız diye düşündüm. Hani devamı gelirse karşılıklı devam ediyordur diye. Yani o da benimkini anlamadı, ben de onunkini anlamadım ama bu böyle devam etti aslında.” (K4)

K9'da K4 ile benzer şekilde geçmişte yaşadığı romantik ilişkiye yönelik bir belirsizliği karşılıklı hale getirmek ve karşıdan da tepki alabilmek için belirsiz paylaşımlara başvurduğu şu cümleleriyle ifade etmiştir:

“Çünkü onun da bana attığını hissediyordum. Yeni ayrıldığımız bir dönemdi. İşte ne bileyim o böyle üzüntülü bir şeyler attığında hani ben de onu unutmadığımı, unutmadığımı değil yani hani hala bir şeyler var gibisinden o attıkça ben de atıyordum tabii o görsün diye” (K9)

Bununla birlikte K9 “...Bir de tabii ki onun bir karşılık vermesini bekliyorum” sözleriyle bu beklentisini desteklemiştir.

K2 de ise daha ifadelerinde karşıdan tepki alabilmek için onu harekete geçirebilecek paylaşımlar yaptığını şöyle belirtmiştir:

“Gerek üzüntülü olsun, işte ben gidiyorumlar olsun, artık bitirdim olsun. Kimse yokken de ben daha iyiyim hikayeleri olsun falan. Öyle çok karmaşık. Orada gezerken görüyorum, diyorum ki çok güzel bu. Paylaşırsam görür, kendini algılar. O zaman ben bunu hikâyede atayım. Direkt bu kafaydı. Ama dediğim gibi duygusal olarak beklenti de olup o beklenti görülüp karşılansın diye daha çok duygularımı içeren şeyler oluyor. Mesela karşıdaki kişi bir adım atsın istiyorum, ona yönelik içeriklerde paylaşıyorum.” (K2)

İfadesinde belirttiği gibi K2 için belirsiz paylaşımlar karşıdaki kişiyi harekete geçirme amacıyla yapılmaktadır. K2 “...ben buradayım amacı vermek onlara. Ben buradayım ama sen beni görüyorsun ama yine de bir hareket yapmadığın için ben sana bu paylaşımı yapma gereksinimi hissediyorum aslında kafası denilebilir.” cümleleriyle tepki görme amacının yanı sıra görülme isteğini de belirtmiştir.

K8 ve K10 ise duygusal destek görme ihtiyacı ile belirsiz paylaşım yapmaktadır. K8 belirli bir kişidense genel çevresinden gelebilecek duygusal desteğin önemini aşağıdaki sözlerle vurgulamıştır:

“...Ama oraya yazdığım zaman karşıdakilerden gelen bir tepki yani işte ne oldu, bir şey mi oldu? Hani hayırdır, iyi misin gibi gelen tepkiler yani o yalnızlığımın gitmesinde belki de bana iyi geliyor olabilir. Çünkü günlük yazdığım zamanlarda oluyor ama oraya yazmak aslında farklı bir ihtiyacımı gideriyor gibi. Hani evet yazıyorum, içimi döküyorum bu tamam. Bununla birlikte gelecek bir tepkiyi aslında bir desteği de istiyor gibiyim sanırım orada.” (K8)

K10 içinde duygularının görülmesi ve diğerleri tarafından desteklenmesi belirsiz paylaşım yapmasının bir nedeni olarak görülmektedir. K10 “...biri görüp tepki versin

yani onlar görüp sorsun o zaman anlatırım ama kimse sormadan anlatmak pek bana göre değil. O yüzden daha üzgün ya da aşırı öfkeliysem belirsiz paylaşımlar yaparım ki birileri o paylaşıma dönüş yapsın ve konuşalım diye.” diyerek beklediği duygusal desteği ifade etmiştir. Katılımcıların alıntılarında yola çıkarak yüz yüze iletişimde anlaşılamadığını düşünen veya iletişim başlatmakta zorlanan katılımcıların içinde bulundukları duruma bağlı olarak belirsiz paylaşım yapma motivasyonlarının anlaşılma, tepki görme ve duygusal destek ihtiyacıyla bağlantılı olabileceği görülmektedir.

4.1.3 Statü gösterme ve sosyal üstünlük ihtiyacı

Bu tema sadece bir katılımcı tarafından belirtilmiş de olsa bazı katılımcıların sosyal medyada statü, üstünlük gösterme isteği ile belirsiz paylaşımlar yapabildiklerine işaret etmektedir. Örneğin K7 yaptığı belirsiz paylaşımları şöyle ifade etmiştir:

“Mesela bir arkadaşım bir şey yazmış oraya atmış. Mesela ben de onun gittiği yere atıyorum ayda 5-6 kere gidiyorum ama hiç hikâye atmıyorum ve onu da orada hiç görmüyorum. Ama bu gittiği, ayda yılı bir gittiği yere hikâye atınca ben de sinir oluyorum. Ben de atmak istiyorum. Çünkü ben zaten ondan daha fazla oradayım. Yani ben insanlara bunu göstermiyorum diye orda olmadığım anlamına gelmiyor. Bende atıp genellikle bir şeyler yazıyorum oraya mesela biz burdayız yoksunuz gibi.” (K7)

Benzer şekilde K7 “Gidebildiğimi göstermek amacı var. Yeter artık. Biraz da biz gidelim. Bize de kalsın. Bize de bırak gibi geri dönüşler alıyorum. Çok geziyorsun gibi. Bunlar hoşuma gidiyor.” ifadeleriyle de sosyal statü göstermenin ve buna bağlı aldığı dönüşlerde de üstünlük hissiyle kendini iyi hissettiğini bu nedenle belirsiz paylaşım yaptığını ifade etmektedir. Katılımcıların örneklerinden görüldüğü gibi belirsiz paylaşımlar bazı katılımcılar tarafından duygusal rahatlama veya tepki görme motivasyonu ile yapılırken bazı kullanıcılara göre belirsiz paylaşım sosyal kaynaklarını göstermek amacıyla kullanılmaktadır.

4.2 Hedef Kitlesi

İkinci ana tema belirsiz paylaşımın hedef kitesidir. Analizlerde katılımcıların belirsiz paylaşım yaparken çoğu zaman bir hedef kitle belirlediği ve yalnızca o kitlenin tepkileriyle ilgilendiği göze çarpmıştır. Belirsiz paylaşım yapılırken duruma ve bireylere göre hedef kitesinin değişkenlik gösterebildiği fark edilmiştir. Bu ana temanın alt temaları ise seçici hedefleme yani romantik bir partneri ya da belirli arkadaşları

hedef alan paylaşımlar ve genel hedefleme yani tüm takipçilere yönelik yapılan paylaşımlar olarak belirlenmiştir.

4.2.1 Seçici hedefleme (Romantik partner veya belirli arkadaşlar)

Katılımcılar seçici hedefleme yaparken sosyal medyanın özelliklerini kullanarak yalnızca istedikleri kişinin görebileceği şekilde belirsiz paylaşım yapmaktadır. Örneğin K2 “Mesela karşıdaki kişi bir adım atsın istiyorum, ona yönelik içeriklerde paylaşıyorum. Hikâyelerde daha çok yapıyorum, yalnız o kişiye açık.” şeklinde belirtmiştir. K4 “...Aslında yine ben storylerimi şimdiye kadar hiç kimseye kapatmamıştım. Yine böyle bir kişi olunca aslında direkt kapattım. Ondan sonra göndermeye şey yaptım. Aslında bir tek onun açıktı yani.” diyerek belirsiz paylaşım yaparken bunu diğerlerinin görmesini engelleyecek biçimde yaptığını dile getirmiştir.

K9 ve K3 beğendikleri kişileri hedef alarak paylaşım yapmaktadır. K9 bunu “Hoşlandığım birisi vardı... ben de mekanı atıp onun üstüne alınmasını istediğim bir paylaşım yapmıştım. Aşık oldum diye sanki mekana gibi ama aslında ona yönelik olan bir şeyi.” diyerek ifade etmiştir. K3 ise “...atıyorum bir beğendiğim bir çocuk oluyordu bir şey atıyordum.” şeklinde belirtmiştir.

K9 “O attıkça ben de atıyordum, o görsün diye..” ifadesiyle de belirsiz paylaşımı tek kişiye yönelik yaptığını söylemiştir. Benzer ifadeleri kullanan K6 da “...ve o kişinin de baktığını bildiğim için tamamen ona ulaştırmak aslında.” diyerek yine paylaşımlarında tek bir kişiyi hedeflediğini göstermiştir.

Belirsiz paylaşımı hem arkadaşlara hem de romantik partnere yönelik olarak yaptığını belirten K1 ise “Biriyle yaşadığım bir olayda bir arkadaşım olabilir, erkek arkadaşım olabilir. Eğer yüzüne söyleyemiyorsam ama o da benim içimde kalacaksa o zaman oraya bir paylaşım yapıyorum, bir söz yazabiliyorum.” diyerek belirsiz paylaşımı yaşanan duruma bağlı olarak belirli bir kişiye yaptığını belirtmektedir.

Eski romantik partner de belirsiz paylaşım yaparken özel olarak seçilen hedef kitlesinden bir diğeridir. K5 “...Daha çok mesela eski ilişkimdeki kişiye göstermelik yapıyorum. İşte ben geziyorum, mutluyum, sensiz gayet iyiyim gibi paylaşımları ona göndermeli olarak yapıyorum.” diyerek geçmiş partnere onsuz da iyi olduğu imajı verme isteğini dile getirmiştir. Tüm bu alıntılardan da görüldüğü gibi belirsiz paylaşım

yapılırken katılımcılar belirli bir hedef kitle belirlemekte ve paylaşımları o kitleye yöneltmektedir.

4.2.2 Genel hedefleme (Tüm takipçilere yönelik)

Genel hedefleme teması katılımcıların belirsiz paylaşım yaparken içeriğin yine örtülü ve belirsiz olduğu ancak tüm takipçilerin görebileceği şekilde yapıldığını ifade etmektedir. Örneğini, K8 belirsiz paylaşımı özel bir kitleye değil de herkese yönelik yaptığını şöyle belirtmiştir:

“...Bunu herkesten dönüş beklediğimde yapıyorum ama yani belirli bir kişiden tepki görmek için yapmıyorum aslında ya. Çünkü oraya yazmak o kadar fazla sıkışmış hissediyordum ki galiba. Oraya yazmak aslında bir nevi o içte biriken şeylerin dışa vurumu gibi oluyordu benim için.” (K8)

Benzer şekilde K7 “...Bir de ben tek bir kişiye genelde gönderme yapmıyorum. Genel topluluğa gönderme yapıyorum. Açık bir şekilde yani. Herhangi birine gizleme yok. Herkese yönelik. Yani üzerine alınan alınsın yarası olan gocunur gibi aslında benim göndermem biraz” diyerek yaptığı belirsiz paylaşımları belirli bir grubun ya da kişinin değil de tüm takipçilerinin görmesi için yaptığını ifade etmiştir.

4.3 Belirsiz Paylaşımın Sonuçları

Son ana temayı oluşturan belirsiz paylaşımın sonuçlarını duygusal sonuçlar ve sosyal ve ilişkisel etkiler başlıkları altında ele almak mümkündür. Belirsiz paylaşımın duygusal sonuçlarında 1) rahatlama ve duygusal boşalma ve 2) suçluluk, kaygı, pişmanlık ve hayal kırıklığı teması yer almaktadır. Sosyal tepkiler ve ilişkisel etkiler alt teması ise 1) anlaşılamama ve yanlış yorumlanma, 2) arkadaşlardan gelen eleştiri ve kızgınlık, 3) beklenen destek ve ilgi ile karşılaştırma temalarını kapsamaktadır.

4.3.1 Duygusal sonuçlar

Katılımcıların birçoğu belirsiz paylaşımın sonuçlarına ilişkin deneyimlerinde bu tarz paylaşımların duygusal etkilerinden söz etmişlerdir. Katılımcılar sözlerini ettikleri paylaşımlar sonucunda, rahatlama ve duygusal bir boşalma yaşama gibi olumlu duygusal deneyimlerin yanı sıra olumsuz duygusal deneyimler de yaşayabilmektedir. Belirsiz paylaşım sonucu bazı katılımcılar istedikleri tepkiyi alamadığında ya da diğerlerinden gelen geri dönüşlerden sonra suçluluk, kaygı, pişmanlık ya da hayal kırıklığı gibi olumsuz duyguları da deneyimlediklerini belirtmişlerdir.

4.3.1.1 Rahatlama ve duygusal boşalma

Bazı katılımcılar yapılan paylaşımlardan sonra paylaşım yapmış olmanın getirdiği rahatlık ve içsel sınıtının azaldığını ifade etmişlerdir. Örneğin K9 söz konusu duygusal boşalmayı şu şekilde aktarmıştır:

“Hani çok sinirliyim çok öfkeliyim o kişi de bir şey görsün istiyorum. Ve arkadaş ortamında da hani gaza geliyoruz ya da alkollü oluyoruz. Öyle olunca bir noktada bunu paylaşıyorum. İfade etmiş gibi oluyorum ya da öfkemi oraya dökmüş gibi oluyorum birazcık...” (K9)

Belirsiz paylaşımlar sonucu duygusal olarak yüklerini azaltan diğer katılımcı K7 bu dururmu “...Yani ben bir nevi orda öfkemi atmış ve kendimi göstermiş oluyorum.” diyerek ifade etmiştir. Benzer duygular yaşayan K9 “...Kendimi ifade etmiş oldum ya... o anki dolulukla, o yoğun hislerle...” ifadeleriyle belirsiz paylaşımın bir nevi duygusal boşalmaya alan açtığına vurgu yapmıştır.

Diğer katılımcıların belirsiz paylaşımları rahatlatıcı bulduğu bazı açıklamalarına da şöyle örnekler verilebilir:

K10 “...bi de insan rahatlıyor bence. Dediğim gibi kimseyle paylaşamazken sadece orda hissettiklerimi bi şekilde ifade etmek ve insanların bunu görmesi bi nevi duygumu paylaşmışım gibi hissettiriyor ve bence biraz sakinleştirici etkisi de var.” diyerek bu rahatlık ve sakinleştirici etkiyi dile getirmiştir. K5 “...Sadece şöyle söyleyebilirim o duygu paylaşmadan önce beni inanılmaz daraltan bir şey oluyordu yazınca tabi ki karşılık bekliyorum ama onu atmanın verdiği bir rahatlık denilebilir.” açıklamasıyla yine rahatlatıcı yönünü ilgi çekmektedir. K1 ise “Aslında bu benim biraz daha kendimi rahatlatma yöntemim. Ben genel olarak üzgün veya kızgın hissettiğim zaman yazmayı seviyorum.” ifadeleriyle hem duygularını yazıya dökmenin sakinleştirici etkisinden söz etmiştir.

Katılımcıların bahsettiklerinden görüldüğü gibi belirsiz paylaşım yapmak bireylerde de zaman zaman bir katarsis etkisi yaratırken bazen de duygusal regülasyona da yardımcı olabilmektedir.

4.3.1.2 Suçluluk, kaygı, pişmanlık ve hayalkırıklığı

Katılımcıların ifadelerinde belirsiz paylaşım sonrası oluşan olumsuz duygular da dikkati çekmektedir. Belirsiz paylaşımın yapılma motivasyonlarında belirtilen karşıdan tepki

görme ya da destek arama gibi beklentiler karşılanmadığında katılımcıların pişmanlık ve hayal kırıklığı gibi duygular yaşadığı görülmektedir. Diğer yandan zaman zaman belirsiz paylaşım yapma sonucunda karşıdan gelebilecek tepkiler konusunda da katılımcıların bazı kaygılar taşıdığı görülmektedir. Katılımcıların yaptıkları belirsiz paylaşım sonucu yaşadığı kaygılar şu açıklamalarda görülmektedir:

“Şöyle diyebilirim. İlk zamanlar, paylaşım yaptığım ilk zamanlar benim için kötü geçiyordu. Çünkü hani görecekti mi görmeyecekti mi, bir yanıt verecekti mi vermeyecekti mi, takipten çıkacak mı çıkmayacak mı ya da bana geri bir bildirim verecekti mi vermeyecekti mi sürekli bu döngü içerisinde bağlıydı. Sürekli sosyal medyada oluyorum o zamanda...” (K2)

“Bazen şey moduna dönüyordum. Beni istemiyor mu benden vaz mı geçti? Ya da işte galiba barışmayacağız mı? Bu ruh halinde bürünüyordum. Ya da o böyle romantik içerikli bir paylaşım yapmıştı o yüzden mesela böyle bir şey atması beni şey yaptı, kötü hissettirdi. Demek ki bu işte geziyor, acaba yanımda kimler var? Daha çok kıskançlık duygusu ön plana çıktı bende. O yüzden kötü hissettim bayağı. Hatta ağladığım zaman bile hatırlıyorum” (K5)

“...Hani şeyi de düşündüm. Hani cesaretli olmamı falan da beğeniyordu. Dedim ki hani ben bunlara girene kadar gidip düzgünce konuşsam. Ama ben de dediğim gibi bir şey vardı. Şimdi karşıdan alacağım geri dönüş de sonra hayatımı nasıl şekillendireceğim kısmında o kadar cesaret alabilir miyim? Çünkü söylersem ve olumsuz sonuçlanırsa artık belirsiz de olsa bir iletişim olmayacak olma ihtimaline cesaret edemedim” (K4)

K1 ise “Yani böyle sürekli hani gönderme yapıyorum, hislerimi neden içimde tutamıyorum ya da neden ona söylemiyorum bir süre sonra ben de kendime bunları sormaya başlamıştım. Sonra da artık o paylaşımları yapmayı kesmiştim zaten.” diyerek belirsiz paylaşım yapma konusunda kendini suçlamaya başlayarak bu davranışı sonlandırdığını belirtmiştir. Suçluluk hissi yaşayan diğer bir katılımcı K10 ise yaşadıklarını şöyle ifade etmiştir:

“...onlar öyle söyleyince açıkçası ben de yapmaya biraz ara verdim yani çekinir oldum. hani diğerleri de mi böyle düşünüyor işte kız takıntılı kaldı bu çocuğa diye mi düşünüyor diye biraz geri çektim kendimi. Onların öyle söylemesi aslında iyi bir şey ama kendimi de biraz kötü yani suçlu hissettim. Çok kötü bi imaj mı oldu diye bir süre kafamdan çıkmadı.” (K10)

Hayal kırıklığı da yaşanan diğer sonuçlardan bir tanesidir. Örneğin K2 belirsiz paylaşım sonucu yaşadığı hayal kırıklığını şu şekilde ifade etmektedir:

“Çok aslında büyük bir üzümlük ve heves kırıklığı diyebilirim. Çünkü... Yani bu direkt arkadaş olarak da konuşabilirdik. Ya da arkadaş olarak da bir şey, bir muhabbetimiz

olabilir. Hiç fark etmezdi. Ama yani bir heves kırıklığı hani söz konusu... Çünkü ben o kadar uğraşmışım ki geri dönüşü olmamış.” (K2)

K3 ise bu süreçteki deneyimini şu şekilde belirtmektedir:

“...Şimdi mesela diğerinde birincisinden dönüş almadım, ikincisinden dönüş almadım. Üçüncüsünden de tamam ben şimdi atsam. yine bir şey olmayacak diyorum.” (K3)

Bu alıntılardan yola çıkarak katılımcıların deneyimleri incelendiğinde yapılan belirsiz paylaşımların suçluluk, kaygı, hayal kırıklığı gibi olumsuz duyguları açığa çıkarabildiği görülmektedir.

4.3.2 Sosyal tepkiler ve ilişkisel etkiler

Belirsiz paylaşımın sonuçlarının duygusal yönleri olduğu kadar dışsal çevre ve ilişkiler üzerinde de bazı sonuçları olduğu görülmektedir. Örneğin yapılan belirsiz paylaşımların diğerleri tarafından yanlış yorumlanması, arkadaşlardan gelen eleştiri ve kızgınlık ya da beklenen destek ile karşılaşma temaları katılımcıların çevresel ve ilişkisel anlamdaki deneyimlerinden elde edilen temalardır.

4.3.2.1 Anlaşılamama ve yanlış yorumlanma

Bu tema yapılan paylaşımların diğerleri tarafından anlaşılmayarak yanlış yorumlanmasına dair deneyimler kapsamaktadır. Katılımcıların bu temaya ait deneyimleri şu şekilde göze çarpmaktadır:

K9 “Tabii bu olayı bilmeyenler hani aramızda ne olduğunu ne bittiğini bilmeyenler küfürlü de bir paylaşım görünce bana yazdı hani kardeşim hayırdır bir sorun mu var gibi yazdılar.” diyerek yaptığı paylaşımın diğerleri tarafından yanlış yorumlandığını ifade etmiştir.

K6 ise “...Mesela flörtleştığınız insanlarda oluyor. O zamanda niye üstüne alındın ki isim belirtmemişim zaten” ifadeleriyle aslında farklı anlamlarda yaptığı paylaşımların farklı kişilerin kendileri için olduğunu düşünerek yanlış yorumladığını ifade etmektedir.

K4 ise yaptığı paylaşımların anlaşılamaması ve farklı şekilde yorumlanması ihtimaline karşı aldığı önlemleri dile getirmiştir. K4 “Normalde ben kimseye, herkese açık olduğum zaman da görünmesini sevmediğim için de atmıyordum. Çünkü dışarıdaki insanlar bu sefer en ufak bir şey yapsam soruyorlar. Kime attın, neye attın, birini mi seviyorsun diye...” cümleleriyle yanlış anlaşılmaktan çekindiği için paylaşımları

herkese açık yapmamayı tercih ederek yanlış anlaşılmanın önüne geçmek için önlem almıştır.

4.3.2.2 Arkadaşlardan gelen eleştiri veya kızgınlık

Yapılan belirsiz paylaşımlar zaman zaman yakın çevreden eleştiri almaktadır. Örneğin, K10 “...ve arkadaşlarımda bi süreden sonra beni uyarma gereği duyuyorlar. Artık böyle şeyler paylaşma hani kendi imajını zedeliyorsun o hayatını yaşıyor bak sende böyle arkasından üzüldüğü gibi oluyorsun diye uarmaya başladılar beni.”

Belirsiz paylaşım yaptıklarında eleştirinin yanı sıra arkadaşların kızdığını belirten K8 ve K1 bu durumu şu ifadelerle anlatmıştır:“Diğer taraftan ilişkimle ilgili paylaşımları da herkese açık bir biçimde yapıyordum ama bir noktadan sonra işte o kişinin bana yaptığı kötülükleri onları arkadaşlarım bildiği için benim öyle paylaşım yapmama gerçekten kızıyorlardı.” (K8)

“Yani üzgün bir paylaşım yaptığın zaman ya da sinirle direkt birine hitaben yaptığın zaman ne gerek var diye kızıyorlar”(K1)

K3’e göre ise arkadaşları artık belirsiz paylaşımlarını belirsiz olmasına rağmen neye ve kime yönelik olduğunu önceden tahmin ederek verdiği tepkileri şöyle belirtmiştir:

“Yani arkadaşım anlıyor. İşte çoğu zaman soruyorlar bir şey mi oldu, geçen böyle bir şey olmuş. Sormuyorlar, direkt buluştuğumuzda biz anladık zaten, ona attın diyorlar..hani onların da zaten çoğu şeyi bildikleri için çoğu şeyi onlara anlattığım için falan onları direkt anlıyorlar zaten ben böyle bir şey yaptığımda.” (K3)

K10, K8, K1 ve K3’ün deneyimlerinde de belirttiği gibi belirsiz paylaşım yaptıklarında çevrelerinden özellikle arkadaşlarından olumsuz geri dönüşler gelebilmektedir. Arkadaşlardan gelen tepkiler de belirsiz paylaşımın sonuçlarından bir tanesi olarak ele alınmaktadır.

4.3.2.3 Beklenen destek ve ilgi ile karşılaşma

Araştırmada belirsiz paylaşımın sosyal ve ilişkisel etkilerinden bir diğeri ise katılımcıların belirsiz paylaşım yaptıklarında istedikleri kişiden ya da herhangi bir kişiden destekleyici yönde dönüş almaları olarak görülmektedir. Diğerlerinden gelen, ne olduğu veya kişinin nasıl olduğuna ilişkin sorular katılımcılar için bekledikleri ilgi ya da desteğin sağlanması anlamına gelmektedir. Örneğin K8 ve K10 yaptığı belirsiz

paylaşım sonucu aldığı geri dönüşleri ve bu geri dönüşlerin yaşattığı duyguları şu şekilde anlatmıştır:

“...Böyle işte o ilk herkese yaptığımda. Daha çok, işte ne oldu, nasılsın, hayırdır falan gibi böyle yakın hissettiğim kişilerden tepki aldım. Hani olumsuz bir tepki değildi bu, ne oldu, ne var, yardımcı olabileceğimiz bir şey var mı gibi aslında daha destekleyici tepkilerdi. Bu da bana biraz iyi gelmişti tabii o dönem. Hani görülmek belki de o ihtiyacımı karşılamıştı ya da insanların benimle ilgileniyor olması bana iyi gelmişti.” (K8)

“...çünkü ilk olarak ben belirsiz bir paylaşım yapıyorum ona geri dönüşler geliyor yani yazmak olmasa bile beğeni emoji vs. bu bana anlaşılmış yalnız değilmişim gibi hissettiriyor. O tepki veren kişilere sempati duymaya başlıyorum hani storyi görmüş okumuş yani önemsemiş bir de destek amaçlı beğeni atmış diye düşünüyorum. Sanki birisi evet ya sen haklısın demiş gibi oluyor benim için. Tabi ki bu da beni iyi hissettiriyor. Diğer taraftan mesela arkadaşlarım için attıysam ben onu arkadaşlarımda yazıyor ve hatasını telafi etmeye çalışıyor belki bunu yapmasam hiç farkında bile olmayacak ben de yüz yüze ona ifade edemeyeceğimi biliyorum. Onlarla da aram düzelmiş oluyor. Ya da aileme kızgınlığımı dile getiren bir şey yazdıysam yapılan dönüşler bi süreden sonra kızdığımız şeye gülmeye başlıyoruz gibi oluyor.İlişkimde de öyle olurdu.” (K10)

K10 da bu ifadelerinde belirsiz paylaşımlara gelen dönüşlerin hem yalnızlık duygusundan uzaklaşmasına yardımcı olduğunu hem de sorun yaşadığı ilişkilerinde istenilen desteği alarak düzelme yaşadığını vurgulamıştır. Aynı zamanda yakın arkadaşlarının da bu konuda desteğine değinerek şu şekilde ifade etmiştir:

“...kafamı dağıtmak için plan yaparlar hani biraz hava alalım diye dışarı çıkarırlar zorla aslında bana destek olurlar üzgün olduğumu bildikleri için.” (K10)

K3 belirsiz paylaşım yaptığında diğerlerinden gelen tepkilerle görüldüğü hissettiğini ve bu nedenle mutlu olup bu tepkiyi görebilmek daha fazla paylaşım yapmaya meyilli olduğunu şu cümlelerle ifade etmiştir:

“İşte mesela çok mutlu oldum. Görüldüğümü hissettim. Hani beni anladığını hissettim. Aslında mesela ben onu söylememişim ama ben söylemeden önce atıyorum böyle bir belirsiz paylaşımı paylaşmışım. O oradan onu pat diye benim demek istediğimi algılıyor. Ve ona göre davranıyor. Aynen. O benim için daha rahat oldu. Söylemek istediğimi başka bir şekilde söyledim. Daha rahat bir şekilde algıladı. Her zaman depresif değilde Bazen mesela böyle güzel bir şey atıyorum ona, göndermeli oluyor onu da algılıyor falan. Aslında güzel oluyor. Şimdi bir kere görüldün mü bu şekilde, devam etmek de istiyorsun” (K3)

K1 de benzer biçimde belirsiz paylaşım yaptığında görmeyi beklediği ilgi ile karşılaşmanın belirsiz paylaşıma başvurmasını arttırdığını şöyle belirtmiştir:

“Genel olarak daha önce yaptığımda o zaman ilişkimde bir sorun yaşadığımda oraya yazıyordum. O zaman ondan bir geri dönüş alıyordum. Yani ya da aramız düzeliyordu. Ne hissettiğimi anlıyordu. O şekilde. Hatta artık Hemen kötü bir şey yaşadığımız anda oraya aktarıyordum. Hatta bir ihtiyaç duyuyordum. Birkaç kere yaptığımda olumlu dönüş aldığım için artık onu sürekli yapmaya başlamıştım.” (K1)

K5 te K1 ve K3 gibi diğerlerinden gelen tepkiler sonucu belirsiz paylaşım yapmaya daha istekli olduğunu verdiği şu örnekle anlatmıştır:

“Mesela ben bir gün yine gittiğim bir yeri atmıştım. Sonra işte mekanı attım ve işte gezmeden geri kalınmaz diye yazdım arkasından o da hemen çok geçmeden yine bir mekanı bir emoji ile birlikte attı. Normalde çok fazla story paylaşan bir insan değil kendisi. Ben orada düşündüm ki hani benim gezdiğimi görünce kendisi de hani ben de iyiyim geziyorum imajını bana vermek istiyor. Onun da bazen bana karşı bir şeyler attığını düşünüyorum. Ya da zaten arkadaş, ortak arkadaşlarımızdan da öyle duyumlar alıyorum. Hedefime ulaşıyorum yani. Amacıma ulaşıyorum çünkü o da yapıyor. Yani o yüzden bu şekilde ilerleyince üstüne biraz daha katarak daha çok atabiliyorum. O bir atıyorsa ben beş atıyorum gibi. bu durumda da odağım sadece oraya kayıyor dış çevreden uzaklaşmaya başlıyorum o yüzden hayatımı genelde tamamını sosyal medya kaplıyor o süreçte” (K5)

Karşıdan gelen tepkilerle aslında belirsiz görünen bir iletişimde olsa diğerleriyle etkileşimi sürdürmenin de bir yöntemi olarak görünen belirsiz paylaşım zaman zaman katılımcıların karşıdan gelen ilgi ile dolaylı iletişimi sürdürmeye istekli olmalarına da neden olmaktadır. K4 te belirsiz paylaşımlarına beklediği ilginin gelmesi ve bu durumun sonuçlarını şöyle anlatmıştır:

“Bende aslında hani durduk yere ya da anısı olan bir şeye denk geldiğimde değil de ondan bir ışık ya da değişik bir anlam gördüğüm zamanda da yapıyorum. Mesela biz karşılıklı bir denk geldiğimizde bir olay yaşıyoruzdur o gün. Hemen üstüne göndermeli bir story, yazı ya da şarkı atıyor. Sonrasında sen bu galiba benim üstüme olabilir diyorsun. Bu sefer o şarkıya karşılık olarak çekip atıyorsun. Yani elinde olandan kullanıyorsun. Yani benim kullanma amacım direkt karşı taraftan bir şey görürsem. Bana hissettiriyorsa ben de o anda hissettirmeye ihtiyaç hani onunla belirsiz de olsa bir iletişimde kalma ihtiyacı duyuyorum.” (K4)

K9 ise belirsiz paylaşımı hoşlandığı kişilerden beklediği ilgiyi alabilmek için kullandığını şöyle belirtmektedir:

“...Sonra o da onu beğenmişti. O beğenince tabii ben ona yazdım. Yani aslında bir nevi şey gibiydi bu hani bak sana sinyal gönderiyorum. Olacak gibiyse bana bir şey ver öyle yazayım yani hani gibi.” (K9)

K7 ise gelen ilgilere yönelik hislerini şöyle anlatmıştır:“Mutlu hissettiriyor beni. Tamam, yapabiliyorsun sen bunu. Artık yeter diyorlar ve yine kendimi iyi hissediyorum.” (K7)

Ardından yalnızca sözel tepki değil storylerin görülmesi gibi etkileşimlerin bile o gönderiye ilgi gösterilmesi olarak algıladığını şu şekilde ifade etmiştir:

“Bilindiğinde hoşuma gidiyor, yani ben zaten sizden daha fazla o ortamda bulunabiliyorum ya da çevrem çok daha fazla sizin hava atmanız bana sökmez gibi bir ima var aslında ve insanlarda bana geri dönüş yaptıkça ya da yapmasalar bile görmeleri de yeterli egom tatmin oluyor.” (K7)

Alıntılar beklenen ilgi ve desteğin gelmesinin katılımcılar için çoğunlukla pozitif ve davranışı pekiştirici bir etki oluşturduğunu göstermektedir. Paylaşımlar sonucunda beklenen tepkiyle karşılaşmadığında daha fazla olumsuz duygu ile birlikte paylaşım yapma davranışının azalarak sonlanması gözlemlenirken beklenen ilgi ve destekle karşılaşılması ile katılımcılar için bu davranışı stratejik bir iletişim yöntemine dönüşebilmektedir.

5 SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmanın amaçlarına uygun biçimde internette belirsiz paylaşım yapan genç yetişkinlerin deneyimlerine ilişkin yapılan görüşmelerde elde edilen verilerin analiz edilmesi ile ana temalar ve alt temalara ulaşılmıştır. Tablo 4.1’de de görüldüğü üzere analiz sonucunda 3 ana tema ve 10 alt tema elde edilmiştir. Bu verilere ilişkin ana temalar belirsiz paylaşımın psikososyal motivasyonları, hedef kitlesi ve belirsiz paylaşımın sonuçlarıdır. Bu bölümde ise araştırmadan elde edilen bulgular tartışılmaktadır. Ardından sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

5.1 Tartışma

Bu bölümde bulgulardan elde edilen belirsiz paylaşımın psikososyal motivasyonları, hedef kitlesi ve belirsiz paylaşımın sonuçları başlıkları sırasıyla tartışılmaktadır.

5.1.1 Belirsiz paylaşımın psikososyal motivasyonlarına ilişkin bulguların tartışılması

Genç yetişkinlerle yapılan görüşmelerde belirsiz paylaşımın hangi nedenlerle yapıldığına yönelik bulgular, 1) duygusal rahatlama, 2) anlaşılma, tepki görme ve duygusal destek arayışı ve 3) sosyal statü ve sosyal üstünlük kurma alt temalarıyla ilişkilendirilmiştir. Bulgulara göre duygusal rahatlama alt temasının belirsiz paylaşım yapan katılımcıların büyük kısmının ortak motivasyonu olduğu görülmektedir. Katılımcılar kendilerini üzgün, öfkeli veya yalnız hissettiklerinde ve bu olumsuz duyguları kimseyle direkt olarak paylaşamadıklarında yaşadıkları stres ve gerilimi düşürmek amacıyla belirsiz paylaşımlara yönelmektedir. Deters ve Mehl (2013), sosyal medya davranışlarının yalnızlık hissine etkisini inceledikleri deneysel çalışmada kontrol grubunun sosyal medya paylaşımlarında kısıtlamaya giderken deney grubunun daha fazla sosyal medya paylaşımı yapmalarına olanak tanımış ve sonuç olarak deney grubunun arkadaşlarından gelen cevaplardan bağımsız olarak daha düşük düzeyde yalnızlık yaşadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Yani sosyal medya paylaşımları karşından bir tepki görmeksizin bile bireyin yalnızlık ve bağlantılı olumsuz duyguları üzerinde etkili olup duygusal rahatlama yaratabilmektedir.

Sosyal medya genel olarak bireylerin duygularını hızlı bir biçimde paylaşp hızlı bir şekilde tepkiler alabildikleri bir alandır. Bu nedenle sosyal medya paylaşımlarında duyguların ifade edilmesi bireylerin duygusal düzenleme stratejilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Bazarova ve Choi, 2014). Belirsiz paylaşım yapan genç

yetişkinlerin de çoğunlukla yoğun duygularla baş başa kaldıklarında bu paylaşımlara başvurdukları görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın katılımcılarının belirsiz paylaşımlar yoluyla günlük hayatlarında yaşadıkları gerilim ve stresi azaltmaya çalışmaları, bireylerin yalnızlık, mutsuzluk, öfke gibi negatif duyguları bastırmak yerine bu duyguları ifade ederek duygu düzenleme yoluna gitmeye çalışmalarının göstergesi olarak ele alınabilir (Gross, 2015).

Anlaşıma, tepki görme ve destek arayışı da katılımcılar için belirsiz paylaşım yapmanın motivasyonlarından bir diğeridir. Katılımcılar, paylaşımları sonucunda çoğunlukla “İyi misin?” ya da “Ne oldu?” gibi onaylayıcı tepkiler alabildiklerini belirtmişlerdir. Bu bulgular, Buehler’in (2017) belirsiz paylaşımların doğrudan kendini açma normlarını ihlal etmeden sosyal açıdan kabul edilebilir bir yardım arama biçimi olabileceği yönündeki sonucuyla örtüşmektedir. Benzer şekilde, katılımcıların çevrimiçi toplulukları tarafından fark edilme, duyulma ve duygusal olarak desteklenme arzusu da, belirsiz paylaşımın aidiyet ve yalnızlık gibi karşılanmamış ihtiyaçlarla ilişkili olduğunu ortaya koyan önceki bulgularla paralellik göstermektedir (ör. Astleitner vd., 2023; Berryman vd., 2019). Bu sonuçlar ayrıca, belirsiz paylaşımın narsisizm, yalnızlık, duygu düzenleme güçlükleri, kaygı ve depresyon gibi psikososyal zorluklar ve problemli kişilik özellikleriyle ilişkili olduğunu öne süren önceki araştırmalarla da uyumludur (Casale ve Banchi, 2020; Çimşir ve Akdoğan, 2024; Huang, 2022). Bu durum Buehler’in (2019) belirsiz paylaşımı problemli sosyal medya davranışının bir alt türü olarak sınıflandırması ile uyumlu görünmektedir.

Belirsiz paylaşım yapmanın altında yatan bir diğer motivasyon ise sosyal statü gösterme ve sosyal üstünlük kurma ihtiyacıdır. Sosyal medya paylaşımları nadir de olsa bazı katılımcılar için sosyal statünün diğerlerine gösterilmesi ve güç elde edebilmek adına da kullanılmaktadır (Hampton, 2016). Katılımcılar sosyal medyada yaptıkların belirsiz paylaşım içeriklerinde yaşadıkları hayatı, deneyimlerini ve yapabildiklerini diğerlerine imada bulunan bir biçimde paylaşarak sosyal üstünlük kurma beklentisindedir. Çakır (2015), artık sosyal medyanın bir gösteri alanı olduğu ve bireylerin hem paylaşılan hem takip eden konumda da sosyal statülerini göstermenin güçsel bir haz yaşattığını belirtmektedir.

5.1.2 Belirsiz paylaşımın hedef kitlesine ilişkin bulgularının tartışılması

Araştırmanın sonuçları belirsiz paylaşımın hedef kitlesinin katılımcılara göre değişiklik göstermekte olduğuna işaret etmektedir. Belirsiz paylaşım seçici bir hedef kitleye yani özel bir grup, arkadaş ya da romantik partnere ithafen yapılabildiği gibi genele yani tüm takipçilere yönelik de yapılabilmektedir. Bulgulara göre katılımcıların 8'i belirsiz paylaşımları belirli bir kişiye ya da gruba yönelik yaparken kalan 2'si ise belirli bir gruba dahil etmeden genele yönelik belirsiz paylaşım yaptığını ifade etmektedir. Belirsiz paylaşım karşıdaki kişilerde merak uyandırma, ilgi çekme gibi stratejilerle diğer kişileri harekete geçirme ve direkt iletişim yerine dolaylı bir iletişim stratejisi olarak görülmektedir ve bu tarz paylaşımlar yoruma açık olduğundan olaya hakim belirli kişilere yönelik olabilir (Bazarova ve Choi, 2014). Çünkü hedef kitlenin konuyu bilen ve paylaşımı anlayabilecek birisi olması geri dönüş yapma şansını arttırmaktadır (Fox ve Moreland, 2015). Belirsiz paylaşımların yalnızca belirli kişilerin anlayabileceği bağlamda yapılması da diğerlerinden gelecek tepkilerin önünü kapatarak daha güvenli bir yöntem olarak görülmektedir (Oolo ve Siibak, 2013).

5.1.3 Belirsiz paylaşımın sonuçlarına yönelik bulguların tartışılması

Bulgular belirsiz paylaşım yapmanın duygusal ve sosyal sonuçları olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar hem olumlu hem olumsuz olabilmektedir. İlk olarak duygusal sonuçlar incelendiğinde ilk tema rahatlama ve duygusal boşalma alt temasıdır. Bu alt tema, yapılan belirsiz paylaşımları ardından bireylerin bir nevi iç dökmesi ve bunun sonucunda yaşanan rahatlama ve duygusal yükün azalmasında etkileri olduğunu ifade etmektedir. Belirsiz paylaşım sonucunda bazı bireyler içlerinde tuttukları olumsuz duyguları açığa vurmanın vermiş olduğu bir rahatlama yaşatmaktadır. Jiménez vd. (2012) özellikle de yüz yüze iletişimde zorlanan bireylerin duygusal olarak rahatlamak amacıyla sosyal medya kullanımlarının yaygın olduğunu ifade etmektedir. Bireylerin sosyal medyada dolaylı paylaşımlarla duygularını dışa vurdukları halihazırda bilinen bir durumdur (Frison ve Eggermont, 2015). Benzer şekilde bu araştırma da belirsiz paylaşımın bir sonucu olarak katarsis etkisi yaşanmasının anlık bir duygusal rahatlama sağlayarak katılımcıların bu duygusal rahatlamayı elde edebilmek adına kısır bir belirsiz paylaşım yapma döngüsüne girdiklerini göstermektedir (Berryman vd., 2018).

Diğer yandan katılımcılar belirsiz paylaşım yaptıklarında kaygı, pişmanlık ve hayal kırıklığı gibi olumsuz duygusal deneyimler de yaşayabilmektedir. Bu bazı katılımcıların

yaptıkları belirsiz paylaşımlara geri dönüş alamadıklarında yaşadıkları pişmanlık ya da hayal kırıklığı ile birlikte davranışta azalma yaşayabileceklerine işaret etmektedir. Benzer şekilde Berryman vd. (2018) belirsiz paylaşım ile ilişkili yaptığı araştırmada da istenilen tepkiyi alamayan kullanıcıların hayal kırıklığı ile birlikte geri çekilme yaşadığını ifade etmektedir. Kullanımlar ve doyumlar teorisine göre değerlendirildiğinde de Katz vd. (1973) bireylerin sosyal medyayı belirli istekleri doğrultusunda doyumlar yaşamak için kullanıldığını ifade eder ve gerçekleşmeyen doyumların bireyde hayal kırıklığına neden olabileceğini belirtir. Belirsiz paylaşımlar bireylerin hem duygusal açıdan rahatlamak için hem de tepki görmek amacıyla yapıldığı için bu beklentilerin karşılanmaması bireylerde hayal kırıklığına neden olmaktadır.

Belirsiz paylaşımın bir diğer sonucu ise sosyal çevre ile ilişkilidir. Bazı katılımcılar belirsiz paylaşımları sonucunda aradıkları onay ya da desteğe ulaşırken, diğerleri eleştiri, yanlış anlaşılma ya da ilişkisel gerilimle karşı karşıya kalmıştır. Bu deneyimler, belirsiz paylaşımın sosyal açıdan hassas doğasını ortaya koymaktadır; zira bazı katılımcılar paylaşımlarının sosyal çevrelerinde tepki çektiğini, hatta yanlış anlaşıldığını ifade etmektedir. Bu bulgu, Carpender ve Tong'un (2017) belirsiz paylaşımların benmerkezci doğasının dijital sosyal ağlardaki diğer üyelerde rahatsızlık uyandırabildiğine dair bulgularıyla ve Child ve Starcher'ın (2016) bu tür paylaşımların bir kısmının pasif-agresif tonları itibarıyla sosyal güvenilirliği zedeleyebileceği yönündeki endişeleriyle örtüşmektedir. Seidman (2014) çalışmasında bu bulguyu destekler biçimde belirsiz paylaşım sonucunda sosyal çevrede yanlış anlaşılmanın olduğunu göstermektedir.

5.2 Sonuç

Bu araştırmada amaç yeni bir kavram olan belirsiz paylaşım kavramını derinlemesine incelemek ve genç yetişkinlerin bu kavrama yönelik bakış açılarını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda katılımcıların belirsiz paylaşım ile ilgili motivasyonları ve bu deneyim sonucu yaşadıkları etkiler üzerinde durulmuştur. Elde edilen veriler üzerinde yapılan içerik analizi sonucunda 3 ana tema 10 alt temaya ulaşılmıştır. Bulgular katılımcıların belirsiz paylaşımı genellikle bir duygusal rahatlama aracı olarak görmekte olduklarına işaret etmektedir. Katılımcılar genellikle kendilerini üzgün ve öfkeli hissettikleri zamanlarda bu duygulara yönelik direkt iletişim kurmak yerine sosyal medyada belirsiz paylaşım yapmayı tercih etmektedirler.

Bazı genç yetişkinler açısından belirsiz paylaşım anlaşılma, tepki görme ve duygusal destek arayışmotivasyonunu daortaya çıkarmaktadır. Katılımcılar belirsiz paylaşımlar vasıtasıyla bir taraftan duygusal rahatlama yaşarken diğer yandan direkt iletişimde anlaşılmadıklarını, görülmediklerini veya duygusal olarak desteklenmediklerini hissettiklerinde de belirsiz paylaşım yapma ihtiyacı duymaktadırlar. Söz konusu katılımcılar ihtiyaç duydukları duygusal desteği direkt olarak aramak yerine belirsiz bir biçimde imalı gönderiler aracılığıylaaramaktadırlar.

Duygusal rahatlama ve duygusal destek arama isteğinin yanı sıra dikkat çeken bir diğer neden ise sosyal statü ve sosyal üstünlük kurma ihtiyacı ile yapılan belirsiz paylaşımlardır. Nadir de olsa bazı katılımcılar sosyal statü göstermek ve sosyal üstünlük kurma amacı ile belirsiz paylaşım yapabilmektedir.

Veriler aynı zamanda belirsiz paylaşımların bir hedef kitlesine yönlendirildiğini de açığa çıkarmıştır. Katılımcıların bir kısmı seçici hedefleme yaparak belirsiz paylaşımları romantik partnere ya da belirli bir arkadaş grubuna yönelik olarak yapmaktadır. Diğer yandan bir grup katılımcı ise paylaşımları kısıtlamadan tüm takipçilerinin görebileceği biçimde yapmaktadır. Bu noktada yapılan bazı belirsiz paylaşımların bazı katılımcılar için belirli gizlilik şartları altında yapıldığı, yani paylaşımların herkes tarafından görülmesinden kaçınıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bunun yanı sıra genele hitap eden paylaşımların ise genel bir görülme ve ilgi arayışı içinde olmaktan kaynaklandığı görülmektedir.

Araştırmada belirsiz paylaşımın sonuçlarının ise duygusal sonuçlar ve sosyal tepkiler ve ilişkisel etkiler olarak gruplandığını görmekteyiz. Belirsiz paylaşım yapan genç yetişkinlerin karşılaştıkları sonuçlara bakıldığında ilk olarak karşılaşılan duygusal sonuçlardanduygusal rahatlama olumlu bir deneyim sağlayabilirken diğer yandan belirsiz paylaşım sonucunda bireyler suçluluk, kaygı, pişmanlık ve hayal kırıklığı da yaşayabilmektedir. Bulgulara göre belirsiz paylaşım yaparak elde edilen sonuçlarda duygusal olarak rahatlama ve katarsis etkisi yaşanması bireylere daha iyi hissettirerek belirsiz paylaşımaya yönelmelerine neden olan bir sonuç olarak ortaya konmuştur. Ancak yapılan belirsiz paylaşımlar sonucunda bazı katılımcıların yaptıkları paylaşımların yanlış anlaşılabilceği kaygısı yaşıyor oldukları da görülmektedir.

Bununla birlikte bazı katılımcılar ise belirsiz paylaşımlar sonucu bekledikleri destek ya da ilgiyi göremediklerinde hayal kırıklığı yaşayarak bu davranışı sonlandırma eğilimine girebilmektedir.

Belirsiz paylaşımın duygusal sonuçların yanı sıra sosyal tepkiler ve ilişkisel anlamda da etkilerinin bulunduğu görülmektedir. Bu etkiler olumlu ve olumsuz deneyimleri içermektedir. Anlaşılamama ve yanlış yorumlanma, belirsiz paylaşım yapanların karşılaştıkları sosyal tepkiler arasındadır. Yapılan paylaşımların anlatılmak istenenden farklı biçimde yorumlanması ve paylaşımı yapan kişiye bu yanlış anlaşılma üzerinden verilen tepkilerin katılımcılar üzerinde olumsuz etkiler yaratabildiği görülmektedir. Yanlış anlaşılma ve yorumlamanın önüne geçmek için bazı katılımcılar paylaşımların gizliliği ile ilişkili önlemler alabilmektedir. Yakın çevrenin tepkilerine bakıldığında arkadaşlardan gelen eleştiriler ve kızgınlık da yine sosyal ilişkiler üzerinde negatif etkiye sahip farklı bir sonuçtur. Arkadaşların kızgınlık ya da eleştirileri belirsiz paylaşım yapma davranışını başta etkilemese de zamanla bazı katılımcıların arkadaşlarının tavsiyelerine uyma eğiliminde oldukları da görülmektedir.

Diğer yandan araştırmada sosyal tepkiler ve ilişkiler bağlamında olumlu nitelendirilen deneyimler de açığa çıkarılmıştır. Beklenen destek ve ilgi ile karşılaşma sonucu katılımcılar için pozitif anlam ifade etmektedir. Sosyal medyada yapılan belirsiz paylaşımın motivasyonlarından biri de bireylerin yüz yüze ifadelerde zorlandıkları durumlarda bir iletişim stratejisi olarak belirsiz bir paylaşım ile merak ya da ilgi uyandırarak karşıdan bir adım beklemesi olarak bulunmuştur. Bu nedenle yapılan bu paylaşımlara yakın çevreden veya sosyal medya çevresinden gelen meraklı sorular ve destek sağlanması katılımcıların ruh halini iyi anlamda katkı sağlayabilir ve zayıflayan sosyal ilişkilerini güçlendirmekte önemli olabilir.

Genel olarak, bulgular belirsiz paylaşımın hem kişisel hem de kişilerarası işlevler gördüğünü ve duygusal düzenleme, benlik sunumu ve sosyal bağlam arasında karmaşık bir etkileşimden oluştuğunu göstermektedir. Dikkat çekme ve statü gösterme gibi bazı belirsiz paylaşım motivasyonları, problemli sosyal medya kullanımıyla ilişkilendirilen davranışlarla örtüşse de (ör. Kırcaburun vd., 2019; Çimşir ve Akdoğan, 2024; Huang, 2022; Shanon vd., 2022), çevrimdışı destekten yoksun olan birçok katılımcı için bu tür paylaşımlar, zorlayıcı duygularla başa çıkmak ve duygusal olarak desteklenmiş hissetmek adına psikolojik açıdan uyum sağlayıcı bir işlev göstermektedir. Bu bulgular

doğrultusunda, gençyetişkinler arasında belirsiz paylaşım, bağlama bağlı olarak gelişimsel olarak olağan ve çok katmanlı bir iletişim ve başa çıkma stratejisi de olabilir.

5.3 Öneriler

Bu bölümde uygulayıcılara ve gelecek araştırmalar yönelik öneriler yer almaktadır.

5.3.1 Uygulayıcılara yönelik öneriler

- Belirsiz paylaşım her ne kadar sosyal medyadaki problemlili davranışlardan biri olarak görülse de aynı zamanda gelişimsel ihtiyaçlara da yanıt verdiği için gençler tarafından tercih edilebilmektedir. Öte yandan bu paylaşımların psikolojik ve sosyal açıdan risklerinin bulunduğu göz önüne alındığında, eğitimcilerin ve ruh sağlığı uzmanlarının gençleri bu konuda bilinçlendirmesi önemlidir.
- Belirsiz paylaşımın bireylerin ilişkilerindeki problemlilerle başa çıkamadığı zamanlarda bir başa çıkma aracı olarak kullanıldığı görülmüştür. Sosyal çevreleri ve başa çıkma mekanizmaları yeterince güçlü olmayan gençlerin bu durumda sosyal medya kullanımları sağlıklı düzeyde artarak gündelik hayatlarını aksatmaktadır. Sağlıklı ilişkiler kurma ve sağlıklı iletişim biçimleri ile ilgili yapılacak psikososyal programlar bireylerin davranışlarına yönelik farkındalıklarını arttırarak direkt iletişime yönelmelerine katkı sağlayabilir.
- Belirsiz paylaşımların bireylerin olumsuz duygular deneyimlediği dönemlerde daha sık yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda öğrencilere yönelik ulaşılabilir psikoterapi hizmetlerinin üniversite kapsamında arttırılması, öğrencileri psikoterapi sürecine yönlendirerek bu süreci sağlıklı yollarla atlatmalarına katkı sağlayabilir.

5.3.2 Gelecek araştırmalara yönelik öneriler

- Bu çalışma genç yetişkinlik olarak adlandırılan gelişim dönemindeki katılımcıların belirsiz paylaşımına yönelik deneyimlerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Ergenlik ya da ileri yetişkinlik gibi yaş grupları ele alınarak yapılacak çalışmaların sosyal medyada belirsiz paylaşım yapmanın gelişim dönemlerine göre nasıl şekillendiği konusunda literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

- Araştırma yalnızca nitel araştırma yöntemi kullanılarak yapılmıştır. İlerleyen dönemlerde yapılacak nicel çalışmalarını desteklemek amacıyla belirsiz paylaşım örüntü ve tutumlarına yönelik geçerli ve güvenilir ölçme araçları geliştirilebilir.
- Bu çalışma belirsiz paylaşım hakkında ülkemizde yapılan ilk çalışma olması nedeniyle nitel yöntemle ele alınmıştır. İlerideki çalışmaların nicel ve boylamsal yöntemlerle belirsiz paylaşımın nedenleri ve sonuçlarına yönelik daha detaylı bir tablo sunabileceği düşünölmektedir. Özellikle nicel çalışmalar belirsiz paylaşımın depresif duygu durum ve bağlanma stilleri gibi değişkenlere göre nasıl şekillendiğini ortaya çıkarabileceği düşünölmektedir.
- Araştırma yalnızca ülkemizdeki genç yetişkinlerle yapılmıştır. Farklı kültürlerden veya ölkelerden bireylerin dahil edileceği çalışmaların belirsiz paylaşım davranışının kültüre göre nasıl biçimlendiği konusunda katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahn, J. (2011). The Effect of Social Network Sites on Adolescents' Social and Academic Development: *Current Theories and Controversies. Journal of the Association for Information Science and Technology*, 62, 1435-1445.
- Ainsworth, M. D. S., Blehar, M. C., Waters, E., ve Wall, S. (1978). *Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation*. Lawrence Erlbaum
- Aksoy, Ö. N. (2020). Sosyal medya kullanım alışkanlıkları Balıkesir örneği. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 9-24
- American Psychological Association (APA). (2023). *Age ranges of youth by category*. APA Dictionary of Psychology. <https://dictionary.apa.org>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175–184.
- Andreassen, C. S., ve Pallesen, S. (2014). Social network site addiction - an overview. *Current pharmaceutical design*, 20(25), 4053–4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., ve Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Arnett, J. J. (2007). Emerging adulthood: What is it, and what is it good for? *Child Development Perspectives*, 1(2), 68–73. <https://doi.org/10.1111/j.1750-8606.2007.00016.x>
- Astleitner, H., Bains, A., ve Hörmann, S. (2023). The effects of personality and social media experiences on mental health: Examining the mediating role of fear of missing out, ghosting, and vaguebooking. *Computers in Human Behavior*, 138, 107436.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal medya sonrası yeni toplumsal hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135–160. <https://doi.org/10.20493/bt.55255>
- Bagwell, C. L., Bender, S. E., Andreassi, C. L., Kinoshita, T. L., Montarello, S. A., ve Muller, J. G. (2005). Friendship quality and perceived relationship changes predict psychosocial adjustment in early adulthood. *Journal of Social and*

- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Bartholomew, K., ve Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 226–244.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295.
<https://doi.org/10.26466/opus.470118>
- Bazarova, N. N., ve Choi, Y. H. (2014). Self-disclosure in social media: Extending the functional approach to disclosure motivations and characteristics on social network sites. *Journal of Communication*, 64(4), 635-657.
- Beer, D., ve Burrows, R. (2007). Sociology and, of and in Web 2.0: Some initial considerations. *Sociological Research Online*, 12(5), 1–14.
<https://doi.org/10.5153/sro.1560>
- Berber-Çelik, Ç. ve Odacı, H. (2012). Kendilik algısı ve benlik saygısının problemli internet kullanımı üzerindeki yordayıcı rolü. *Education Sciences*, 7(1), 433-441.
- Berg, B. L. ve Lune, H. (2019). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Eğitim Yayınevi.
- Berners-Lee, T. (2006). *Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. Harper San Francisco.
- Berryman, C., Ferguson, C. J., ve Negy, C. (2018). Social media use and mental health among young adults. *Psychiatric Quarterly*, 89, 307-314.
<https://doi.org/10.1007/s11126-017-9535-6>
- Berryman, C., McHugh, B., Wisniewski, P., Ferguson, C., ve Negy, C. (2019, 26-31 Temmuz). *User characteristics of vaguebookers versus general social media users*. In *Social Computing and Social Media*. [Bildiri Sunumu]. Design, Human Behavior and Analytics: 11th International Conference, Orlando, USA.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and Loss: Vol.1.Attachment*. New York: Basic Books.
- Boyd, D. (2007). *Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life*. İçinde D. Buckingham (Ed.), *Youth, identity, and digital media* (ss. 119–142). MIT Press.

- Boyd, D. M., ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Boyd, D., ve Bee, H. (2014). *Lifespan development (7th ed.)*. Pearson Education.
- Bretherton, I. (1992). The origins of attachment theory: John Bowlb yand Mary Ainsworth. *Developmental Psychology*, 28(5), 759–775.
- Buehler, E. M. (2017). “You shouldn’t use Facebook for that”: Navigating norm violations while seeking emotional support on Facebook. *Social Media + Society*, 3(3). <https://doi.org/10.1177/2056305117733225>
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş.ve Demirel, F. (2020). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Caplan S. E. (2007). Relations among loneliness, social anxiety, and problematic Internet use. *Cyberpsychology & behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*, 10(2), 234–242. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9963>
- Carpenter, C. J., ve Tong, S. T. (2017). Relational distancing and termination between online friends: An application of the investment model. *In Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 6925–6935). Association for Computing Machinery.
- Casale, S., ve Banchi, V. (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. *Addictive behaviors reports*, 11, 100252. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100252>
- Cemiloğlu-Altunay, M. (2010). Gündelik yaşam ve sosyal paylaşım ağları: Twitter ya da "pıt pıt net". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 2(12), 31–56.
- Chen, H.T. ve Kim, Y. (2013). Problematic use of social network sites: the interactive relationship between gratifications sought and privacy concerns. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 806–812.
- Child, J. T., ve Starcher, S. C. (2016). Fuzzy Facebook privacy boundaries: Exploring mediated concealment, ambiguous disclosures, and privacy management. *Computers in Human Behavior*, 54, 483–490. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.035>
- Cormode, G., ve Krishnamurthy, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*, 13(6). <https://doi.org/10.5210/fm.v13i6.2125>

- Costa, P. T., ve McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) Professional manual*. Psychological Assessment Resources.
- Cramer, P. (2000). Defense mechanisms in psychology today: Further processes for adaptation. *American Psychologist*, 55(6), 637–646.
- Creswell, J. W. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Çakır, M. (2015). *İnternette Gösteri ve Gözetim*. Ankara: Ütopya Yayınevi
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7(4),417-432.
- Çimşir, E., ve Akdoğan, R. (2024). Inferiority feelings and internet addiction among Turkish university students in the context of COVID-19: The mediating role of emotion dysregulation. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 43(5), 4245–4254. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04661-7>
- Çömlekçi, M. F., ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173–188.
- Debatin, B., Lovejoy, J. P., Horn, A.-K., ve Hughes, B. N. (2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), 83–108.
- DeJong, S. M. (2014). Problematic internet use: a case of social media addiction. *Adolescent Psychiatry*, 4(2), 112-115.
- Deters, F. G., ve Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychological and Personality Science*, 4(5), 579-586.
- Digital(2024, Şubat). Turkey – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>
- Donelan, H. (2016). Social media for Professional development and networking opportunities in academia. *Journal of Further and Higher Education*, 40(5), 706–729. <https://doi.org/10.1080/0309877X.2015.1014321>

- Edwards, A., ve Harris, C. J. (2016). To tweet or to subtweet?: That is the question: Impacts of interpersonal impressions of tweets and subtweets. *Computers in Human Behavior*, 63, 304–310.
- Ellison, N. B., ve Boyd, d. (2013). Sociality through social network sites. İçinde W. H. Dutton (Ed.), *The Oxford handbook of Internet studies* (ss. 151–172). Oxford University Press.
- Eraslan-Capan, B. (2015). Interpersonal sensitivity and problematic Facebook use in Turkish university students. *The Anthropologist*, 21, 395–403.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W. W. Norton & Company.
- Erkul, E. (2009). Sosyal medya araçlarının (WEB 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği Dergisi*, 96-101.
- Eyyüpoğlu, E. ve Özbay, Y. (2018). Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı belirtilerinin psikolojik ihtiyaçlar açısından incelenmesi. *Education Sciences (NWSAES)*, 13 (4), 121-131.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Fiske, S. T. (2014). *Social Beings: Core Motives in Social Psychology*(3. Baskı). Wiley.
- Floros, G. ve Siomos, K. (2013). The relationship between optimal parenting, Internet addiction and motives for social networking in adolescence. *Psychiatry Research*, 209(3), 529-534.
- Forest, A. L., ve Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23(3), 295–302. <https://doi.org/10.1177/0956797611429709>
- Fox, J., ve Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressor associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168–176. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.083>
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E. ve Hyun, N. (2012). *How to design and evaluate research in education*. New York: McGraw-HillBook Company.
- Franchina, V., VandenAbee, M., Van Rooij, A. J., LoCoco, G., ve De Marez, L. (2018). Fear of missingout as a predictor of problematic social media use and

- phubbing behavior among Flemish adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 15(10), 2319.
<http://dx.doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Freud, S. (2013). *The ego and the id*. Martino Fine Books. (Original work published 1923).
- Frison, E., ve Eggermont, S. (2015). The impact of daily stress on adolescents' depressed mood: The role of social support seeking through Facebook. *Computers in Human Behavior*, 44, 315–325.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.070>
- Gibbs, M., Meese, J., Arnold, M., Nansen, B., ve Carter, M. (2014). Funeral and Instagram: Death, social media and platform vernacular. *Information, Communication & Society*, 18(3), 255–268.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216–1229.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1216>
- Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve doyumlar: Kuşakların WhatsApp kullanımında bir inceleme. *TRT Akademi*, 3(6), 590–612.
- Gönül, E. (2008). *Kimlik statülerinin 22-30 yaşlar arasındaki genç yetişkinlerin yaşadığı kaygı düzeyi ile ilişkisi* (Yayın Numarası:250355). [Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Ulusal Tez Merkezi.
- Griffiths, M. D. (2000). Internet addiction: Time to be taken seriously? *Addiction Research*, 8, 413–418.
- Griffiths, M. D. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197.
- Gross, J. J. (2015). Emotion regulation: Current status and future prospects. *Psychological Inquiry*, 26(1), 1–26.
- Güngör, N. (2016). *İletişim- Kuramları, Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Hampton, K. (2016). Persistent and pervasive community: New communication Technologies and the future of community. *American Behavioral Scientist*, 59(1), 101–124.

- Ho, S. S., Lwin, M. O., ve Lee, E. W. J. (2017). Till logout do us part? Comparison of factors predicting excessive social network sites use and addiction between Singaporean adolescents and adults. *Computers in Human Behavior*, 75, 632-642.
- Huang, C. (2022). A meta-analysis of the problematic social media use and mental health. *International Journal of Social Psychiatry*, 68(1), 12–33. <https://doi.org/10.1177/0020764020978434>
- Hussain, Z., ve Starcevic, V. (2020). Problematic social networking site use: a brief review of recent research methods and the way forward. *Current opinion in psychology*, 36, 89–95. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.05.007>
- Jiménez, A. G., López, A. C. M. ve Pisionero, G. C. (2012). A Vision of Uses and Gratifications Applied to the Study of Internet Use by Adolescence. *Comunicación Y Sociedad*, 25(2), 231-254.
- Kalmus, V., Realo, A., ve Siibak, A. (2011). Motives for Internet use and the irrelationships with the Big Five personality traits. *Trames: A Journal of the Humanities and Social Sciences*, 15(4), 385–403.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., ve Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kırcaburun, K., Kokkinos, C. M., Demetrovics, Z., Király, O., Griffiths, M. D., ve Çolak, T. S. (2019). Problematic online behaviors among adolescents and emerging adults: Associations between cyberbullying perpetration, problematic social media use, and psychosocial factors. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 891-908. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9894-8>
- Kırık, A. M., Arslan, A., Çetinkaya, A., ve Gül, M. (2015). Türkiye'deki gençlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerine yönelik nicel bir araştırma. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 108–122. <https://doi.org/10.14486/IntJSCS444>
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528–3552.

- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Leung, L. (2013). Generational Differences in Content Generation in Social Media: The Roles of the Gratifications Sought and of Narcissism. *Computers in Human Behavior*, 29, 997-1006.
- Levinson, D. J. (1977). Themid-life transition: A period in adult psychosocial development. *Psychiatry*, 40(2), 99–112.
- Lietsala, K. ve Sirkkunen, E. (2008). *Social Media: Introduction to The Tools And Processes of Participatory Economy, Finland*: Tampere University Press.
- Lincoln, Y. ve Guba, E. (1985). *Naturalistic inquiry: Establishing Trustworthiness*. Beverly Hills.
- Liu, D., ve Campbell, W. K. (2017). The Big Five personality traits, Big Two meta traits and social media: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality*, 70, 229–240. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.08.004>
- Longstreet, P., ve Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73–77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Marcia, J. E. (2002). Identity and psychosocial development in adulthood. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 2(1), 7–8. https://doi.org/10.1207/S1532706XID0201_02
- Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative research design: An interactive approach*. Sage.
- McLaughlin, C., ve Vitak, J. (2012). Norm evolution and violation on Facebook. *New Media & Society*, 14(2), 299–315. <https://doi.org/10.1177/1461444811412712>
- Mikulincer, M., ve Shaver, P. R. (2007). *Attachment in adulthood: Structure, dynamics, and change*. Guilford Press.
- Moreno, M. A., Jelenchick, L. A., Egan, K. G., Cox, E., Young, H., Gannon, K. E., ve Becker, T. (2011). Feeling bad on Facebook: Depression disclosures by college students on a social networking site. *Depression and Anxiety*, 28(6), 447–455. <https://doi.org/10.1002/da.20805>
- Munley, P. H. (1977). Erikson's theory of psychosocial development and career development. *Journal of Vocational Behavior*, 10(3), 261–269. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(77\)90062-8](https://doi.org/10.1016/0001-8791(77)90062-8)

- Nadkarni, A., ve Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249.
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., Marsch, L. A., ve Bartels, S. J. (2016). The future of mental health care: Peer-to-peer support and social media. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 25(2), 113–122.
- Neuman, L. (2017). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar-II*. Ankara: Siyasal Kitapevi
- Oolo, E., ve Siibak, A. (2013). Performing for one's imagined audience: Social steganography and other privacy strategies of Estonian teens on networked publics. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 7 (1). Article 7.
- OpenAI. (2024). *ChatGPT*.(20 Aralık sürümü) [Geniş dil modeli]. <https://chat.openai.com>
- Öztürk, M.O. (2002). *Ruh sağlığı ve bozuklukları*. Ankara: Nobel Tıp Kitapevleri.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C.R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Ridgway, J. L., ve Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: Exploring associations of body image satisfaction, Instagram #selfieposting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(1), 2-7.
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*, 34(3), 67–77.
- 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.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J.ve Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402-407. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.10.009>

- Seidman, G. (2014). Expressing the “true self” on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 31, 367–372. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.052>
- Sepetci, N. (2017). *Sosyal medyada mahremiyet algısının çöküşü: Instagram örneği* (Yayın Numarası: 476844). [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Shannon, H., Bush, K., Villeneuve, P. J., Hellemans, K. G., ve Guimond, S. (2022). Problematic social media use in adolescents and young adults: systematic review and meta-analysis. *JMIR Mental Health*, 9(4), e33450. <https://mental.jmir.org/2022/4/e33450/>
- Sikandar, I., Javed, H. A., Rasheed, W., ve Ahsan, S. (2024). Vaguebooking as a Mediator between the Relationship of Personality Characteristics and Mental Health among Social Media Users. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 12(3), 2858–2863. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2024.v12i3.2513>
- Soares, A. (2024). Developmental assets in emerging adulthood—systematic review. *Environment and Social Psychology*, 9(6). <https://doi.org/10.54517/esp.v9i6.2360>
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., ve Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, 106480. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480>
- Sundar, S. S., ve Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Taşcı, E. (2010). Sosyal Medya Yerel Yönetimlere Etkisi ve Katkısı: Belediye 2.0. *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Kültürü Dergisi*, (126). 73-75.
- Turel, O., He, Q., Xue, G., Xiao, L., ve Bechara, A. (2014). Examination of neural system sub-serving Facebook "addiction". *Psychological Reports*, 115(3), 675–695.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- TÜİK. (2024, Ağustos). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492)

- Valkenburg, P. M., Peter, J., ve Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyber Psychology & Behavior*, 9(5), 584–590.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., ve Eckles, K. (2014). *Social comparison, social media, and self-esteem. Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222.
- Vosoughi, S., Roy, D., ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Vural, Z. B.A. (2006). *Bilgi iletişim teknolojileri ve yansımaları*. Nobel Yayınları.
- Vural, Z. B. A., ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(19), 3131-3153.
- Wan, C. (2009). *Gratifications & loneliness as predictors of campus-SNS web sites addiction & usage pattern among Chinese college students* [Yüksek Lisans Tezi, The Chinese University of Hong Kong]. Hong Kong: The Chinese University of Hong Kong.
- Wang, Z.,Tchernev, J.M. ve Solloway, T. (2012). A dynamic longitudinal examination of social media use, needs, and gratifications among college students. *Computers in Human Behavior*, 28 (5), 1829– 1839.
- WeAreSocial. (2024, Ekim). Digital 2024 October Global Statshot Report. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/10/digital-2024-october-global-statshot-report/>
- Yalçın, H. (2022). Bir araştırma deseni olarak fenomenoloji. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 213-232. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227345>
- Yang, C.C. (2016), Instagram Use, Loneliness, and Social Comparison Orientation: Interact and Browse on Social Media, But Don't Compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703-712.
- Yaroslavsky, I., Pettit, J., Lewinsohn, P., Seeley, J., ve Roberts, R. (2013). Heterogeneous trajectories of depressive symptoms: adolescent predictors and adult outcomes. *Journal of Affective Disorders*, 148(2-3), 391-399. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2012.06.028>
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle iletişim kuramları: Eleştirel bir birikim*. Dipnot Yayınları.

- Yazgan-İnanç, B., ve Yerlikaya, İ. (2011). *Ergenlik dönemi gelişim özellikleri ve sorunları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.



EKLER

EK- 1. Etik Kurul Onay Belgesi

EK-2. Bilgilendirilmiş Onam Formu

EK-3. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu



EK- 1. Etik Kurul Onay Belgesi

Evrak Kayıt Tarihi: 05.06.2024

Protokol No: 742736

Tarih: 02.07.2024



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Yüksek Lisans Tez Çalışması
KONU:	Eğitim Bilimleri
BAŞLIK:	Sosyal Medyada Belirsiz Paylaşım Yapan Genç Yetişkinlerin Yaşam Deneyimleri: Bir Fenomenolojik Çalışma
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Doç. Dr. Elif ÇİMŞİR
TEZ YAZARI:	Ayşe Şevval SEVER
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu

EK-2. Bilgilendirilmiş Onam Formu

Tarih:.....

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu çalışmada sosyal medyada yaptığınız belirsiz paylaşımı yapma motivasyonlarınız, belirsiz paylaşım sonucunda yaşadığınız etkiler ve belirsiz paylaşım ile ilgili deneyimleriniz incelenmek istenmektedir. Vereceğiniz bilgiler yalnızca bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır. Yapılan görüşme bireysel danışma seanslarından farklı olarak yalnızca bilimsel araştırma için veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Bu nedenle hiçbir tepkiniz bireysel değerlendirmeye alınmayacaktır. İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır. Görüşmeler ses kaydı alınarak yapılacak ve bilimsel çalışma sonlandığında verileriniz imha edilecektir.

Bu çalışmada gönüllü katılım esastır. Veri toplama sürecinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır ancak yine de herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zaman ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir. Bilgilendirilmiş onam formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederiz. Çalışma hakkındaki sorularınızı e-mail adresinden iletebilirsiniz. Araştırmaya verdiğiniz destekten dolayı şimdiden çok teşekkür ederiz

Çalışmaya Katılım Onayı:

Katılmam beklenen çalışmanın amacını, nedenini, katılmam gereken süreyi ve yeri ile ilgili bilgileri okudum ve gönüllü olarak çalışma süresince üzerime düşen sorumlulukları anladım. Çalışma ile ilgili ayrıntılı açıklamalar sözlü olarak araştırmacı tarafından yapıldı. Bu çalışma ile ilgili faydalar ve riskler ile ilgili bilgilendirildim.

Bu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının

Adı-Soyadı:

İmzası:

Araştırmacının

Adı-Soyadı:

İmzası:

EK-3. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

1. Öncelikle internette hangi platformlarda ve ne tür belirsiz paylaşımlar yapıyorsunuz? (İçeriği ne oluyor?)
2. Hangi durumlarda ve nedenlerle belirsiz paylaşım yapma gereği duyuyorsunuz?
3. Belirsiz paylaşım yaptığınızda çevrenizden nasıl dönüşler alıyorsunuz?
4. Belirsiz paylaşım yapmak hayatınızı (örn., okul yaşamınız, aile bireyleri ve diğerleriyle ilişkilerinizi) nasıl etkiliyor?
5. Belirsiz paylaşım hakkında olumlu deneyimleriniz nelerdir?
6. Belirsiz paylaşım hakkında olumsuz deneyimleriniz nelerdir?
7. Belirsiz paylaşım sonucu karşılaştığınız olumsuz tepki ve deneyimler karşısında ne hissediyor ve neler yapıyorsunuz?

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Ayşe Şevval SEVER

Yabancı Dil: İngilizce

Doğum Yeri ve Yılı:

E-Posta:

Eğitim Geçmişi:

2022-2025, Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı, Tezli Yüksek Lisans

2015-2020, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kuzey Kıbrıs Kampüsü, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık (İngilizce), Lisans

Mesleki Geçmişi:

2022-Devam Ediyor, Psikolojik Danışman, Ayşe Şevval Sever Psikolojik Danışmanlık, Uşak

2020-2022, Psikolojik Danışman, Mega Psikoloji, Uşak