

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



SOSYAL MEDYADA KİMLİK SUNUMU: İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Doç. Dr. Eylem ŞENTÜRK KARA

Hazırlayan
Alattin ELÇİBOĞA

MALATYA 2019

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

**SOSYAL MEDYADA KİMLİK SUNUMU: İNÖNÜ
ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Alattin ELÇİBOĞA

Danışman

Doç. Dr. Eylem ŞENTÜRK KARA

Malatya 2019

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**SOSYAL MEDYADA KİMLİK SUNUMU:
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. EYLEM ŞENTÜRK KARA

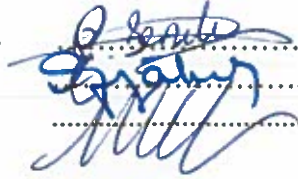
HAZIRLAYAN
Alattin ELÇİBOĞA

Jürimiz tarafından 09.05.19 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda bu Yüksek Lisans tezi oybirliği ile başarılı bulunarak İletişim Bilimleri Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyelerinin Unvan Ad- Soyadı

İmzası

1. Doç. Dr. Eylem ŞENTÜRK KARA(Danışman)
2. Doç. Dr. Göksel GÖKER
3. Doç. Dr. Mevlüt AKYOL
- 4.



İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun..... tarih ve sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Mehmet KUBAT
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Sosyal Medyada Kimlik Sunumu: İnönü Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenler olduğunu, bu eserlere atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla doğrularım.

Alattin ELÇİBOĞA



ÖNSÖZ

Yüksek lisans tezimin başlangıcından bitimine kadar her aşamasında bana yol gösteren, çalışma boyunca zorlandığım her an elinden gelen her türlü yardımı yapan, sürekli ulaşılabilir olan, motivasyonumu yüksek tutan, değerli bilgi birikimi ve deneyimini esirgemeyen değerli tez danışmanım Doç. Dr. Eylem ŞENTÜRK KARA'ya teşekkürlerimi sunarım.

Lisans ve yüksek lisans öğrenimim süresince, derslerine katıldığım ve tez sürecinde bana yol gösterip değerli görüşleri ile yetişmemde katkıları olan kıymetli hocalarım Doç. Dr. Mevlüt AKYOL ve Doç. Dr. Ayça ÇEKİÇ AKYOL'a teşekkür ederim.

Tez aşamasının başlangıcı ve bitimine kadar yanımda olan, bana destek olup güç veren sevgili Özden AĞCA'ya teşekkürler.

Ayrıca, hiçbir zaman desteklerini benden esirgemeyen hep yanımda olan canım aileme, annem Verdihan ELÇİBOĞA'ya, babam Mehmet Ali ELÇİBOĞA'ya, ablam Şenay BİLEM'e, kardeşim İzzettin ELÇİBOĞA'ya ve ablam Hasibe ELÇİBOĞA'ya en içten teşekkürlerimi sunarım.

Alattin ELÇİBOĞA

Malatya-Ağustos-2019

ÖZET

[Elçiboğa, Alattin]. [Sosyal Medyada Kimlik Sunumu: İnönü Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma], [Yüksek Lisans Tezi], Malatya, [2019].

Günümüzde sosyal medyanın önemi her geçen gün artmaktadır. Özellikle internettin yaygınlaşması ve internete ulaşımın kolaylaşması sosyal medyanın yaygınlaşmasına olanak sağlamaktadır. Hiç şüphesiz bu ortamın en etkin kullanıcıları üniversitede okuyan gençlerdir. Sosyal medya ortamında yeni iletişim ve yeni ilişkiler kurma olanaklarına kavuşan gençler, yaşantılarını doğal olarak kimliklerini de bu ortamda sunmaya başlamıştır. Sosyal medya ortamında kendilerine ait profiller aracılığıyla paylaşım yapan gençler ayrıca bu ortamda arkadaşlarının yaptıkları paylaşımları görmekte ve bu paylaşımlarından etkilenebilmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, sosyal medyanın gençlerin hayatları ve kimlikleri üzerindeki etkisini incelemek ve onların sosyal medya ortamında kendi kimliklerini nasıl sundukları tespit etmektir. Araştırmada gençlerin gerçek hayatlarındaki kimlikleri ile sanal ortamda oluşturdukları profiller arasında bir farklılık olup olmadığı saptanması ve eğer bir farklılık varsa bu farklılıkların nereden kaynaklandığının ortaya konulması hedeflenmiştir. Ayrıca kişilerin okudukları fakültenin sosyal medya ortamında kimlik sunumlarını etki edip etmediği saptanmaya çalışılmıştır. Araştırmada derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın amacına yönelik oluşturulan sorular İnönü Üniversitesinde (İletişim Fakültesi, İlahiyat Fakültesi ve Güzel Sanatlar Fakültesinde) okuyan toplam 30 kişiye (15 kadın ve 15 erkek) yöneltilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla toplanan veriler birbiriyle kıyaslanmış benzer ve farklı noktalar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Ağ, Kimlik, Sosyal Medyada Kimlik, Kimlik Sunumu.

ABSTRACT

[Elçiçoğa, Alattin]. [Identity Presentation in Social Media: A Research On İnönü University Students], [Master Thesis], Malatya,[2019].

Nowadays, the importance of social media is increasing day by day. Particularly, the widespread the use of Internet and ease of access to the Internet allow to social media to become widespread. Without doubt the most curious users of this environment are young people studying at the university. Young people who have the opportunity to establish new communication and new relations in the social media environment have started to present their lives naturally in this environment. Young people sharing their profiles through their social media environment also see the shares their friends have made in this environment and are affected by their sharing.

The main purpose of the study is to examine the impact of social media on the lives and identities of young people and how they present their identity in the social media environment. In this study, it is aimed to determine whether there is a difference between the identities of young people in their real lives and the profiles they create in virtual environment and if there is a difference, it is aimed to reveal where these differences originate. Also, it was tried to determine whether the faculty that they read affect identity presentations in social media environment. In-depth interview method was used in the research. The questions created for the purpose of the study were directed to a total of 30 people (15 females and 15 males) studying at İnönü University (Faculty of Communication, Faculty of Theology and Faculty of Fine Arts). The data collected with the help of semi-structured interview form were compared with each other and similar and different points were tried to be put forward.

Key Words: Social Media, Social Network, Identity, Identity On Social Media, Presentation Of Identity.

İÇİNDEKİLER

KABUL ONAY SAYFASI	iii
ONUR SÖZÜ.....	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
GİRİŞ	1
1. SOSYAL MEDYA	6
1.1. Sosyal Medya Kavramı.....	6
1.2. Sosyal Medyanın Doğuşu ve Gelişimi.....	7
1.3. Sosyal Medyanın Özellikleri	9
1.4. Sosyal Medya Ortamları Kullanım İstatistikleri	10
1.5. Sosyal Ağlar.....	14
1.6. Sosyal Medya Araçları.....	15
1.6.1 Bloglar	15
1.6.2. Mikro Blog.....	16
1.6.3. Wikiler	16
1.6.4. Sosyal Ağ Siteleri	17
1.6.4.1.MySpace	17
1.6.4.2. Facebook.....	17
1.6.4.3 LinkedIN	17
1.6.4.4. Google+	18
1.6.5. Fotoğraf Paylaşım Siteleri	18
1.6.5.1. Flickr.....	18
1.6.5.2. Instagram	19
1.6.5.3. Pinterest	19
1.6.6. Video Paylaşım Siteleri	19
1.6.6.1. Dailymotion	20

1.6.6.2. Youtube.....	20
1.7. Sosyal Medyanın Etkileri.....	20
1.7.1. Anonimliğe Etkisi	20
1.7.2. Kimliğe Olan Etkisi	21
1.7. 3. Mahremiyette Olan Etkisi	21
1.7.4. Benlik Sunumuna Etkisi	23
1.7.5. Gerçekliğe Etkisi.....	23
1.7.6. Toplumsal Harekette Etkisi	24
1.7. 7. Gündem Belirlemeye Etkisi.....	24
1.7.8. Bağımlılığa Etkisi	25
2. KİMLİK VE SOSYAL MEDYA	27
2.1. Kimlik Kavramı	27
2.2. Kimlik Türleri	28
2.2.1. Bireysel Kimlik.....	28
2.2.2. Dini Kimlik	29
2.2.3. Geleneksel Kimlik	29
2.2.4. Kolektif Kimlik (Grup Kimliği)	30
2.2.5. Milli Kimlik	30
2.2.6. Modern Kimlik	31
2.2.7. Siyasi Kimlik	32
2.3. İnternetin Kimlik Üzerindeki Etkisi	32
2.3. Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu	34
2.4. Kimlik Oluşumunda Yeni Etki Alanı Sosyal Medya.....	35
3. SOSYAL MEDYADA KİMLİK SUNUMU ÜZERİNE ARAŞTIRMA	38
3.1. Araştırma	38
3.2. Çalışmanın Önemi	39
3.3. Çalışmanın Sınırlılıkları.....	39
3.4. Bulgular	40
3.4.1. Sosyodemografik Özellikler	40
3.4.2. İnternet Kullanımı.....	41
3.4.3. Sosyal Medya Kullanımı	44
3.4.4. Sosyal Medyada Profil Oluşturma	65

3.4.5. Sosyal Medyanın Önemi.....	75
3.4.6. Sosyal Medyanın Günlük Hayata Olan Etkisi	99
3.4.7. Sosyal Medya Ortamında Mahremiyet	112
3.4.8. Sosyal Medyada Kimlik Sunumu	119
3.4.9. Sosyal Medya Ortamında Milli Kimliğin Sunumu.....	127
3.4.10. Sosyal Medyada Dini Kimliğin Paylaşımı.....	138
3.4.11. Sosyal Medyada Siyasi Kimliğin Sunumu	149
SONUÇ.....	159
KAYNAKÇA.....	167



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Dünya’da Aktif Sosyal Medya Kullanıcı İstatistiği	10
Tablo 2: Türkiye’de Aktif Sosyal Medya Kullanıcı İstatistiği	12
Tablo 3: Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri	41
Tablo 4: Günde Kaç Saat İnternet Kullanıyorsunuz?	42
Tablo 5: En fazla kullandığınız sosyal medya aracı hangisidir	51
Tablo 6: Sosyal ağlarda (Facebook, Twitter vs.) günlük ortalama ne kadar zaman geçiriyorsunuz?	55
Tablo 7: Tanımadığınız kişilerle sosyal medya araçları vasıtasıyla iletişim kurduğunuz oluyor mu?	60
Tablo 8: Çok sık profil fotoğrafı değiştiriyor musunuz?	72
Tablo 9: Arkadaş/takipçi ve beğeni sayısı fazla olması sizin için önemli mi?	78
Tablo 10: Sosyal medya sayesinde günlük hayata yaşadığınız sıkıntılardan kurtulduğunuza inanıyor musunuz?	81
Tablo 11: Sosyal medya kullandığınızda kendinizi mutlu hisseder misiniz?	84
Tablo 12: Sosyal medya hesabınızda yaptığınız paylaşımlarda beğenilmeyi önemsiyor musunuz?	86
Tablo 13: Yapmış olduğunuz paylaşımınızın ne kadar beğeni aldığını sık sık kontrol eder misiniz?	89
Tablo 14: Beğeni almayan bir paylaşımınızı sosyal medya hesabınızda kaldırır mısınız?	91
Tablo 15: Sosyal medya hesabınızı kapatmayı hiç düşündünüz mü?	94
Tablo 16: Yapmış olduğunuz bir paylaşım neticesinde hiç tepki aldınız mı?	100
Tablo 17: Arkadaşlarınızın sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımlarından dünya ve siyasi düşünceleriyle alakalı bilgi edinebiliyor musunuz?	103
Tablo 18: Paylaşımlarını beğenmediğiniz arkadaşlarınız var mı?	106
Tablo 19: Sosyal medyada insanları engellemiz günlük hayattaki iletişiminize yansıyor mu?	110
Tablo 20: Sosyal medya hesabınızda özel hayatınızla alakalı paylaşımlarda bulunuyor musunuz?	113
Tablo 21: Sosyal medya ortamında kimliğinizi gizlemeden ortaya koyuyor musunuz?	123

Tablo 22: Sosyal medya hesabınızda bayrak, flama, tuğra gibi semboller kullanmayı mı tercih ediyor musunuz?	127
Tablo 23: Türkiye’de meydana gelen bir terör olayına tepki vermek adına sosyal medya hesabınızda paylaşım yapıyor musunuz?	130
Tablo 24: Dünyada meydana gelen bir terör olayına tepki vermek adına sosyal medya hesabınızda paylaşım yapıyor musunuz?	134
Tablo 25: Sosyal medya hesabınızda dini görüşünüzle ilgili paylaşımlara yer verir misiniz?	139
Tablo 26: Günlük hayatta dinle ilgili sosyal medyada olduğu gibi düşüncelerinizi net bir şekilde ortaya koyar mısınız?	142
Tablo 27: Dindaşlarınıza yönelik bir saldırı durumunda kötü hisseder misiniz?	145
Tablo 28: Sosyal medya hesaplarınızda gerçek hayatta paylaşamadığınız siyasi görüşünüzü belli eden paylaşımlarda bulunuyor musunuz?	150
Tablo 29: Seçim dönemlerinde desteklediğiniz partiyle ya da siyasi görüşle alakalı paylaşımlar yapıyor musunuz?	153
Tablo 30: Siyasi görüşlerinizi günlük hayatta net bir şekilde ortaya koyuyor musunuz?	155

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Dünya’da Aktif Sosyal Medya Platformu Kullanıcı Sayısı	11
Şekil 2: Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları İstatistikleri.....	12
Şekil 3: Türkiye’de Sosyal Medya Araçları Kullanıcı İstatistiği	13



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD: Amerikan Birleşik Devletleri

s.: Sayfa

ss.: Sayfalar

TDK: Türk Dil Kurumu

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

Vs.: Vesaire

Vb.: Ve Benzeri

Vd.: Ve Diğerler

www: World Wide Web

GİRİŞ

Günümüz dünyasında bambaşka bir iletişim süreci yaşanmaktadır. Son yıllardaki teknolojik gelişmeler internetin dolayısıyla sosyal medyanın önemini her geçen gün arttırmaktadır. Artan ve yaygınlaşan sosyal medya kullanımı, kimliğin de bu ortamda sunulmasına olanak sağlamıştır.

Kimlik insan yaşamının olmazsa olmaz yapı taşlarından biridir. Kimliğimiz günlük yaşamımızı da etkilemekte ve nasıl yaşamamız gerektiği hakkında insanlara ipuçları sunmaktadır.

“Ben kimim?”, “Biz kimiz?” soruları insanların sıklıkla kendilerine yönelttikleri sorular değildir. Hatta bazı insanlar, ömürleri boyunca bu soruyu kendilerine hiç sormayabilmektedir. Herkes kim olduğunu bildiğini zannetmekte; başkalarına da kim olduğunu bildirme ihtiyacı duymaktadır. Kimlik; adımız, soyadımız, cinsiyetimiz, fiziki görüntümüz, uyruğumuz, mesleğimiz, inancımız, düşüncelerimiz gibi özelliklerimizin toplamının yansımasıdır (Zıloğlu, 2008: 13).

Yaşadığımız modern çağdaki en önemli gelişme hiç kuşkusuz ulaşım araçlarındaki gelişim ve değişimdir. Ulaşım araçlarındaki gelişim yalnızca bireyin hareket kabiliyetini etkileyip değiştirmiştir. Ayrıca bilginin hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlamıştır. Günümüzde bilgisayar sayesinde özellikle Dünya Çapındaki Ağ’ın (World Wide Web) ortaya çıkması, enformasyon dünyanın herhangi bir yerinde aynı anda kullanılabilir hale getirmesini sağlamıştır. Bu sayede insan; tabiatının doğal kısıtlamalarından kurtularak, zaman ve mekan yönünden esneklik kazanmıştır. Bu sayede uzak - yakın arasındaki ayrım ortadan kalkmıştır (Aydoğan, 2010: 3-4). Bu ayrımın ortadan kalkmasıyla beraber insanoğlu enformasyonun yaygınlaşmasında önemli mesafeler kat etmiştir.

Teknolojik gelişmeler, beraberinde bir takım değişimleri de getirmiştir. Bilgisayar teknolojisinde meydana gelen gelişim, internetin dünyada yaygınlaşmasına ve insanların yaşamını etki etmesine neden olmuştur. Özellikle bu durum beraberinde kimliğin bu yeni sanal ortamdan etkilenmesine sebebiyet vermiştir. Birey fiziksel ortamdan sıyrılarak sanal bir ortamda varlığını devam ettirmeye başlamıştır. İnternetin yaygınlaşmasıyla beraber insanlar kişisel sosyal medya hesapları açarak, kendileri

tarafından kurgulanan kimliklerle farklı kültürdeki insanlarla iletişime geçmeye yönelmiştir. Kişi için uzakta varlığını devam ettiren “öteki”, artık bir tık kadar yakınlaşmıştır. İnternet sayesinde insanın ötekiyle iletişime geçmesi, onu etkilemesine, aynı zamanda ondan da etkilenmesine sebep olmuştur.

İnternet, ortaya çıkışından itibaren inanılmaz bir hızla gelişim göstermiş ve istenilen her yerde ona erişim mümkün hale gelmiştir. Daha önceki yıllarda internetin imkânlarından yararlanmak için bilgisayara ihtiyaç duyulurken günümüzdeki teknolojik gelişmeler sayesinde cep telefonu veya tabletlerle de internete erişim sağlanmaktadır. Bu sayede birey interneti istediği her an kullanma olanağını elde etmiştir. İnternet kullanımının yaygınlaşması, eğitim, sanat, kültür, sosyal yaşam, ekonomi vb. hayatımızın her alanını etkilemiş ve çeşitli değişimlere neden olmuştur. İnternet sayesinde günümüz dünyasında bilgiye erişim kolaylaşmış, iletişim zaman ve mekândan sıyrılarak bağımsız hale gelmiştir (Filiz, 2014: 26). Mekânsal olarak herhangi bir bağlantısı olmayan insanlar, internet sayesinde etkileşime girmiş ve dijital ortamda oluşturdukları yeni kimliklerle birbirleriyle iletişim kurma fırsatını elde etmiştir.

İnternetin günümüz dünyasında bilgisayar ağlarıyla kurduğu bağlantılar sayesinde siber uzay denilen yeni bir mekân ortaya çıkmıştır. Genel kabul görmüş tanımıyla ‘sosyal ağ siteleri’; kişilerin, sınırları belli olan bir sistem içerisinde açık veya yarı açık profil yaratmasına izin veren, farklı kişilerle bağlantı kurmasını sağlayan, bağlantı kurduğu kişileri arkadaşlık listesinde gören web tabanlı hizmetlerdir (Korkmaz, 2012: 109). Bu web tabanlı hizmetler sayesinde birey kendine bir profil oluşturarak insanlarla iletişim kurmaya başlamıştır. Uzaktaki arkadaşlarıyla iletişim kurma noktasında güzel fırsatlar elde eden birey, aynı zamanda tanımadığı kişilerle yeni arkadaşlıklar kurma noktasında yeni imkanlara kavuşmuştur. Bu hizmet sayesinde bireyin, oluşturduğu profil ile kendini bu küresel kalabalık içerisinde nerede gördüğüne ya da nerede görmek istediğine karar vermesine olanak sağlamıştır. Bu profiller sayesinde insanlar karşılıklı etkileşimde bulunma fırsatını elde etmiştir. Kişi bu mecrada öncelikle tamamen öznel olarak oluşturduğu profil sayesinde kendi kimliği ile ilgili bilgileri aktarır hale gelmiştir. Kendisi için tasarladığı profile; fotoğraflar, paylaşımlar, arkadaşlar gibi unsurlar paylaşarak bunları kimliğinin bir parçası olarak sunmakta ve bu da yaşam tarzının ipuçlarını göstermektedir (Bakıroğlu, 2013: 1049-150). Ayrıca birey bu ortamda kendi

kimliğine benzer kişilerle veya tam zıt kimliklere sahip insanlarla tanışma fırsatını da elde etmiştir. Herhangi bir olay karşısında anlık tepki verip, bu konuyla ilgili paylaşımlarda bulunma fırsatına sahip olmuştur.

Sosyal medya kullanan insanlar sanal ortamda oluşturdukları profiller sayesinde yeni iletişim süreçleri içerisine girmeye başlamıştır. Bu iletişim sürecinde bireyprofilini; kendi gerçek kimliğini yansıtacak şekilde oluşturabileceği gibi isterse tamamen kendi kurguladığı kimlikle de sunabilmektedir.

Son on yılda sosyal medya kullanımının etkisi ve sosyal medya ortamında kimlik sunumuyla ilgili birçok çalışma yapılmış ve bu tür çalışmaların sayısı her geçen gün artmaya başlamıştır.

Boz (2012), Facebook'ta dijital kimliklerini kurdukları, sahip oldukları profilleri nasıl yapılandırdıklarını ve benlik sunumlarını, hangi profil alanlarından gerçekleştirdikleri araştırmıştır. Gençlerin, Facebook'u nasıl algıladıkları ve ne amaçla Facebook kullandıkları da bu çalışmada ele alınmıştır. Araştırma sonucu, gençlerin Facebook'ta benlik sunumlarını belirli bir yapı içerisinde gerçekleştirdikleri ortaya koymuştur. Araştırmada uygulanan anket ile, katılımcıların kendi ifadeleri ile benlik sunumları, izlenim yönetimleri ve Facebook kullanımları gibi konularda genel bilgilere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Tokgöz Bakıroğlu (2013) yaptığı araştırmada sosyal ağların sosyalleşmeye etkisi ve kimlik inşa süreci, çevrimiçi profilleri esas alarak tartışmıştır. Tokgöz Bakıroğlu, araştırmada Literatür taraması yapılarak, sosyal ağlardaki kimlik inşası ötekileştirme, özgürlük ve gözetim çerçevesinde güç olgusunu ele alarak eleştirel bir bakış açısıyla sunmaya çalışmıştır.

Engin (2015) ise sosyal medya kullanıcılarının sahip olduğu dijital kimlik olgusunu açıklayarak toplumsal olaylar bağlamında incelemiştir. Araştırmacı çalışmasında, üniversitede okuyan öğrencilerin örneklem olarak seçerek bir anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Sosyal medya ortamında katılımcılar; özgür düşüncelerini paylaşıp paylaşmadığını, toplumsal/siyasal konularda inançları ve değerleri doğrultusunda tepki verip vermediğini, sanal ortamda gerçek kimlikleriyle yaptıkları paylaşımlarda fişlenme korkusu yaşayıp yaşamadıklarını tespit etmeye

alışılmıştır. Ayrıca Engin, araştırmasında Gezi Parkı Eylemleri ile ilgili paylaşımları da analiz etmiştir. Engin, İstanbul'daki Gezi Parkı'na Topçu Kışlası'nı yeniden inşa etmek için başlatılan inşaat çalışmalarını protesto etmek amacıyla düzenlenen Gezi Olayları'nın örgütlenmesinin sosyal medyada gerçekleştiğini ifade etmiştir. Katılımcıların belirli bir etnik, inançsal ya da politik kimliklerden sıyrılarak, ortaklaşa eylemde bulunmak için toplandığını öne sürmüştür. O, bu tezini ezeli rekabet içinde olan spor kulüplerinin, gezi eylemlerinde taraftar kimliğinden sıyrılarak ortak hareket etmesiyle açıklamıştır (Gündüz, 2015: 79).

Başka bir araştırmada ise Karma(2015), insanların sosyal paylaşım ağılarında benliklerini nasıl kurguladıklarını ve sunduklarını araştırmış, gündelik yaşam pratiklerinin ve benlik sunumlarının Facebook sayfalarındaki izdüşümlerini incelemiştir. Karma araştırmasında, derinlemesine mülakat yöntemi ile ve Goffman'ın benlik sunumundan yolla çıkılarak Facebook kullanım pratikleri ve gündelik hayattaki yerini irdelemiştir. Çalışmanın ulaştığı sonuç ise Facebook'un sosyal bir ortam olduğu, gündelik yaşamın bu ortamda yansıtıldığıdır.

Özdemir (2015), yapmış olduğu çalışmada bireyin sosyal medya ortamındaki kimlik inşasını araştırmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanan araştırmacı, kimliklerin sosyal ağılar yoluyla yeniden oluşumu; sembolik ve sözsüz iletişim, gözetlenme ve benliğin sunumu gibi kavramları, Goffman'ın kuramsal yaklaşımlarıyla irdelemiştir. Araştırmacı sosyal ağlarda insanların özekim şeklinde çekilen fotoğraflarla kendilerine bir kimlik yarattığını öne sürmüştür.

Durak (2016) ilköğretim ve ortaöğretim öğrencilerinin Facebook kullanımlarını ve dijital kimliklerini incelemiştir. alışmasında ilköğretim ve ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya ortamlarından Facebook'u kullanım durumunu ve dijital kimliklerini nasıl oluşturduklarını tespit etmeyi hedeflemiştir. Ayrıca Durak, araştırmada öğrencilerin Facebook bağlamında dijital kimlik sunumlarının Facebook kullanım sıklığı arasında ilişkiyi araştırmıştır. Çalışma grubunu ilköğretim 5., 6., 7., 8. ve ortaöğretim 9., 10, 11, 12. sınıfa devam eden farklı illerden toplam 353 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmada katılımcıların Facebook paylaşımlarını görecek ve paylaşımlarına yorum yapacak kişilerin sadece arkadaşları olmasına dikkat ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Kardaş (2017) tarafından yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin narsistik eğilimleri, spiritüel iyi oluşları ve sanal kimlikleri; cinsiyet, yaş, öğrenim gördükleri lise türü, algıladıkları aile gelir durumu ve arkadaşlık kurmada güçlük çekip çekmedikleri değişkenleri araştırılmıştır. Araştırmanın örneklemin Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesinde okuyan 942 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmada, narsistik eğilimin sanal kimlikle olan ilişkisi irdelenmiştir.

Yapılan bu tez çalışmasının amacı sosyal medyanın İnönü Üniversitesi öğrencileri özelinde kişilerin hayatları ve kimlikleri üzerindeki etkisini incelemek ve onların sosyal medya ortamında kendi kimliklerini nasıl sundukları saptamaktır. Çalışmada İnönü Üniversitesinde İlahiyat, İletişim ile Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültelerinde okuyan öğrencilerin sosyal medyada kimlik sunumunu nasıl gerçekleştirdiklerini, sosyal medyada profil oluştururken ya da paylaşımda bulunurken nelere dikkat ettiklerini ortaya koymak hedeflenmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında fakülte bazında kimlik sunumu noktasında bir farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Derinlemesine görüşme yöntemi kullanılarak yapılan araştırma literatür taramasıyla da desteklenmiştir. Çalışmada sosyal medyada bireysel, milli, dini, gibi birçok kimlik türünün sunumu araştırma konusu dahilinde ele alınmıştır.

Çalışma kapsamında İnönü Üniversitesinde (İletişim Fakültesi, İlahiyat Fakültesi ve Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde) okuyan toplam 30 kişi (15 kadın ve 15 erkek) ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla toplanan veriler birbiriyle kıyaslanmış benzer ve farklı noktalar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma sunulurken kimi zaman görüşmecilerin çarpıcı ve önemli ifadelerinden alıntılar yapılmıştır.

Tezin birinci bölümünde sosyal medya kavramı, araçları ve etkileri ele alınmıştır. İkinci bölümde kimlik kavramı, kimlik türleri, internetin kimlik üzerindeki etkisi, dijital kimlik ve benlik sunumu konularına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise araştırmanın amacı, önemi, yöntemi ve örneklemini hakkında bilgi verildikten sonra çalışma neticesinde elde edilen veriler analiz edilerek sunulmuştur.

1. BÖLÜM

1. SOSYAL MEDYA

Bu bölümde sosyal medya kavramı ve özellikleri, sosyal medyanın doğuşu ve gelişimi, sosyal medya ortamı kullanım istatistikleri, sosyal ağ, sosyal medya araçları, sosyal medyanın bireysel ve toplumsal etkisi ele alınmıştır.

1.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya ilgili birçok tanım yapmak mümkündür. Yapılabilecek en kısa ve en uygun tanım: “Yeni Yaşam Alanımız” olacaktır. “Yediğimiz yemekten tutunda ameliyata giren yakınlarımıza kadar her türlü konunun paylaşıldığı yerdir. En özel anların paylaşarak beğeni alınmaya çalışıldığı sanal yaşam alanıdır” (Dülgerbaki, 2015: 15). Sosyal medya en genel anlamda kullanıcıların diğer kullanıcılarla çevrimiçi, fotoğraf, video, metin, içerik paylaşmasına olanak sağlayan web sitelerine verilen isim olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medyada önemli olan nokta katılım ve paylaşımdır (Kırık, 2013: 74).

Sosyal medya; “sosyal ağlar ve sosyal birliklerden” oluşan, karşılıklı bilgi, fikir, tecrübe ve etkilerin paylaşılabilirdiği internet topluluklarından oluşmaktadır. Kullanıcının hem yayıncı hem tüketici olarak yer alabildiği bir ortamdır (Sapçı, 2015: 14). Bu ortamda sosyal medya kullanıcıları yeni bir sanal topluluk oluşturmuştur. Bu sanal topluluk sayesinde bilgi belirli bir zümreye ait olma tekelinden kurtulmuştur. Bilginin tüketicisi olan birey aynı zamanda bilginin üreticisi konuma gelmiştir.

Sosyal medya, toplumun yeni dillerinden biridir. Bu dilin oluşumunda küreselleşme sürecinin önemi büyüktür. Günümüz dünyasında sosyal medya küreselleşmenin bizzat kendisi haline gelmiştir. Zira sosyal medya sayesinde birey, dünyanın herhangi bir yerinde mesafelere aldırış etmeden anlık olarak iletişim olanağına kavuşmuştur Bu hızlı paylaşım artık McLuhan’ın dünyanın “küresel bir köy olduğu” görüşünü değiştirmiştir. Dünya “evin odaları” kadar küçülerek daha yakın bir yer haline gelmiştir (Eraslan, 2016: 14). Aynı köyde yaşayan insanlar aynı evde yaşayan kişiler konuma geçmiştir. Diğer bir deyişle gizlinin saklının olmadığı bu ortamda

dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan insanda sizinle aynı evi paylaşan insan konumuna dönüşmüştür.

Günümüzde sosyal medya en önemli kitle iletişim araçlarından biridir. Dünyanın birçok yerinde yaygın olarak kullanılan sosyal medya toplumsal gündemi belirleyen önemli bir aktör haline gelmiştir. Belirli bir alanda sınırlandırmanın imkânsız olduğu bu ortamda, topluluk oluşturmada tutunda siyasal pazarlamaya kadar her alanda internet yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Tiryaki, 2015: 22-23).

İnsanların sosyal medya sayesinde farklı açılardan sosyalleşmeye başlamıştır. Zira burada sözü geçen sosyalleşme bu sanal ortamda yaşanan sosyalleşmedir (Karakoç ve Taydaş 2013: 218). Birey bu ortamda sosyalleştigiğine inandığı için profil oluşturarak sosyal medyaya üye olmuştur. Bu sayede gerçek hayatında sosyalleşmeyen veya sosyalleşmek için vakit bulamayan insanlar bu ortama daha aktif bir rol oynamaya başlamıştır.

Sosyal medyanın günlük hayata girmesiyle beraber alışkanlıklar değişmeye başlamıştır. Bizzat sosyal medyanın kendisi bir alışkanlık haline dönüşmüştür. Sosyal ağların ortaya çıkışı ve iletişim teknolojisindeki gelişimlerle kimlik performansı ya da benlik sunumu sanal ortamın koşullarına uyum sağlayacak şekilde görsel ve yazılı olarak ortaya konulur hale gelmiştir (Tiryaki, 2015: 22-23). Her geçen gün farklı özellikleri ortaya çıkan sosyal medyanın, gün geçtikçe önemi daha fazla artmaya başlamıştır (Yamamoto ve Şekeroğlu, 2014: 10).

1.2. Sosyal Medyanın Doğuşu ve Gelişimi

Teknolojide meydana gelen gelişmeler iletişim araçlarında büyük değişimlere sebep olmuştur. Değişimin ana sebebi insanların hıza ve zaman tasarrufuna olan ihtiyacından kaynaklanmıştır. Ayrıca bireyin var olma ve etkileşim kurabilme isteğinin de bunda büyük bir etkisi söz konusudur.

İletişim dünyasında yaşanan gelişmeler Samuel Morse'un 1844'de ilk telgraf mesajını göndermesiyle başlamıştır. Daha sonra ise sırasıyla 1876 Alexander Graham Bell'in telefonu icat etmesi, 1907'de Le De Forest'ın radyoyu icat etmesi ve 1926'da John Logie Baird tarafından televizyonun icat edilmesiyle devam etmiştir. Zaman

içerisinde bu araçlar gündelik hayatın vazgeçilmezleri haline gelerek iletişimin bireysellikten çıkarak kitleleşmesini sağlamıştır (Kuşay, 2013: 7).

İletişim teknolojisinde meydana gelen bu değişimler hiç kuşkusuz önemli gelişmelere de ön ayak olmuştur. Özellikle de bilgisayarın icadı ve internetin yaygınlaşmasıyla beraber iletişim süreci çok farklı bir boyuta doğru evrilmeye başlamıştır.

World wide web'in (www) halka açılmasıyla beraber sosyal medyanın ilk temelleri atılmıştır. 1990'lı yılların sonuna doğru insanların ilgi alanlarına göre forumlar oluşmaya başlamıştır. 1998 yılında kullanıcıların profil yaratma ve arkadaş listesi oluşturmaya fırsat tanıyan, arkadaş odaklı sixdegrees.com sitesi ilk sosyal ağ olarak ortaya çıkmıştır (Gönenli ve Hürmeriç, 2012: 218-219). SixDerges kısa bir süre sonra kendini yenilemek amacıyla kapanmış, onun yerini 2001 yılında Ryze.com almıştır. İş dünyasındaki yeni girişimcilerin iletişim kurmasını amaçlayan site, kısa sürede yaygınlaşmıştır. 2002 yılında ise Friendster, Ryze.com'u daha geniş kesime hitap etmek için tasarlanmıştır. Hızlı üye artışı yaşayan Friendster, teknik ve toplumsal bir takım problemlerle karşılaşmıştır. Birçok problemi içerisinde barındırması ve özellikle ücretli olacak söylentisi nedeniyle birçok kişi bu siteyi bırakarak alternatif sitelere yönelmeye başlamıştır. Bu site özellikle 2003 yılından sonra popülerliğini kaybederek yerini MySpace ve Facebook' a bırakmıştır (Toprak vd., 2014: 27).

Web 1.0 'dan sonra web 2.0'ın ortaya çıkması sosyal medyanın da ortaya çıkmasına ön ayak olmuştur (Mavnacıoğlu, 2015: 25). 2004 yılında web 2.0 ilk defa kullanılmaya başlanmıştır. Web 2.0 sayesinde kullanıcılar internette etkileşim içinde oldukları, web sayfalarını okuyup bu sayfalara içerik aktarabildikleri, yorum yapabildikleri yeni bir döneme girmişlerdir. Bu değişim kullanıcıların bu ortamda sosyal bir itibar kazanmasına olanak sağlamıştır. Dolayısıyla sosyalleşme yepyeni bir boyut kazandırmıştır. Bu ortamlar sadece bir bilgisayar programı olmanın önüne geçerek günlük hayatı etkilemeye başlamış ve “sosyal medya” olarak anılmaya başlamıştır (Düvenci, 2012: 43).

Web 2.0'ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte, tek yönlü bilgi paylaşımı ortadan kalmıştır. İnternet alanındaki bu değişim ve gelişim sosyal medyayı da

etkilemiştir. Sosyal medyanın çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlamıştır. Ayrıca zaman ve mekân sınırlaması olmadan mobil paylaşımın ve etkileşimin sağlanmasına hizmet eden (Tuncer, 2014: 12) bu durum sosyal medyanın daha fazla yaygınlaşmasını sebebiyet vermiştir.

1.3. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya ortamı hızla gelişen ve değişen bir yapıya sahiptir. Hızla gelişen ve değişen bu ortamın farklı özellikleri mevcuttur. Mayfield'e göre sosyal medyanın özelliklerini şu şekilde aktarmıştır (Vural ve Bat 2010:3351-3352):

Katılımcılar: Sosyal medya kullanıcıları cesaretlendirmekte ve sosyal medya her bir bireyden geri bildirim almayı sağlamaktadır.

Açıklık: Sosyal medya servisleri geribildirim ve katılımcılara açıktır. Sosyal medya servisleri oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda kullanıcılara cesaret sağlamaktadır. Sosyal medya ortamlarında çok nadir olarak ulaşımaya yönelik engeller koymaktadır.

Konuşma: Geleneksel medya yayına ilişkin iken (içerik aktarımı ya da dinleyiciye bilgi ulaşımı), sosyal medyada iki yönlü konuşmaya olanak tanımaktadır.

Toplum: Sosyal medya topluluklara hızlı ve etkili bir oluşum için izin vermektedir. Topluluklar da bu sayede sevdikleri fotoğraf, politik değerler, favori TV şovları gibi ilgili oldukları şeyleri paylaşma imkanı bulmaktadır.

Bağlantılık: Sosyal medyanın çoğu türü birbirleriyle bağlantı kurmalarına olanak sağlamaktadır. Diğer internet siteleri, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link verilmesine olanak tanımaktadır.

Bir diğer sosyal medya özellikler sıralamasını Dülgerbaki (2015: 19) tarafından yapılmıştır. Ona göre;

- Ücretsiz olması
- Global bir güce sahip olması
- Kişinin kendisi yayın politikasını belirlemesi
- Anlık olarak güncellenebilmesi

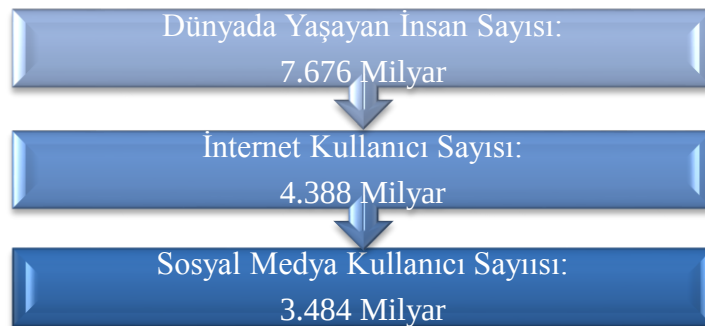
- Kişisel, ulusal ve uluslararası bir haber kaynağı olması
- Detaylı bir inceleme yapıldığında informal bir yapıya sahip oldukları ve zamanla kullanıcılar arasında bir dedikodu zincirine dönebilmesi
- Zaman ve mekân sınırlaması olmadan, paylaşım ve tartışmanın yapıldığı internet zinciri olması.
- Kişilerin, kendi ürettikleri içerikleri çok rahat bir şekilde internet ve mobil ortamda yayımlama imkânının sahip olması
- Kişilerin, başka kullanıcıların içeriklerini ve yorumlarını takip edebilmesi
- Kişinin sosyal medyada hem takip eden hem de takip edilen konumda olması
- Temelinde, kuralları belirlenmiş bir iletişim yerine bir sohbet mantığına dayanması

Sosyal medya kullanımının son yıllarda daha fazla yaygınlaşması ve kullanıcılar tarafından popüler hale gelmesin de yukarıda sayılan özelliklerin etkisi büyük olmuştur. Teknolojik gelişmelerin etkisiyle sosyal medya ortamında yeniliklerin ortaya çıkmasıyla birlikte her geçen gün bu özelliklere yenileri eklenmeye devam etmektedir.

1.4. Sosyal Medya Ortamları Kullanım İstatistikleri

Sosyal medya istatistikleri, We Are Social ve Hootsuite'in yayınladığı Global Digital 2019 raporu sosyal medya kullanımına yönelik güncel ve kapsamlı bilgiler içermektedir.

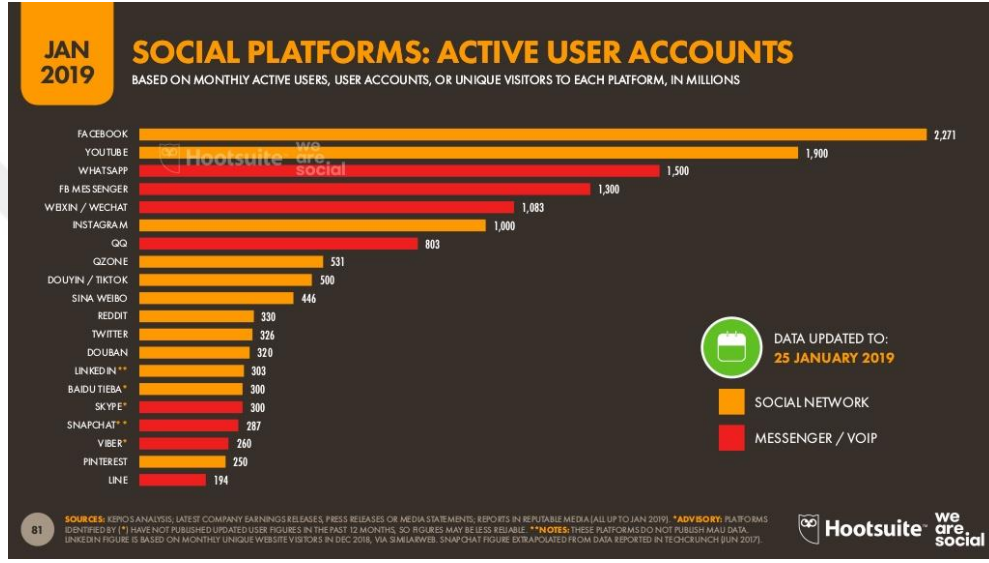
Tablo 1: Dünya’da Aktif Sosyal Medya Kullanıcı İstatistiği



wearesocial.com (2019): Global Digital 2019 Reports
 <<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>> (Erişim Tarihi: 13.02.2019).

Bu raporun 2019 yılı verilerine göre dünyada internet kullanım istatistiğine baktığımızda genel kullanıcı sayısının 4.388 milyar kişiye ulaştığı görülmektedir. Bu rakam dünya nüfusunun yarısından fazlasının internet kullandığı göstermektedir. Sosyal medya kullanıcı sayısı ise 3.484 milyar kişidir. Bu oran internet kullanıcı sayısının yarısından fazlasının sosyal medya kullanıcısı olduğunu ifade etmektedir.

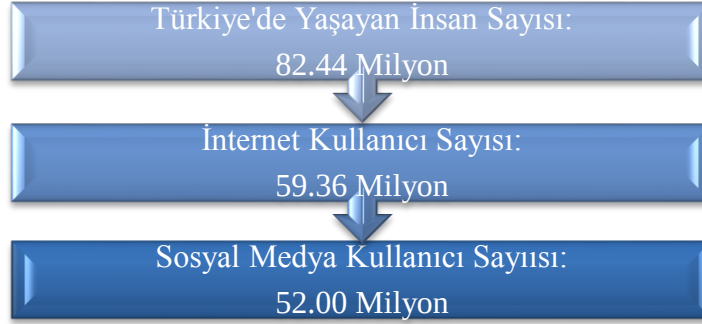
Şekil 1:Dünya’da Aktif Sosyal Medya Platformu Kullanıcı Sayısı



slideshare.net (2019a): Digital 2019 Turkey Raport <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01?ref=https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>> (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

Şekil 1’de görüleceği üzere dünyada en fazla kullanıcı sayısına sahip sosyal medya platformu 2.271 milyar kişiyle Facebook’tur. Facebook’un ardından Youtube 1.900 milyar kullanıcısı sayısı ile ikinci, WhatsApp 1.500 milyar kullanıcıyla üçüncü sırada yer almaktadır.

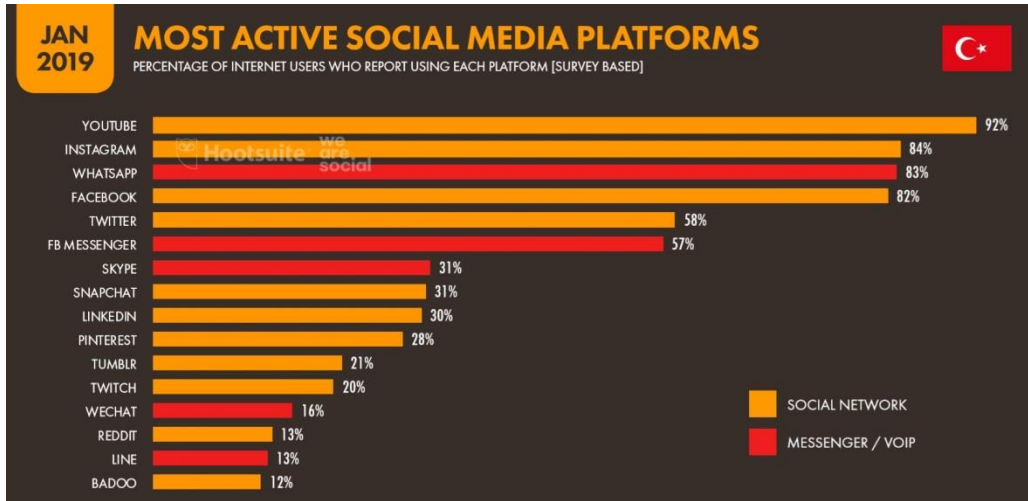
Tablo 2: Türkiye’de Aktif Sosyal Medya Kullanıcı İstatistiği



slideshare.net (2019b): Digital 2019 Turkey Raport <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01?ref=https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>> (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

Türkiye’de internet kullanım istatistiğine göre genel internet kullanıcı sayısı 54.33 milyon kişidir. Bu oran göz önüne alındığında Türkiye nüfusunun yarısından fazlasının internet kullandığı ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya kullanıcı sayısı ise 51 milyon kişiden oluşmaktadır. Bu da internet kullanıcılarının tamamına yakının sosyal medya kullanıcısı olduğunu göstermektedir.

Şekil 2: Türkiye’de Aktif Kullanılan Sosyal Medya Platformları İstatistikleri

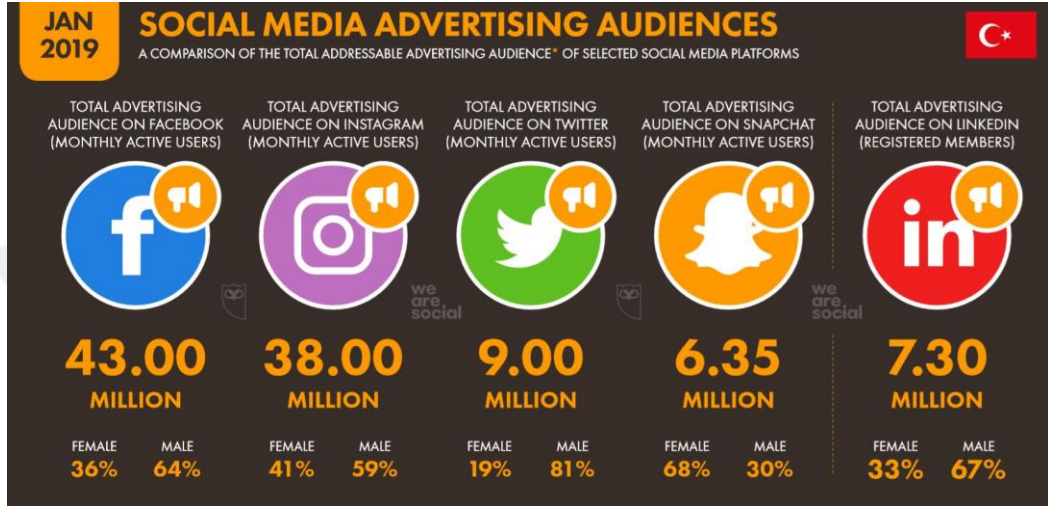


slideshare.net (2019c): Digital 2019 Turkey Raport

<<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01?ref=https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>> (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

We Are Social raporuna göre Türkiye’de sosyal medya kullanıcısı sayısı 52 milyon kişidir. Şekil 2’de görüldüğü üzere en fazla kullanılan sosyal medya platformu ise Youtube’dır. Youtube’dan sonra sırasıyla Instagram ve Facebook, Twitter, Snapchat ve LinkedIn platformları takip gelmektedir.

Şekil 3:Türkiye’de Sosyal Medya Araçları Kullanıcı İstatistiği



slideshare.net (2019d): Digital 2019 Turkey Raport <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01?ref=https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>> (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformlarının kullanıcı sayısı ve cinsiyet dağılımı şu şekildedir:

- En fazla kullanıcı sayısı olan platform 43 milyon kişiyle Facebook’tur. Platforma üye olanların çoğunluğu erkektir.
- Instagram platformunun 38 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. Facebook gibi Instagram da kadınlardan daha çok erkekler tarafından kullanılan bir platformdur.
- Twitter’in Türkiye’deki kullanıcı sayısı 9 milyon kişidir. Kullanıcılarından her 10 kişiden 8’i erkektir.
- Snapchat ise ülkemizde 6.3 milyon kullanıcıya sahiptir. Bu platform Facebook ve Instagramdan farklı olarak kadınlar tarafından daha fazla kullanılmaktadır.
- LinkedIn yine erkeklerin daha yoğun olarak kullandığı bir platformdur. Aktif kullanıcısı sayısı ise 7.3 milyon kişidir.

1.5. Sosyal Ağlar

Bireylerin kendileri ile ilgili kişisel bilgilere yer verebilecekleri, arkadaşlar edinebilecekleri ve var olan arkadaşları ile iletişim kurabilecekleri ve çeşitli etkinlikler düzenleyebilecekleri web sitelerine sosyal ağ adı verilmektedir (Tiryaki, 2015: 97). Sosyal ağlar sayesinde insanlar internet üzerinde diğer insanlarla iletişime geçmeye başlamış, onlarla fotoğraf, video, etkinlik gibi pek çok türden paylaşım yapma imkânına sahip olmuştur (Özutku, 2014: 114).

Sosyal medyayı kullanan birey sayısının büyük kitlelere ulaşmasıyla beraber, sosyal ağlar sosyal olayları da etkilemeye başlamıştır. Kişinin akla gelebilecek herhangi bir konuda düşüncelerini rahatlıkla açıklaması, herhangi bir ücret ödmeden diğer kullanıcıların düşüncelerini öğrenmesine fırsat tanımıştır (Karakoç ve Taydaş, 2013: 214-215).

Son yıllarda Facebook, Twitter ve Google+ gibi çevrimiçi sosyal ağlar küresel çapta etki gösteren mecralar haline gelmiştir. Küresel ölçekte bakıldığında Facebook tarafından yayınlanan bir çalışmada (2012), platform aylık yaklaşık 901 milyon aktif kullanıcıya sahiptir. Bu veriler ışığında Facebook, dünya üzerinde en büyük çevrimiçi sosyal ağ olarak tanımlanabilmektedir (Krombholz vd., 2012:176).

Sosyal ağ siteleri, kullanıcılarına online profiller ya da kişisel web sayfaları oluşturmaya imkan tanımaktadır (Tiryaki, 2015: 97). Bu profillerde kullanıcılar hakkında bilgiler yer almaktadır. Bu bilgiler, bireyin karşısındaki insanı tanımasına, karşısındaki insanında onu tanımasına olanak sağlamaktadır (Özutku, 2014: 114). Diğer bir deyişle günümüz dünyasında bu sosyal ağlar vasıtasıyla kişi kendine ait profil oluşturmakta ve bu profil altında kendisiyle ve kimliğiyle ilgili bir takım paylaşımlarda bulunabilmektedir.

Kimlik oluşturma süreci sosyal ağlarda dinamik olarak devam etmektedir. Sosyal paylaşım ağlarında paylaşılan her ileti, fotoğraf, konum bildirimi vb. unsurlar kişilerin kimliklerine eklenmekte, bir yaşam tarzını sergilemektedir. Dolayısıyla sosyal paylaşım ağlarındaki profillerimiz sosyal hayattaki kimlik inşasının bir aracı haline gelmektedir (Tokgöz Bakıroğlu, 2013: 1050).

Sosyal ağların ortaya çıkışı ve yaygınlaşmasıyla beraber özellikle iletişim teknolojilerin gelişmelerin öncülüğünde bireylerin kimlik sunumu veya benlik sunumu sanal ortamın koşullarına uygun bir şekilde yazılı ve görsel olarak sunulma olanağını elde etmiştir (Tiryaki, 2015: 23). Günlük yaşamda birey, siber uzamda nasıl görünmek istediği ve başkaları tarafından nasıl görünmek istediğiyle ilgili beklenti ve isteklere sahiptir. Bu nedenle kullanıcılar bu sanal ortamda kendi beklentileri ve isteklerine uygun kimlikler oluşturmaktadır (Kara,2015: 68).

Birey bu yeni mecrada kişisel kimliğini, gerçek ortamdan farklı bir şekilde sunabilmektedir. Fiziksel gerçeklikten sıyrılarak, bireysel kimliğini çevresel ve sosyal kısıtlamalardan bağımsız olarak yapılandırabilmektedir. Dijital bir ortam olan sosyal ağlar, kullanıcılarına Facebook platformundaki gibi avantajlar sağlamaktadır. Ayrıca birey kişisel bilgilerini bu platformda rahatça farklılaştırarak kendisi farklı bir kimlik ile ortaya koyabilmektedir (Durante, 2011: 595).

1.6. Sosyal Medya Araçları

İnternet kullanıcıları, çeşitli sosyal medya araçlarını kullanarak içerik üretmektedir. Üretilen içerikler paylaşılmakta, diğer kullanıcılarla ve kurumlarla iletişim kurulabilmektedir. Takip ettikleri kurumlardan, bireylerden ve ilgi alanlarıyla ilgili gelişmelerden sosyal medya sayesinde haberdar olmaktadır. Her sosyal medya hesabının kendine has bir takım özellikleri mevcuttur. Bu araçların her ne kadar ortak özelliği var olsa da, her sosyal medya aracı, karakteristik olarak diğer sosyal medya araçlarından ayrılmaktadır (Mavnacığlu, 2015: 27). Çalışmanın bu bölümünde sosyal medya araçları ve onları özellikleri kullanıcı sayılarından bağımsız olarak alfabetik sıra göz önüne alınarak sunulmuştur.

1.6.1 Bloglar

Bloglar, 1997 yılında bir grup programcının internet üzerinde dolaşırken beğendikleri siteleri kendi sayfalarında kısa açıklayıcı notlarla birlikte yayınlamasıyla başlamıştır. Bu tarz not düşme şekli, kolay kullanım araçlarının ortaya çıkıp yaygınlaşmasıyla birlikte daha farklı bir şekle girip kişilerin herhangi bir konuda

düşüncelerini ifade ettikleri platformlara dönüşmüştür. Yazı, ses ve görüntüyü bir arada barındıran bloglar çoğunlukla linkler aracılığıyla diğer bloglara, web sitelerine yönlendirme yapmaktadır. Çoğunlukla interaktif olan bloglar birbirinden çok farklı konularla alakalı olabilmektedir. Bir kısmı haber vermekte ya da başka haber sitelerinden özetler sunmakta, bir kısmı yemek, otomobil, moda gibi kişilerin kendi ilgi alanlarına dair bilgiler içermektedir. Bazıları ise kişilerin kendi yaşadıklarını anlattıkları “çevrim içi günlük” olarak karşımıza çıkmaktadır (Çakır, 2009, s.98).

Blogların modern medya çağının yeni bir aşaması olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Haberin ve çevresindeki tartışmanın geniş kitlelere ulaşmasında bloglar ve internet siteleri artık belirleyici rol oynamaktadır. Bloglar, bilgiyi kontrol etme gücüne sahip olan büyük medyayı da zorlamaya başlamıştır. Bu ortam geleneksel büyük medyaların aksine bireyin kendisini ifade edebildiği ve sansürün olmadığı siber bir alem olarak karşımıza çıkmaktadır (Atikkan ve Tunç, 2011, s.11).

1.6.2. Mikro Blog

Mikro bloglar, kullanıcıların belirli karakter sınırlaması içerisinde paylaşım yapmasına olanak sağlayan sosyal medya aracıdır. Ayrıca anlık olarak duygu, fikirlerin, bir konu hakkında düşüncelerin ve kullanıcıların o anda ne yaptıklarıyla ilgili bilgilerin takipçileriyle paylaşımına olanak sağlamaktadır. Dünyada ve Türkiye’de en çok kullanılan mikro blog Twitter’dır (Mavnacıoğlu, 2015:44).

1.6.3. Wikiler

Wiki sözcüğü Hawaii dilinde hızlı anlamına gelmektedir. İlk kez yazılım geliştiricisi Ward Cunningham tarafından kullanılmıştır. Cunningham, yazılımcıların fikirlerini kolayca paylaşabilmesi için wiki wiki web adlı bir yazılım geliştirmiştir. Bu yazılım ana formatı içeriği kolayca oluşturulabilen ve düzenlenebilen çok sayıda birbirine bağlı web sayfalardan oluşmaktadır. Dünyadaki popüler wiki siteleri ise; elektronik ansiklopedi olan Wikipedia, bir haber sitesi olarak Wikinews, wiki linkleri sunan web portalları olan AboutUs gibi sitelerdir(Eldeniz, 2010: 21-22).Bu sitelerdeki bilgi akışını üye olan kullanıcılar sağlamaktadır. Yani wiki sitelerine üye olan her bir kullanıcı o sayfanın editörü konumundadır. Özetle birey, wiki sayfalarında hem enformasyonu tüketen hem de enformasyonu üreten konumundadır.

1.6.4. Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal ağlar, internet kullanıcılarının kendilerine ait bir profil oluşturup ağa katılmasına olanak sağlamaktadır. Kullanıcılar bu ağlar vasıtasıyla diğer kullanıcılarla iletişime geçerek, paylaşımda bulunarak, etkileşime girmektedir (Mavnacıoğlu, 2015:54). Aşağıda bazı önemli sosyal ağ siteleri ve özelliklerine kullanıcı sayılarından bağımsız olarak alfabetik sıra göz önüne alınarak yer verilme yoluna gidilmiştir.

1.6.4.1.MySpace

2003 yılında Thomas Anderson tarafından Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) kurulmuştur. Sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlık kurmasını sağlayan MySpace; kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırabildiği bir sitedir. Özellikle ücretsiz kullanım imkanına sahip olması genç ve deneyimsiz sanatçı adaylarının şarkılarını bu siteye yükleyerek büyük kitlelere ulaşmasına olanak sağlamaktadır (Eraslan, 2016: 129).

1.6.4.2. Facebook

Sosyal medya denince ilk akla gelen site Facebook'tur. Facebook'un kuruluş amacı, insanların arkadaşlarıyla iletişim kurmasına olanak sağlamak ve karşılıklı bilgi alışveriş yapmasına hizmet etmektedir. Harvard Üniversitesi öğrencisi olan Mark Zuckerberg tarafından 4 Şubat 2004 yılında kurulmuştur. İlk başta Harvard öğrencileri için kurulan Facebook zamanla Boston civarındaki okulları ve kısa ABD'deki tüm okulları bünyesinde toplamıştır. Daha sonraki süreçlerde ise dünya genelinde kullanılmaya başlanmıştır (Gündüz, 2013: 137).

Şuanda gelinen noktada ise dünyada en fazla kullanıcı sayısına sahip sosyal medya platformu 2.271 milyar kişiyle Facebook'tur (slideshare.net, 2019) Facebook bünyesinde; video, müzik ve fotoğraf paylaşımı, anında mesajlaşma, görüntülü sohbet, detaylı arama gibi özellikleri bulundurmaktadır. Facebook kullanıcılarına; arkadaşlarının profilini takip etme, onların ne yaptığını ve neyi paylaştığını görebilme, istedikleri gruplara katılabilmesine olanak sağlaması gibi nedenlerle dünyanın en popüler sosyal ağı konumuna gelmiştir (Mavnacıoğlu, 2015: 57).

1.6.4.3 LinkedIn

İş dünyasına yönelik bir hedef kitlesi olan LinkedIn, resmi olarak 5 Mayıs 2003 tarihinde kurulmuştur. Kuruluşunun ilk ayında 4.500 üyeye ulaşan LinkedIn 30 Eylül 2012 tarihinde yapılan araştırma sonucuna göre saniyede iki kullanıcı bu platforma üye olmaktadır (Kuyucu, 2013: 124). İş çevresi, iş arkadaşları, potansiyel yeni iş bağlantıları kurma ve güncel bir özgeçmiş sergilenmesi gibi çeşitli konularda imkân tanıyan LinkedIn hem dünyada hem de ülkemizde hızla büyüyen sosyal bir platformdur (Vardarlier, 2016: 32).

1.6.4.4. Google+

Google Plus, Facebook'a rakip olması amacıyla Google tarafından Haziran 2011 yılında kurulmuş kimlik doğrulama ve sosyal ağ hizmetidir. Google Plus olarak bahsedilen ağ G+ şeklinde kısaltılmaktadır. G+ en önemli farkı 'çevreler' olarak bilinen küçük sosyal alt gruplar arasında paylaşım yapma olanağı sunmasıdır. 28 Haziran 2011 yılında duyurulan Google Plus ilk yıllarına üyelerini davetiye yoluyla kabul etmiştir. Daha sonra ise 18 yaş üstü herkesin üye olmasına olanak sağlamıştır. Google Plus kullanıcılarına, farklı insanlarla farklı bilgiler paylaşmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca farklı sosyal çevrelerinde katılabileceği bir platform olan Google Plus, aynı zamanda mesajlaşma özelliğine de sahiptir (Vardarlier, 2016: 34).

1.6.5. Fotoğraf Paylaşım Siteleri

Fotoğraf paylaşımı sitesi kullanıcıların özel veya genel fotoğraflarını çevrimiçi transfer yoluyla başkalarıyla paylaşması anlamına gelmektedir. Çalışmaların bu kısımda belli başlı fotoğraf paylaşım siteleri sıralanmış ve bunlar hakkında kısa bilgilere yer verilmiştir.

1.6.5.1. Flickr

Şubat 2004'te Ludicorp tarafından geliştirilmiş, sosyal medya piyasasında üç büyükleri (Facebook, Youtube, Twitter) zorlayan sosyal medya aracıdır. Yaygın olarak kullanılmasının nedeni Bloggerların Flickr'i fotoğraf deposu olarak kullanmasından kaynaklanmaktadır. Ücretsiz olarak kullanıcıların 1 TB fotoğraf gönderme sınırı vardır (Eraslan, 2016: 79). Bu durum Flickr'in kullanıcılar tarafından yaygın bir şekilde tercih edilmesine neden olmuştur.

1.6.5.2. Instagram

Instagram, kullanıcıların ücretsiz fotoğraf paylaşmasına imkan tanıyan sosyal medya aracıdır. Instagram daha çok görsel tabanlı bir uygulamadır. Instagram, kullanıcıların fotoğrafları üzerinde filtre uygulamasına ve bu fotoğrafı sosyal medya eş zamanlı olarak paylaşmasına olanak sağlamaktadır. Diğer bir deyişle Instagram; çekilen fotoğrafların çeşitli efektler ekleyip kullanıcının profilinde paylaşmasına, yorum yapabilmesine, kullanıcıların birbirini takip etmesine ve birbirleriyle iletişim kurmasına olanaklar sunmaktadır (Uzundumlu, 2015: 36). Ayrıca Instagram'ın video özelliği de bulunmaktadır. Kullanıcıların kısa video ve fotoğraf paylaşmasına olanak sağlayan Instagram, reklam amaçlı bir uygulama olma yolunda da emin adımlarla ilerlemektedir (Varderlier, 2016: 40). Sosyal medyanın tüketiciyi aracısız olarak üreticiyle buluşturması, herhangi bir kısıtlamaya gitmeden kullanıcı ve firmanın kendilerini ifade edebilmesini olanak sağlaması, pazarlama iletişiminin çehresini de değiştirmiştir. (Çekiç Akyol vd., 2014: 129). Pazarlama iletişimindeki bu değişim firmaların, sosyal medya ortamlarından olan Instagram da tüketicilere yönelik reklam üretmesine olanak sağlamıştır.

1.6.5.3. Pinterest

Pinterest, başta yemek tarifleri, ev fikirleri, stil ilhamları olmak üzere pek çok konuda keşif imkânı sunan bir platformdur. Pinters ana sayfa merkezli bir uygulamadır. Ana sayfa, kullanıcıların ilgi alanlarına dayalı fikirlere sahip içeriklere ulaşmasına olanak sağlayan ve takip edilen kişilerin kaydedildiği yerdir (pinterest.com, 2019). İnternet tabanlı olarak kurulan Pinterest, kullanıcıların ilgisini çeken konu ve objeleri paylaşmasına imkân tanımaktadır. Pinterest, online panoları sayesinde kullanıcılara ilgi alanlarına göre paylaşım yapmalarına ve var olan paylaşımları görmesine olanak sağlamaktadır. Bu sosyal medya aracının amacı kullanıcıların daha fazla takipçi elde etmesi yerine takipçilerin daha özgün bir niteliğe sahip olmasıdır (Kuyucu, 2013: 124).

1.6.6. Video Paylaşım Siteleri

Kullanıcıların video içeriği paylaşmasına ve video izlemesine olanak sağlayan sitelere video paylaşım siteleri denmektedir. Çalışmanın bu kısmında dünya üzerinde var olan belli başlı bazı video paylaşım sitelerine değinilmiştir.

1.6.6.1. Dailymotion

2005 yılında kurulan Dailymotion, 250 milyon üyesi olan global bir video yayın hizmetidir. Dailymotion; Vivendi'ye şirketi bünyesinde hizmet vermektedir. Alanında uzman kişilerce seçilmiş videolar, akıllı algoritma ve yine uzman kişilerce tasarlanmış oynatıcı programlarla kullanıcılara video izleme imkânı sağlamaktadır. Ayrıca New York, Singapur ve Marsilya'da da ofisleri bulunan Dailymotion'un, merkezi Paris'tedir (ondailymotion.com, 2019).

1.6.6.2. Youtube

YuoTube, 2005 yılında Chad Hurley, Jawed Karim ve Steve Chen tarafından kurulmuştur. Bu video paylaşım sitesinde, kullanıcıların birer profil açarak içerik üretmesine olanak sağlanmaktadır. Günümüzde birçok video paylaşım sitesi olmasına rağmen bunların arasında en popüler YouTube'dir. Adındaki "Tube" sözcüğü televizyona gönderme yapılması için kullanılmıştır. İlk başlarda internet ortamında bir video deposu olarak düşünülmüştür. Kullanıcıların yayınladığı içerikler sayesinde kurulma amacının dışına çıkarak zenginleşmiştir (Kuyucu, 2013: 135).

YouTube kullanıcıları diğer kullanıcıların yüklediği video klipleri izleyebilmektedir. Ayrıca istedikleri zaman kendi video klibini YouTube'ye ekleyerek yayınlatabilmektedirler. YouTube kullanıcıları geliştirdikleri içerikler, video klipler, film, TV programları parçacıklarını ve müzik videolarını bu platformda sunabilmektedir. YouTube'a günde 65.000 adet yeni video klip eklenmekte ve ayrıca bu web sitesi üzerinden 100 milyona yakın video klip izlenmektedir. YouTube kullanıcıları paylaşılan video klipleri değerlendirip not verebilmektedir. Ayrıca kullanıcılar videolara yorum yazabilmektedir. YouTube yetkilileri de kullanıcıların şikayetleri üzerine kullanım koşullarına uymayan videoları inceleyerek silmektedir (Bedir, 2016:24).

1.7. Sosyal Medyanın Etkileri

Sosyal medya, insan hayatını etkileyen ve değiştiren sanal bir ağ topluluğudur. Çalışmanın bu kısmında sosyal medyanın anonimliğe, kimliğe, mahremiyette, benliğe, gerçekliğe, toplumsal harekette, gündem belirlemeye ve bağımlılığa etkisi irdelenmiştir.

1.7.1. Anonimliğe Etkisi

Anonimlik olgusuna, sahte kimlikli kullanıcı da denebilmektedir. Kullanıcıların sahte kimlik oluşturarak sosyal medyada hesap açması, serbestçe fikir alışverişinde bulunması, tartışmalara girmesi, çeşitli hareket veya örgütlere destek vermesi mümkün olmaktadır (Öztürk, 2015: 304). Ayrıca insanlar kendileriyle ilgili bilgilerin ifşa edilmesinden korkmaktadır. Bundan dolayı kullanıcılar anonimliği kullanarak sosyal medya ortamında gizlenmeyi tercih etmektedir. Kullanıcı sosyal medya ortamında anonim kalarak, toplum içerisinde kendini ifşa etmeden hayatıyla ilgili paylaşımlara yer verebilmektedir. Bu da bireyin gerçek kimliğini bu ortamda saklamasına neden olmaktadır (Jarvis, 2012: 161).

1.7.2. Kimliğe Olan Etkisi

Kimlik çalışmalarındaki önemli dönüm noktalarından biri, kimliğin ne olduğuna ilişkin sorgulamanın yerini söylemsel olarak nasıl inşa edildiğine yönelik tartışmalara bırakmasıdır. Bu yeni dönemde, kimliğe bakış açısı da değişmiş, kimlik artık bütünlüklü ve sabit değil, parçalı, çelişkili ve çoklu bir yapı olarak görülmeye başlanmıştır. Daha önce, sosyal grup ve kategorilerin neredeyse doğal ve verili olduğu düşünülürken, yeni dönemde, sosyal grupların söylemsel olarak nasıl oluşturulduğu ve sosyal grupların akışkan ve esnek yapısı üzerinde odaklanılmıştır (Varol, 2014: 305). İşte kimlikte meydana gelen bu değişim ve sosyal medyayla ilgili yapılan çoğu tanımlamalar, Web 2.0 teknolojisinin gelişimiyle paralellik arz etmektedir. Bu sistemin eşzamanlı ve birden fazla kullanıcı bilgi paylaşımına olanak sağlaması ve kendisini sürekli yenilemesi interneti dolayısıyla sosyal medyayı toplumsal merkezli bir güç haline getirmektedir. (Özutku, 2014: 29).

1.7. 3. Mahremiyette Olan Etkisi

Mahremiyet, birey ve toplum açısından son derece önemli bir konudur. Mahremiyet, kişinin bireyselliğini geliştirmesine olanak sağlamasının yanı sıra kişisel özerkliğini de korumaktadır. Mahremiyet bir “öz-belirleme” hakkıdır. Mahremiyet sayesinde insanlar arkadaşlık, aşk ve evlilik gibi yakın ilişkiler kurup geliştirebilmektedir (Kuyucu, 2015: 30).

Kişilerin, kendilerine ait bir web sayfası oluşturmalarının asıl amacı, siber uzam denilen yeni ortamda kendilerini tanıtmaya arzularından kaynaklanmaktadır. Genellikle bu

tanıtma çabası, insanların kendini ifşa etmesiyle sonuçlanmaktadır. Zira insanlar kendisiyle ilgili vermek istediği görüntüyü bilinçli ya da bilinçsiz olarak sunarak kendi kendilerini ifşa etme durumuyla karşı karşıya kalmaktadır (Vardarlier, 2016: 20).

Sosyal medya kendi kahramanlarını ve kendi fenomenlerini yaratan bir platform haline gelmiştir. Takipçi sayısının artması sosyal medya kahramanlarının ana akım medyada yer almasını sağlamaktadır. Sosyal medya kullanıcıları bu fenomenlerin yazdıklarını, izlediklerini, yorumlarını takip etmektedir (Eraslan ve Eser, 2015:29). Birey sosyal medyada bazen farkında olmadan yaşamlarıyla ilgili en mahrem detayları metalaştırıp paylaşabilmektedir. Kişi bu mahremiyet paylaşımını gönüllü olarak yapmakta, kimseye ihtiyaç duymadan ben buradayım demektedir (Arık, 2013: 124).

Sosyal medyanın mahremiyete olan etkisine şarkıcı Hilal Cebeci örneğini verebiliriz. Twitter hesabında ilk defa köpeğinin fotoğrafını paylaşan Cebeci, daha sonra sosyal medya hesabında kendisiyle ilgili çektiği seksi fotoğrafları paylaşmış ve bu sayede hızla popülerliğini artırmıştır. Takipçi sayısı 1 milyon 200 bin civarına ulaşmıştır. Arık (2013: 127) bu durumu Cebeci'nin bu şekilde sosyal medya ortamında mahremiyetini ifşa etmesiyle şöhretini yeniden kazanarak gündem oluşturma istediğine bağlayarak açıklanabileceğine dikkati çekmiştir.

Mahremiyet insan hayatında önemli bir kavramdır. Bazen isteyerek bazen de istemeyerek özel hayatımızda birtakım önemli bilgileri insanlarla paylaşma durumu ile karşı karşıya kalabilmekteyiz. Özellikle sosyal medyada özel hayatın paylaşılması mahremiyet sınırının aşılmasına neden olmuştur. Sosyal medyada tanıdığımız veya tanımadığımız insanların özel hayatlarının her anını paylaşımları, kendi mahremiyetlerini ifşa ettikleri anlamına gelmektedir.

Sanal ortamlarda oluşturulan kimliklerin inşası sırasında üzerinde durulması gereken önemli hususlar söz konusudur. Çevrim içi ortamda görülmenin, bakılmanın, dikizlenmenin pornografik mantığın giderek egemen hale gelmesi bu hususlardan bir tanesidir. Birey çevrim içi ortamda görüldüğü sürece var olabileceğini düşünmektedir. Bu da bireyin herkesten daha iyi bir kimlik oluşturmaya çalışırken benliğini araçsallaştırmasına neden olmaktadır. Kendi kimliğini yükselten birey diğerlerini nesneleştirmektedir. Süreç sonunda kişinin özel yaşamına ait mahremiyetin ortadan

kalkması durumu ortaya çıkmaktadır. Toplumda görülmenin ve çevre tarafından olumlama durumunun en üst düzeyine ulaşması, mahremiyetsiz bireylerin oluşmasına neden olmaktadır (Kara, 2015: 70).

1.7.4. Benlik Sunumuna Etkisi

Birey, kendisine ilişkin bilgileri sosyal paylaşım ağlarında paylaşarak, görselliğe dayalı gerçek veya kurgusal benlik sunumunu gerçekleştirmektedir (Algül, 2018 :26).Günümüz dünyasında insanların teknolojiyle iç içe yaşamaları benlik sunumunu da etkilemiştir. Birey zamanla gerçek hayattaki benliğini sosyal medya ortamına aktarma ihtiyacı hissetmiştir. Böylelikle son yıllarda popüler olan sosyal medya araçları sayesinde benlik sunumu sanal ortama taşınmıştır. Bu sayede insanların benlik sunumlarını istedikleri zaman ve şekilde gerçekleştirme fırsatını elde etmiştir (Çakmak, 2018: 308).

1.7.5. Gerçekliğe Etkisi

Sosyal paylaşım ağlarında birçok blog, video ve fotoğraf paylaşım siteleri yer almaktadır. Paylaşım ağlarında kullanıcılar genellikle gerçek kişilikleriyle üyelik oluşturmaktadır. Birey, paylaşım ağlarında çoğunlukla çevresindeki insanlarla iletişim kurmakta ve arkadaşlık siteleri olarak tanımlanan bu mecrada içerik paylaşmaktadır(Tokgöz Bakıroğlu, 2013: 1050). Bu paylaşım ağlarında kendi hayatını yansıtan kullanıcılar aynı zamanda gerçekliklerini de paylaşmaktadır.

Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağ siteleri sayesinde gerçek kimliklerle oluşturulan profiller internetteki etkileşimini farklı boyutlara taşımaktadır. Jarvis,'e (2012: 162) göre insanlar Facebook'ta tıpkı gerçek hayattaki gibi gerçek insanlarla gerçek ilişkiler kurduklarına inanmaktadır. Ona göre bu düşünce aslında büyük bir yanılgı içermektedir. Çünkü insanlar hayatları boyunca birçok kimliği içinde muhafaza etmektedir. Örneğin biri iş için, bir diğeri okul için, bir diğeri ev için, bir diğeri arkadaş ortamımızda kullanmak için oluşturduğumuz kimlikler söz konusudur. Bu kimlikleri gerçekliğe uygun bir şekilde sosyal medya hesabında paylaşmak kimi zaman mümkün olamamaktadır. Zira insanlar kendileri için oluşturdukları gerçekliği sosyal medya ortamında sunarak kendi gerçeklikleri doğrultusunda bir dünya yaratmak yoluna gitmektedir.

1.7.6. Toplumsal Hareketlerde Etkisi

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler yeni bir medya ortamının hayatımıza girmesini sağlamıştır. Bu ortamın etkileşimsellik, kitlesizleştirme ve eşzamanlılık gibi temel özellikleri bireylerin fiziksel ortamda bir araya gelme zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Bu durum bireysel ve toplumsal iletişimi önemli ölçüde etkilemiştir. Özellikle 2000’li yıllardan sonra literatüre giren sosyal medya, internet ve akıllı telefon teknolojilerinin de gelişmesiyle iletişimi farklı alanlara doğru evrimleşmiştir. Birey ve grupların internet üzerinden birbirleriyle gerçek zamanlı olarak diyalog kurmasına, çift yönlü veri ve enformasyon paylaşmasına olanak tanımıştır. Artık ana akım medya aracılığıyla sesini duyuramayanlar için de önemli bir iletişim platformu ortaya çıkmıştır (Sayımer, 2014: 97-98).

Sosyal medya, içeriğinin kullanıcılar tarafından oluşturulan ve yüksek etkileşime sahip bir ortamdır. Anımsal özellikleri sayesinde toplumsal hareketleri daha hızlı haberleşme ve örgütlenme fırsatı vermektedir. Ayrıca sosyal medya ortamı, toplumsal hareketlerin kendi alternatif medyaları yaratmasına olanak sağlamaktadır (Şener, 2013: 254). Sosyal medya, sosyal ve muhalif hareketleri değiştirip dönüştürmekte bu da yeni bir direniş kültürünün doğmasına neden olmaktadır. Örneğin Time dergisi 2011 Yılın Kişisi olarak; ‘protestocu’, ‘göstericileri’ seçmiştir. ‘Arap Baharı’, ‘15-M Hareketi’, ‘Atina’, ‘Londra’, ABD’de başlayan ‘Wall Street’i işgal et’ ya da Rusya’da Protestolara katılan tüm bu insanlar bu yaygın kuruluşa göre yılın kişisidir. Bu da sosyal medyada örgütlenerek başlayan protestoların ana akım medyada kendine yer bulabileceğini göstermektedir (Ferrerias, 2013: 274). Sosyal medya ortamında örgütlenerek yapılan toplumsal hareketlerin, ana akım medyasının en güçlü dergilerinden birinde kendisine yer bulması bu bağlamda gerçekten çok önemli bir durumdur.

1.7. 7. Gündem Belirlemeye Etkisi

Sosyal medya sayesinde insanlar düşüncelerini/fikirlerini açık bir şekilde ifade edebilme olanağı yakalamıştır. Birey, dünyada ve vatandaşı olduğu ülkede neler olduğunu bu ortamda öğrenebilmektedir. Ayrıca bu durum karşısında sadece izleyici olarak kalmayarak, düşüncelerini sosyal medya ortamında dile getirmektedir. Yani birey artık bu ortamda gündemi takip eden pasif izleyici konumundan çıkıp gündemi

etkileyen aktif bir hale gelmiştir. Sosyal medya sayesinde bireyler var olan çeşitli sorunlara karşı örgütlenme ve birlikte hareket etme olanağı bulmuştur. Bu da sosyal medyanın gündem belirlemeye etkisini ortaya koymaktadır. Dünyada “Wal Street’i işgal et” ve “Arap baharı” gibi sosyal olaylar, Türkiye’de ise “Gezi olayları” sosyal medyanın gündem belirlemeye olan etkisini ortaya koyan önemli örneklerden bazıları teşkil etmektedir (Kılıç, 2015: 1).

1.7.8. Bağımlılığa Etkisi

Bağımlılıkla ilgili birçok tanım yapmak mümkündür. TDK’ya göre “bağımlı”: “başka bir şeyin istemin, gücüne ve yardımına bağlı olan, özgürlüğü özerkliği olmayan” ve “bir kimseye veya şeye maddi ve manevi yönden aşırı bağlı olan” gibi anlamlara gelmektedir. Bağımlılık sözcüğü ise bu kavramı; “bağımlı olma durumu, tabiiyet” gibi ifadelerle açıklamaktadır (tdk.gov.tr, 2018).

İnternet teknolojisi her türlü bilginin paylaşmasına imkan tanımaya başlamıştır. Kişi internet sayesinde haberleşmenin yanı sıra sosyal paylaşım ağlarını kullanarak taleplerini, duygu ve düşüncelerini aktarabilmektedir. Kendi hobisine uygun gruplara üye olan birey tanımadığı insanlarla iletişime geçebilmekte ve online oyun oynayabilmektedir. Ancak bu sosyal ağlara sürekli bağlanma isteği insanlar için çok büyük bir tehlike olan sosyal medya bağımlılığı durumunu ortaya çıkarmaktadır (Kırık, 2017: 86). Bu durum Young (2007’den aktaran Yılmaz vd., 2014: 134) tarafından alkol ve sigara bağımlılığına benzetilmiştir. İnternet bağımlılığı gösteren en önemli işaretler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

- İnternete planlanandan daha fazla vakit geçirme,
- Keyif almak için giderek daha fazla oranda internet kullanma gereksinimi duyma,
- İnternetle ilgili aşırı zihinsel süreç yaşayıp, sürekli olarak interneti düşünme ve internette yapılacak aktivitelerin hayalini kurmaya başlamak,
- İnternet kullanımını kontrol edememe, azaltma ve tamamen internetten kopma girişiminin başarısız olması, internet kullanmama nedeniyle huzursuzluk, çöküntü veya kızgınlık durumunun hissedilmesi,

- Zamanın çoğunluğunu internete geçirilmesi nedeniyle aile, okul, iş ve arkadaş çevresiyle sorunlar yaşanması,
- Eğitim veya kariyerle ilgili fırsatları tehlikeye atma ya da bu fırsatları kaybetme,
- İnternette geçirilen vakitle ilgili yalan söyleme,
- Var olan sorunlardan ve olumsuz duygulardan kaçmak için interneti kullanma.



2. BÖLÜM

2. KİMLİK VE SOSYAL MEDYA

Bu bölümde kimlik kavramı, kimlik türleri, internetin kimlik üzerindeki etkisi, dijital kimlik, benlik sunumu ile sosyal medyanın kimlik üzerindeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2.1. Kimlik Kavramı

Kimlik, bireyin vazgeçilemez bir parçasıdır. Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre kimlik; “Toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü” olarak tarif edilmektedir (tdk.gov.tr, 2017). Kimlik, bireyin kim ya da ne olduğunu zamanla keşfedip sahiplenmesiyle ortaya çıkmaktadır (Ogidi, 2015: 49). Kimliksiz bir hayat yaşamak belki de mümkündür, ama bu toplum tarafından kabul görmeyen bir durumdur. Kişi hayatı boyunca bir kimliğe ihtiyaç duymakta ve bu kimlikle var olmayı tercih etmektedir (Aktaş, 2008: 73). Kimlik, sosyal hayatın oluşturduğu sistemin en temel ve en önemli konusudur. Kimlik sayesinde bireyin üyesi olduğu toplum, sosyal çevre ve toplumdaki statüsü belirlenmektedir.

Kimliğin temelinde ben, biz ve ötekiler arasında karşıtlık ilişkisi vardır. “Ben kimim?” sorusu bireyi diğer kişilerden ayırt etmektedir. “Biz kimiz?” sorusu ise kültürel, toplumsal ve siyasal olarak birleşenleri ortak değer, inanç ve yaşantılardan doğan benzerlik duygusuna cevap arayarak diğerleri ve ötekilerden ayrılmayı sağlamaktadır (Zıllıoğlu, 2008: 35).

Kimlik, son 40 yıldır sosyal bilimin pek çok alanında popüler bir araştırma konusu haline gelmiştir. Kimliğin ne anlama geldiği, kapsamında nelerin olduğu konusu disiplinlere göre farklılıklar göstermektedir (Ogidi, 2015: 49).

Kimlik kavramıyla ilgi birçok farklı tanımlamalar yapılmıştır bu farklı tanımlamaların sebebi ise yazarların bakış açılarına ve analiz düzeylerine göre farklılık göstermesinden kaynaklanmaktadır. Nuri Bilgin’e göre kimlik bir kişi veya grubun kendisini tanımlaması ve kendini diğer kişi veya gruplar arasında konumlamasıdır. Bu durum kişi veya grubun kimlerle, dost veya düşman olacağını, kimlerle birlikte veya rakip olacağını göstermektedir (Bilgin, 2007: 11).

Birey, içinde yaşadığı toplum tarafından belirli bir kimlik ile tanımlansa dahi söz konusu olan kimliği oluşturan topluma karşı aidiyet duygusu taşııyorsa, atfedilen kimliği sahiplenmeye bilmektedir. Kimliğin oluşum sürecinde toplum bireye kimlikle ilgili birçok seçenek sunmaktadır. Birey bu seçimi kendi istek ve iradesiyle yaparak kendi kimliğini oluşturmaktadır. Fakat birey bu seçimi tamamen kendi özgür iradesiyle yapamamaktadır. Zira birey bu noktada toplumun değerlerini de göz önüne alarak seçimini gerçekleştirmek zorunda kalmaktadır.

Bireyin hayatı boyunca tek bir kimlikle kendini tanıtması çok zor bir durumdur. Bundan dolayı kişinin birçok kimliğe sahip olması doğal bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, bir insan hem Türk, hem Müslüman, hem de kadın kimliğine sahip olabilmektedir. Bu kimlikler farklı platformlarda farklı nedenlerle ortaya çıkarmaktadır. Özellikle birey tehdit unsuruna bağlı olarak gizli tuttuğu kimliğini birden bire görünür hale getirebilmektedir (Akkaş, 2013: 72).

2.2. Kimlik Türleri

Sosyal bilimlerde, ben, benlik-kendilik, kişilik ve kimlik kavramları genellikle aynı anlamda kullanılmaktadır. Kimlik kavramının tam bir tanımını yapmak için bu kavramların birbirinden kesin olarak farklılıklarının ortaya konulması gerekmektedir (Mora, 2008: 4). Kimliğin birçok tanımı olmakla beraber birçok türü de mevcuttur. Çalışmanın bu kısmında kimlik türleri hakkında bilgi verilmiştir.

2.2.1. Bireysel Kimlik

Bireysel kimliği oluşturan pek çok birleşen vardır. Bireysel kimliğin parçaları; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, siyasi görüş, yaşam tarzı, zevkler, etnik yapı, ait olunan kültür, dinsel tercihler gibi faktörlerden oluşmaktadır. Birey; aynı anda baba, oğul, abi, dayı veya komşu olabilmektedir. Aynı zamanda sosyalist düşünceye sahip bir birey, bir futbol takımını tutan taraftar gibi farklı rollere sahiptir. İşte bütün bunlar kimliğin parçasını oluşturmaktadır (Anık, 2012: 40).

Bireysel kimlik, bir kişinin başkalarından ayırt edilmesini sağlayabilecek özellikleri içermektedir. Ayrıca bireyin diğer kişilerle olan benzersizlikleri de ortaya koymaktadır. Kişilik, bireyi diğer insanlardan farklı kılan bir dizi özellik olarak

tanımlanmaktadır. Bireysel kimlik, bir insanı oluşturan benzersiz niteliklerin anlaşılma ve keşfedilme sürecini içermektedir. Yani bireysel kimlik, kişiyi diğer insanlardan ayıran özelliklerin toplamı olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanların kendilerini nasıl görüp tanımladığını ayrıca başkalarının onu nasıl görmesini istediğiyle yakından ilişkilidir (Ogidi, 2015: 50). Birey toplumda yaşamını anlamlandırmak için fark edilebilir olmaya çalışmaktadır. Bu da bireyin bireysel kimliğini ortaya çıkarmasına yardımcı olmaktadır (Gül, 2010: 68-69).

2.2.2. Dini Kimlik

Dini kimlik, teolojik (Tanrıbilim) gerçekliğin bireyler tarafından yeniden üretilmesi ve simgesel/sembolik dünyaya ait düşüncenin davranışlar haline getirilmesidir. Bireylerin hangi davranışları sergileyeceği hangi davranışı sergilemeyeceğini belirleyerek normatif bir yapı inşa etmektedir (Pamuk, 2014: 138). Türkkan'a (2011: 42)göre insanın sahip olduğu Tanrı inancı, onu özgürleştirmektedir. Zira o, bu inancın, insanın sağlıklı bir kimlik ve kişilik inşa etmesinde rol oynadığına inanmaktadır. Ona göre yaratılmış bir varlık olan insan, kimliğini inşa ederken, yaratıcısını bildiğinden, kendi hür iradesine dayalı, dengeli, sağlam bir kimlik oluşturma imkanına kavuşmaktadır. Tanrı inancı, insanın evrenin boşluğunda kaybolup gitmesini engelleyerek bir şeylere tutunma imkânı sağlamaktadır. Din, zihinde oluşan Tanrı tasarımı, insan-evren tasavvuru ve insana önerdiği değerler ile kimlik oluşumunu doğrudan etkilemektedir.

2.2.3. Geleneksel Kimlik

Kimlik, insanlık tarihiyle beraber ortaya çıkmış varlığını devam ettirmiştir. Toplumun ve zamanın koşullarına ve düşüncelerine ayak uydurmak için bir takım değişiklikler göstermiştir (Eryentü, 2015: 75). Kimlik oluşumu geçmiş tarihteki geleneksel toplumun yapılanmasından etkilenmiştir. Toplumlar karmaşılaştıkça ve çeşitlendikçe kimlikleri de değiştirmiştir. Yani birey geleneksel toplumunun aidiyetlerine göre kimliklerini şekillendirme yoluna gitmiştir (Karaduman, 2010: 2887).

Geleneksel toplumda kimlik, akrabalık ve din sistemlerince dışsal olarak belirlenmiş grup ve cemaat üyeliği üzerinden büyük ölçüde önceden verilmiştir.

Geleneksel kültürlerde kimlik, diğer bir deyişle, geleneksel kimlik; ırk, din, dil, cinsiyet, meslek/iş, aile, kolektivite gibi stabil yapılardan oluşturmaktadır (İlhan, 2013: 235).

2.2.4. Kolektif Kimlik (Grup Kimliği)

Kolektif kimlik, hareketin sürekliliğini ve zaman içerisinde kalıcılığını sağlamakta ve kişinin toplumsal çevresi ile ilgili olarak sınırlarını belirlemektedir. Bireylerin üyeliklerini düzenlemekte, harekete katılmak için gerekli koşulları oluşturarak üyeleri harekete geçirmektedir (Melucci, 2014: 89).

Toplumun ortak beklentilerinin ve amaçlarının bir olması veya ortak bir sorunun varlığı kolektif kimliği oluşturmaktadır. Yani bireylerin bir araya gelerek, organize olmaları kolektif kimlikle yakından ilişkilidir. Bir araya gelen insanlar, ortak bir kolektif bilinç inşa etmektedir. Kolektif bilinç zamanla grup kültürünü de oluşturmaktadır. Amaçları aynı olan ve ortak kimlik oluşturan bireyler, grup kimliğinin var oluş amacını saptırmamak ve sürekliliğini sağlamak için bu kimliği paylaşan üyelerden çeşitli beklentiler içerisine girmektedir. Grup kimliği çeşitlilik göstermektedir. Örneğin insanlar bir araya gelip cinsel kimliklerini savunmak için grup kimliklerini inşa edebilir ya da birbirlerine zıt kutupta olan insanlarla ortak bir amaç için bir araya gelerek grup kimlikleri oluşturabilirler (Anık, 2012: 46).

2.2.5. Milli Kimlik

Milli kimlik, ortak paylaşılan anılar, mit ve alışkanlıkların bir araya getirerek, toplulukta yaşayan bireylerin dayanışma bağlarını göstermektedir. Milli kimlikler, toplum içinde yaşayan bireylerin birbirleriyle olan ilişkilerinin daha içten bir şekilde yürütülmesine sağlamaktadır. Bu duruma verilecek en güzel örnek bireylerin “vatandaş” haline getirmesidir. Milli kimliği oluşturan birçok ortak miras ve kültürel bağlar mevcuttur. Bunlar; bayrak, marş, para, bayramlar gibi sembollerdir. Birey bu semboller sayesinde ortak bir kimliğe sahip olarak ulusuna olan aidiyet duygusunu da güçlendirmektedir (Smith, 2009: 35). Modern çağla birlikte önem kazanan milli kimlik ulus devleti ayakta tutmak için gereklidir.

Milli kimliğin bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bunlar; tarihi bir ülke, ortak mitler, tarihi bellek, ortak bir kitlesel kamu kültürü ve topluluğun bütün fertleri için geçerli ortak yasal hak ve görevlerdir (Biletska, vd., 2014: 110).

Kişi ve toplumu farklılaştıran, en yakınından başlayarak diğer benzerlerinden ayıran milli kimlik, milli kültürün ferdi ve içtimai planını ortaya çıkarmaktadır. Bu farklılıkların en temel özeliği kendine-kışı ve topluma mahsus oluşudur. Millet olmuş her şahsiyetli toplum milli kimliğe sahiptir. Milli kimlik bireyin; dünyaya, hayatta, eşyaya bakış tarzını ve bütün hayatını etkileyecek tavır ve davranış biçimini belirlemektedir (Akyazı ve Ateş, 2012:177).

2.2.6. Modern Kimlik

Modern toplum, Aydınlanma felsefesinin ortaya çıkışından bu yana sürekli gelişim göstermektedir. Geleneksellikten arınmış, aklın yolunu izleyen, diğer insanlara zarar vermeden kişinin kendi hayatıyla ilgili karar verme yeteneğini geliştiren bireysel kimlik taşıyan insanlardan oluşmaktadır. Alan ve siyaset açısından düşününce birliğe sahip olma, toplumsal düzeyde düşünürsek, çoğulcu olmayı esas almaktadır. Gelenekte olduğu gibi kimliğe “üyelik” temelinden yaklaşmaz kendi hayatıyla ilgili fikirler yürüten, yürüttüğü bu fikirlerden hareket ederek karar veren bir birey temelinde düşünmektedir. Modern toplum demek birbirinden farklı bireylerin bir arada yaşadığı, çoğulcu bir yapıyı ifade etmektedir (Keyman, 2009: 55).

Modernizmle birlikte kimlik oluşturma birey tarafından gerçekleştirilen bir zorunluluk haline gelmiştir. Değişim hızının inanılmaz seviyelere ulaştığı bu yeni çağda, önemli kararlar artık birey tarafından verilmektedir. Ekonomik gelişmeler ve kentsel yaşamda meydana gelen değişimler beraberinde toplumsal rol ve sorumlulukların çoğalmasına ve bunun sonucunda da kimlik problemlerinin yaşanmasına neden olmuştur. Birden fazla sosyal role bürünmek zorunda kalan modern birey, toplumun ona atfettiği roller ve sorumluluklar arasında bölünmüş durumdadır. Bundan dolayı birey, kimi zaman kendi içinde gerilimler ve çatışmalar yaşamaktadır (Karaduman, 2010: 2890).

2.2.7. Siyasi Kimlik

Siyasal kimlik, kimliğin kişiler arası düzeydeki ifadesidir. Kimliğin, belirli bir sosyal gruba ait olduğu hakkında bilgi vermektedir. Bu bilinç veya bilgiler, söz konusu gruba aidiyete ilişkin bir takım duygular ve değer atıflarını içermektedir. Dolayısıyla siyasi kimlik, bireylerin kendilerini bir grubun üyesi olarak görmeleriyle doğrudan ilişkilidir (Göksu, 2013: 74). Hiç kuşkusuz kimliğin oluşumunda siyasetin önemli bir etkisi söz konusudur. İnsanlar yaşayışlarıyla siyasi görüşlerine uygun kimlikler elde etmekte ve bu kimlikle yaşamaktadır. Siyasi kimliğin oluşumunda ülkedeki mevcut olan ideolojilerin etkisi büyüktür. Fakat ideolojik çevrelerden edinilen siyasi kimlikler zamanla değişebilmektedir. Burada önemli olan bireyin siyasi kimliği benimsemesidir.

Kimlik siyaseti; insanları keskinleştiren, kimlikleri sınıflandıran, ötekini tarih dışına iten, tek boyutlu ve kalıplaşmış bir gerçeklik boyutuna indirgeme anlayışıdır. Kimlik siyaseti sayesinde kişi ve gruplar, hem kimliklerini kurgulayabilmekte hem de pozisyon alabilecekleri siyasal alan inşa edebilmektedir. Türk toplumunda kimlik inşa süreçleri, daima siyasi değişim dinamiğinden etkilenmiştir. Yani siyaset daima kimliği şekillendirmiştir (Karakaş 2013: 5).

2.3. İnternetin Kimlik Üzerindeki Etkisi

İnternet Web 1.0 şeklinde iken kullanıcılar bu platformda aktif olmadan sadece katılımcı rolü üstlenmiştir. Zamanla Web 2.0 teknolojisi ile birlikte kullanıcılar kendilerine ait birçok bilgiyi internet ortamında sunarak üretici konumuna gelmeye başlamıştır. İlk olarak O'Reilly Mesai tarafından ortaya atılan Web 2.0 teknolojisi tamamıyla etkileşimli bir platform olarak tasarlanmıştır. Bu da beraberinde internetin devamlı olarak güncellenmesine hizmet etmiştir. Böylece Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest, Google, Blog, etkileşimli haber siteleri vb. gibi yeni internet ortamlarının ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır (Tuncer, 2014: 11). İletişim teknolojisindeki gelişim sayesinde birey tarihte ilk defa internet aracılığıyla öteki olarak tabir edilen kişiyle iletişime geçme fırsatı bulmuştur. Ötekinin sesi, görüntüsü, toplumsal varlığı ve cinsiyeti gibi özelliklerini dikkate almadan iletişime geçme fırsatını yakalamıştır (Timisi, 2003: 172).

İletişim teknolojilerindeki gelişim zaman ve mekân kavramlarını değiştirmiştir. Ayrıca günümüzde kimlik kavramının da dönüşümüne yol açmıştır. Birey internet teknolojisi sayesinde gerçek kimliğinden bağımsız olarak hayal ettiği kimliklere de sahip olmaya başlamıştır. Bu durum bireyin gerçek kimliğini sanal dünyada yansıtmayarak sosyal ağ platformlarında hayalindeki kimlik doğrultusunda yaşamını lanse etmesine neden olmuştur (İsmayılzade, 2017: 227).

İnsanlar internet sayesinde fiziksel ortamın sınırlarını aşarak birbirleriyle iletişim kurabilir hale gelmiştir. Bu sınırlılıktan kurtulan birey, bu ortamda kendi içsel veya gerçek benliğini sunmaktadır. Ayrıca internet kullanıcısı, fiziksel dünyanın aksine bu yeni ortamda anonim özgürlüğün tadını çıkartabilmektedir. Bunu yaparken çevrimiçi ortamda kendi seçtiği bir takma ad ile kendi profilini kullanmaktadır (Jukuri, 2013: 21). Kullanıcı, internetin sunduğu katılımcılık ve kendi içeriğini üretebilme imkânı ile sosyal ağlar üzerinden bir görünürlük elde edebilmektedir(Özdemir, 2015: 113).

Günümüzde internetin kimlik oluşumuna etkisi tartışılmaya devam eden bir konudur. Elektronik iletişim araçlarındaki gelişim bireylerin kimlik oluşturmaları üzerindeki etkisi oldukça fazladır. Bu teknolojik gelişme öncesi insanlar yüz yüze iletişim kurarken kimlik oluşumları yaşadıkları mekan ve yerel çevre ile sınırlı bir haleydi. İnsanlar hakkındaki bilgiler yerel bir nitelik taşıyordu ve bu bilgilerin aktarılması sözlü iletişim vasıtasıyla gerçekleşiyordu. Kimliğin oluşumunda daha çok kamuoyu önderleri, gezginler ve otoriter kişiler etkiliydi. İnternet aracılığıyla birey yerellikten sıyrılıp yeni ilişkiler kurmaya başlamış bunun akabinde kimliğini daha özgürce seçme imkânına da sahip olmuştur (Timisi, 2003: 170-171).

Kimlik internet sayesinde bireylerin üzerine giydirilmiş bir şey olmaktan çıkarak sanal ortamlarda yeniden inşa edilen bir stratejiye dönüşmüştür. Sosyal paylaşım ağları kendilerinden önceki sanal mecralarından farklı bir niteliğe sahiptir. Bu ağlarda oluşturulan profiller kişisel fotoğrafların yüklenebilmesi ve kişisel bilgilerin yer verilmesine olanak sağlamıştır. Bu da beraberinde sanal mecralardaki kimlik inşasının anonimlikten bilinirliğe doğru evrilmesine neden olmuştur (Sütlüoğlu, 2015: 126).

Teknolojide yaşanan değişim kişi için yakınlık kavramını da değiştirmiştir. Telefon vasıtasıyla internette sohbet eden kişiler aynı evin içinde bulunan bireylerden

daha yakın hale gelmeye başlamıştır. Bu teknolojik gelişme sayesinde iletişimde zaman ve mekân sınırlılığı ortadan kalkmış bu sınırlılıklar elektronik mesaj kullanan kişiler için sorun olmaktan çıkmıştır (Karaduman, 2010: 2893). İşte bu sınırlıktan kurtulan birey bilgisayar teknolojisi sayesinde hiç tanımadığı hatta tanıma fırsatı olamayacağı kişilerle mesaj aracılığıyla iletişime geçebilir bir hale gelmiştir. Birey isterse kendi kimliğini gizleyip toplumsal statüsünü, cinsiyetini, ismini değiştirerek iletişim süreci içerisine girebilmektedir. Dolayısıyla bu iletişim ortamında kişi isterse anonim olarak varlık gösterebilmektedir.

2.3. Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu

Yeni iletişim teknolojileri sayesinde iletişim ağları dünyayı çepeçevre sarmıştır. İletişim araçlarının insanlara sundukları çeşitli olanaklar günümüz toplumlarının hemen her katmanında gündelik yaşam pratikleri içerisinde kullanılmaktadır. Dünyayı bir ağ misali sarıp toplumları ve kültürleri birbirine bağlamıştır. Bu ağlar vasıtasıyla bireyin değerleri, yaşam biçimleri ve kimlikleri belirlenmekte, günümüz post modern değerleri göz önüne alınarak yeniden üretilmektedir (Armağan, 2013: 8). Özellikle sosyal iletişim ortamları veya sosyal ağlar sayesinde birey kendine ait bir dijital kimlik oluşturmaktadır. Oluşturulan bu yeni kimlik, kişinin kendi fotoğraflarını, etkinliklerini, arkadaşları ile paylaşılmasına imkân tanımaktadır. Ayrıca kişiye arkadaşlarının profil ve etkinliklerini takip etme olanağı da sunmaktadır (Gündüz ve Engin, 2016: 45).

Gerçek hayatta beden ve ruh olarak tek bir mekânda var olmamız sanal kimliğin önemini artırmıştır. Sadece zaman ve mekân anlayışı değişmekle kalmayıp dil, din, ırk olarak seçimler sınırsızlaşmaya başlamıştır. Sanal kimlikler bireyin hayal dünyasının bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Yani sanal kimlikler var olanı değil, var olmasını isteneni yansıtmaktadır. Örneğin sosyal hayatta ve gerçek ilişkilerde başarılı olamayan bireyler, sanal kimlikleri vasıtasıyla sanal dünyada başarılı olmaya çalışmaktadır (İsmayılzade, 2017: 228).

Benlik kişinin davranış, tutum ve fiziksel kişilik göstergesidir. Dünya üzerinde her bireyin kendine has bir benliği vardır. Bu özellikler bebeklikten itibaren oluşmaya başlayıp devam etmektedir. Benliği etkileyen temel faktörler, aile, arkadaş, okul ve işyeri çevresi gibi etmenlerdir. Birey benliğini diğer insanların zihninde kendi istediği

şekilde yer etmesini arzulamaktadır. Bu benlik sunumuyla yakından ilişkili bir durumdur. Benlik sunumu da bireyin hayatı sürecince kendisini çevreye pozitif gösterme şekli olarak ifade edilmektedir (Çakmak, 2018: 308).

2.4. Kimlik Oluşumunda Yeni Etki Alanı Sosyal Medya

Sosyal medya geleneksel medyadan farklı olarak sadece mesajın aktarılmasıyla sınırlı kalmamıştır. Sosyal medyadaki karşılıklı etkileşim sayesinde bu mesajlar tartışılarak yeni fikirler ortaya çıkmıştır. Eskiden insanlar sokak ve meydanlarda bir araya gelirken, günümüz teknolojisindeki gelişmeler sayesinde klavye karşısında da kitleye dahil olabilmektedir. Normal yaşamında sakin ve makul bir çizgide olan insanların attıkları tweet veya sosyal medyada paylaştıkları sert mesajlar bu durumun bir göstergesi olarak kabul edilebilir (Özutku, 2014: 94).

Birey, toplum içindeki konumunu belirleme ihtiyacını sosyal medyayla karşılama eğilimindedir. Ayrıca sosyal medya toplumsal ilişkileri de farklı bir boyuta taşımıştır. Sosyal medya aracılığıyla hızlı yayılan haberlere karşı bireyler hiç tanımadıkları insanlarla bir sosyal kategori oluşturabilmektedir. Oluşturulan bu kategori sayesinde birey aidiyet hissedebilmekte veya kendi dış grubu olarak konumlandığı kategoriye karşı bir duruş sergileyebilmektedir (Ünür ve Duman, 2016: 38). Ayrıca birey çevrimiçi ortamda kendini tanıtmayı sosyal medya profilleri aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Birçok sosyal medya sitesi, kullanıcıların bir profil oluşturmaya ve paylaşımlar yapmasına olanak sağlamaktadır. Buna ek olarak, pek çok site kullanıcıların içerik yüklemesine ve paylaşmasına imkân tanımaktadır (Herring ve Kapidzic, 2015: 3).

Sosyal medyada birey, sanal kimlikleriyle varlığını sürdürmektedir. Bu ortam kişilerin kendi kimliklerinin, kendi yaşantılarının belirli bir kısmını sınırlı bir şekilde ifade etmelerine ve bu sayede kendilerini tatmin etmelerine olanak sağlamaktadır. Ayrıca gerçek yaşamda sergilemekte zorluk çektikleri davranış ve düşüncelerini sanal dünyada rahatlıkla sunabilmektedirler. Bu durum sosyal medyada dönüşen kimliklerin gerçek kimliklerden farkını yansıtmaktadır. Kendi düşüncelerini toplumsal baskılardan uzak özgür ifade edebilmeleri de yeni medyaya olan ilgiyi artırmaktadır (İsmayılzaada, 2017: 229).

Sosyal medya, gençlerin öz kimliğinin yayılmasında önemli bir mecradır. Sosyal medya kullanan gençler birbirlerinin bireysel kimlik oluşumu ve gelişimini etkilemektedir. Gençlerin hem çevrimiçi hem de çevrimdışı arkadaşlık kurdukları bu yeni ortam onlara fiziksel çevresi dışında kimliklerini geliştirme olanağı sağlamaktadır. Sosyal medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı ile birlikte birey fiziksel çevresinin ötesine geçerek başka kişilerle sanal ağ vasıtasıyla küresel bir ölçekte iletişim olanağına sahip olmuştur. Bu yeni mecra sayesinde gençler kimlik oluşumunda ebeveynleri, arkadaşları ve çevresi dışında yeni edindiği sanal arkadaşlarından da etkilenecek kimlik oluşumu sürecine onları da dahil etmiştir (Ogidi, 2015 78-79).

Bireyin sosyalleşmeye başlaması ve kimlik kazanma sürecine girmesiyle beraber çevresindeki insanların gözünde nasıl göründükleri, önem kazanmaya başlamıştır. Kişinin kimlik oluşturma süreci başkaları ile etkileşime girmesini gerektirmektedir. Birey çevresindeki insanların tepkilerinden kendisi ile alakalı olan; çekici ya da çirkin, başkalarına karşı kibar ya da kaba vb. fizyolojik özellikleri ve sosyal ilişkileri hakkında geri bildirimler almaktadır. Yaşadığı çevreyle sağlıklı ilişkiler kuramayan birey, interneti ve sosyal medyayı kurtarıcı olarak görmektedir. Sosyal ağlar vasıtasıyla oluşturdukları dostluklar bu yöndeki tatmini sağlamaya çalışmaktadır (Turan, 2016: 12-13).

Profiller, internet kullanıcılarının kendilerini sunma biçimini temsil etmektedir. Daha önceleri metin tabanlı sohbet odaları gibi etkileşimli ortamlarda, kullanıcılar takma adlarla iletişim sürecine girmektedir. Bu da karşısındaki insan hakkında daha az bilgiye sahip olmasına neden olmaktadır. Günümüzde ise Facebook gibi popüler platformlar kullanıcılarına doğru bir şekilde kişisel bilgilerini oluşturmalarını teşvik etmektedir. Bu nedenle gençler "gerçek kimliğini" bu sitelerde kendi kullanıcı adlarını, fotoğraflarını ve kendileri hakkında bilgilere yer vererek sunabilmektedir. Fakat bazı insanlar hala kendi profillerini manipüle etme yollarına giderek sınırsız anonimlikten yararlanabilmektedir (Herring ve Kapidzic, 2015: 4).

Sosyal medya ortamında kimliğin paylaşılmasını fırsat bilen dolandırıcılarda mevcuttur. Sosyal medya dolandırıcıları kişilerin ev adresi, doğum tarihi, telefon numarası gibi bilgilerden yararlanarak, çeşitli dolandırıcılık eylemleri gerçekleştirmektedir. Bloglar ve mikro bloglarda gibi sosyal medya araçlarında

birkontrol mekanizmasının bulunmaması bu durumu tetiklemiştir. Bu durum zaman zaman dolandırıcıların sosyal medya kullanıcıların kimliklerine çalmasına fırsat vermektedir. Sosyal ağ sitelerinde ve sanal sosyal ortamlardaki kontrol mekanizmasının yetersizliği sahte kimliklerden yararlanan kişilerin bu kimliklerle insanları dolandırmasına neden olmaktadır (Akbayır, 2015: 313).



3. BÖLÜM

3. SOSYAL MEDYADA KİMLİK SUNUMU ÜZERİNE ARAŞTIRMA

Bu bölümde araştırmanın amacı, önemi ve sınırlılıkları hakkında bilgi verildikten sonra elde edilen bulgular sunulmuştur.

3.1. Araştırma

Yeni iletişim teknolojisindeki gelişim ve değişim insan hayatını tıpkı bir ağ gibi örmüş durumdadır. Birey yeni iletişim ortamlarından olan sosyal medyada farkındalık yaratarak bu ortamda görünür kalmaya çalışmaktadır. Yapılan bu araştırmanın ana hedefini İnönü Üniversitesi öğrencileri özelinde sosyal medyanın kişilerin hayatları ve kimlikleri üzerindeki etkisini incelemek ve onların sosyal medya ortamında kendi kimliklerini nasıl sunduklarını tespit etmek oluşturmaktır. Bu bağlamda çalışma kapsamında farklı kimliklere sahip olduğu düşünülen üç ayrı fakültede okuyan öğrenciler seçilmiştir. Araştırmada İnönü Üniversitesinde İlahiyat, İletişim ile Güzel Sanatlar ve Tasarım fakültelerinde okuyan öğrencilerin sosyal medyada kimlik sunumunu nasıl yaptıkları, sosyal medyada profil oluştururken ya da paylaşımda bulunurken nelere dikkat ettiklerinin saptanması da amaçlanmıştır.

Araştırma yöntemi olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Derinlemesine görüşme yöntemi, araştırılan konuların bütün boyutlarıyla ele alınmasını sağlamak ve detaylı cevaplara ulaşmak amacıyla genellikle açık uçlu sorulardan oluşturulmaktadır. Bireylerle birebir görüşülerek bilgi toplanmasına imkan tanıyan bu teknik, karşıdaki kişinin duygu, bilgi, tecrübe ve gözlemlerine ulaşılmasına olanak sağlamaktadır (Tekin, 2006: 101).

Yapılandırılmamış görüşmede araştırma için gerekli doğru soruların sorulmama olasılığı çok yüksektir. Ayrıca araştırmacı hangi sorunun sorulması gerektiğini zaman zaman bilemeyebilmekte ya da unutabilmektedir. Yapılandırılmış görüşmede ise görüşmecilerin kişisel farklılıkları ve deneyimleri göz ardı edilerek araştırma için faydalı olabilecek birçok soru dikkatten kaçabilmektedir (Karaoğlu, 2015:11). İşte bu nedenle bu çalışmada yarı yapılandırılmış olarak hazırlanan araştırma soruları görüşmecilere yöneltilme yoluna gidilmiştir. Araştırmaya başlamadan önce oluşturulan

sorular, yapılan bazı görüşmeler ile test edilerek gözden geçirilip yeniden düzenlenmiştir.

Çalışma kapsamında İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi, İlahiyat Fakültesi ve Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan toplam 30 kişi (15 kadın ve 15 erkek) ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar gönüllü olarak bu araştırmaya katılmış ve görüşme sessiz bir ortamda görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmecilere sorulan soruların doğru cevabının olmadığı söylenmiş ve onların düşüncelerini önem arz ettiği vurgulanarak açık yüreklilikle sorulara cevap vermeleri istenmiştir. Görüşme yapılmadan önce görüşmecilere kimlik bilgilerinin anonim kalacağı garantisi verilmiştir. Görüşmeler sırasında görüşmecilerin izni alınarak ses kaydı alınmıştır. Yapılan görüşmelerden en uzununu 2 saat en az ise 45 dakika sürmüştür. Görüşmeler sırasında ses kayıtlarının alınması içeriğin gerektiğinde yeniden dinlenmesinde ve cümlelerin aslına uygun olarak çözümlenmesinde büyük kolaylık sağlamıştır. Ayrıca kayıtların çözümlenmesinde yardımcı olması için görüşme esnasında ayrıntılı notlar tutulmuştur.

3.2. Çalışmanın Önemi

Dünya üzerinde önemi gittikçe artan ve sürekli olarak değişen sosyal medya kavramı ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Türkiye’de, sosyal medyanın kimlik sunumuyla ilgili yapılan araştırmalarda, kimliğin sosyal medya ortamındaki sunumu özele indirgenmeden yapılmıştır. Bu çalışmada ise kimlik türleri özele indirgenerek kişilerin; bireysel, milli, dini, gibi birçok kimlik türlerini sosyal medya ortamında nasıl paylaştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu araştırma, diğer çalışmalardan farklı olarak; fakülteler bazında kimlik sunumu noktasında bir farklılık olup olmadığı belirlenmesini hedeflemiştir.

3.3. Çalışmanın Sınırlılıkları

Sosyal olayların yapısı gereği nitel araştırma sonucunun elde edilen bulguların genellemesi zordur. Çünkü yaşamda belli bir mekan, zaman ve sosyo-kültürel olarak gerçekleşen olaylar durağan olmayıp sürekli bir değişim içerisinde. Ayrıca Nitel araştırmalarda örneklem evreni temsil edecek büyüklükte seçilmediği için istatistiksel genellenmenin yapılması da doğru değildir (Karataş, 2015: 70). İşte bu yüzden

Çalışmanın yalnızca küçük bir grupta (İnönü Üniversitesi öğrencileri) yapılması ve elde edilen bulgular ışığında genellemelerde bulunulması araştırmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır.

3.4. Bulgular

Bu kısımda çalışmadan elde edilen veriler bir takım başlıklar altında kişilerin söylemleri kıyaslanıp zaman zaman önemli ifadelerine yer verilerek sunulmuştur. Görüşmede elde edilen veriler hangi fakültede okudukları ve cinsiyet faktörleri kıyaslanarak yorumlama yoluna gidilmiştir. Bu sayede Güzel Sanatlar ve Tasarım, İlahiyat ve İletişim Fakültelerinde okuyan gençlerin sosyal medya kullanımı ve bu mecradaki kimlik sunumu noktasında herhangi bir farklılık olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

3.4.1. Sosyodemografik Özellikler

Araştırma İnönü Üniversitesinde İletişim, İlahiyat ile Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültelerinde okuyan 30 kişi üzerinde yapılmıştır. Araştırmaya katılan görüşmecilerin yarısı kadın (15 kişi) yarısı ise erkek (15 kişi) görüşmecilerden oluşmaktadır. Görüşmeye katılan görüşmecilerin aralığı 18 ile 26 yaş arasındadır.

Tablo 3: Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri

Fakülte	Cinsiyet	İsim	Yaş
Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi	Kadın	Derya	20
		Ebru	23
		Elif	19
		Emel	24
		Merve	22
	Erkek	Batı	21
		Emrah	22
		Nevzat	23
		Yusuf	25
		Zafer	20
İlahiyat Fakültesi	Kadın	Aysel	18
		Ecrin	23
		Meryem	22
		Özden	22
		Zeynep	25
	Erkek	Ali	21
		Cengiz	23
		Fatih	19
		Selim	18
		Yasir	21
İletişim Fakültesi	Kadın	Ayşe	25
		Helin	22
		Hülya	23
		Nermin	24
		Yasemin	26
	Erkek	Ahmet	19
		Gökhan	21
		Mehmet Ali	22
		Murat	25
		Yakup	20

3.4.2. İnternet Kullanımı

Görüşmeye katılan kişilerin günde kaç saat internet kullandıklarını öğrenmek için onlara ilk olarak: “Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan görüşmecilerden 9 kişi, 1 ile 3 saat; 6 kişi, 3 ile 5 saat; 6 kişi, 5 ile 7 saat internet kullandıklarını belirtmiştir. Fakülteler bazında değerlendirildiğinde İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin diğer fakültelere kıyasla internette daha fazla vakit geçirdikleri görülmektedir.

Tablo 4: Günde Kaç Saat İnternet Kullanıyorsunuz?

Fakülte	Cinsiyet	1-3 saat	3-5 saat	5-7 Saat	Saat sınırlaması yok
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	3	-	1	1
	Erkek	1	2	1	1
İlahiyat	Kadın	3	2	-	-
	Erkek	2	2	-	1
İletişim	Kadın	-	-	2	3
	Erkek	-	-	2	3
Toplam		9	6	6	9

Görüşmeye katılan 9 kişi internet kullanımını belirli bir saat ile sınırlandırmamıştır. Bu kişiler herhangi bir zaman sınırlaması yapmadan internet kullanmayı tercih ettiklerini şöyle ifade etmiştir:

Batı: *Yani çok fazla kullandığım için herhangi bir zaman aralığıyla sınırlandıramayacağım. Yani sabahtan akşama kadar kullanıyorum desem abartmış olmam.*

Hülya: *Aktif olarak 2 saat ama gün içerisinde WhatsApp'ı sürekli kullandığım için bir sınırlama yapamayacağım.*

Nermin: *Saat olarak belirleyemem. Sabah dokuzda uyanıyorum, akşam saat 11'de uyuyorum. Bu süre zarfı içerisinde telefon sürekli elimde, internette bakıyorum. Sürekli sosyal medya hesabımdan gelen bildirimlerime bakıyorum. Ayrıca sosyal medya hesabımı gün içerisinde güncelliyorum. Cep telefonu sürekli elimin altında.*

Görüşmeye katılan görüşmecilerin internet kullanırken hangi siteleri ziyaret ettiklerini öğrenmek için onlara “İnternette daha çok hangi siteleri ziyaret ediyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Görüşmeye katılan 23 kişi sadece sosyal medya hesaplarına ait siteleri ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Görüşmecilerden bazıları bu durumu şu şekilde dile getirmiştir:

Meryem: *“Facebook hesabımı aktif olarak kullanıyorum. Yani genel olarak sosyal medya sitelerini ziyaret ediyorum.”*

Merve: *“WhatsApp Instagram gibi sosyal medya sitelerini kullanıyorum.”*

Görüşmeye katılan Ahmet ve Derya, diğer görüşmeciler gibi sosyal medya ağlarını ziyaret etiklerini belirtmiştir. Ahmet, bu ortam sayesinde haber alma ihtiyacını giderdiğini, Derya ise sosyal medya ortamında alışveriş yaptığını şu sözlerle açıklamıştır:

Ahmet: “Instagram ve Facebook gibi sosyal medya hesaplarımı takip ediyorum. Ara sıra ihtiyacım olduğunda bilgi için kullandığımda zamanlarda olur. Aslına bakacak olursanız çağımızın bilgi kaynağı sosyal medyadır. İşte bu yüzden bilgiden mahrum kalmamak için sosyal medya sitelerini ziyaret ediyorum.”

Derya: “Sosyal medya hesaplarımı takip ediyorum. Eskiden alışveriş sitelerini de ziyaret ederdim. Şu anda sosyal medya ortamındaki alışveriş sayfaları sayesinde bu sitelere ziyaret etmeyi bıraktım.”

Görüşmeye katılan Nermin ise tıpkı Ahmet ve Derya gibi düşünmektedir. Sosyal medya ortamının alışveriş ve haber alma ihtiyacını giderdiği için başka sitelere girmeye gerek duymadığını şu sözlerle dile getirmiştir:

Nermin: “Instagram gibi sosyal medya sitelerini kullanıyorum. Sosyal medya ortamında yer alan alışveriş sitelerini sürekli takip ediyorum. Pinterest adıyla kurulan yeni sosyal medya sitesi var. Bu sosyal medya aracı kendi hobilerime uygun içerikleri ve haber alma ihtiyacımı karşılaması nedeniyle başka siteleri ziyaret etme gereksinimi duymuyorum.”

Görüşmeye katılan 7 katılımcı ise sosyal medyayla beraber farklı siteleri de ziyaret etiklerini belirtmiştir. Görüşmeciler gündemi yakından takip etmek için haber sitelerini ziyaret ettiklerini ifade etmiştir. İlahiyat Fakültesinde okuyan Ali daha çok spor ve güncel haberleri takip ettiğini vurgularken İletişim Fakültesinde okuyan Gökhan özellikle siyasetle ilgili konuların ilgi alanına girdiğine vurgu yaparak daha çok sol bakış açısına sahip olan gazeteleri takip ettiğini dile getirmiştir

Ali: “Gündemi takip etmek için haber sitelerini ziyaret ediyorum. Mesela spor olarak Bein Sport, haber olarak ise Haberler.com’u takip ediyorum.”

Gökhan: “Siyasal siteleri özellikle haber sitelerini takip ediyorum. Mesela Cumhuriyet, Birgün ve Fanatik gazetesinin internet sitelerini takip ediyorum. Ve olmazsa olmaz sosyal medya sitelerini ziyaret ediyorum.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Ecrin, haber sitelerini takip etmenin yanı sıra, sosyal medyada ödevleriyle alakalı araştırmalar yapmak için internetten faydalandığını şu ifadelerle aktarmıştır:

Ecrin: “Haber sitelerinden Yeni Şafak, Türkiye ve TRT’yi takip ediyorum. Ayrıca sosyal medya hesaplarımı ve araştırma yapmak için ödevimle ilgili siteleri ziyaret ediyorum.”

İletişim Fakültesi öğrencisi olan Hülya da tıpkı Ecrin gibi bilimsel araştırmalar yapmak için internet sitelerini kullandığını belirtmiştir. Ayrıca eğlenmek ve dinlenmek için internete girdiğini söylemiştir:

Hülya: “Genelde araştırma yapmak için bilimsel sayfalara baktığım zamanlar da oluyor. Onun dışında müzik ve eğlence sitelerini takip ediyorum. Mesela bilimsel siteler olarak makale yayınlanan yerleri ziyaret ediyorum. Müzik dinlemek için genelde Youtube’yi kullanıyorum.”

Görüşme sonucunda araştırmaya katılan bazı görüşmecilerin (21 kişi) internet kullanımını belirli saat aralığıyla sınırlandırdıkları, bazı görüşmecilerin ise (9 kişi) bu sınırlamaya gitmedikleri, sürekli olarak internet kullandıkları tespit edilmiştir. İletişim Fakültesinde okuyan öğrenciler diğer fakültelere kıyasla (5- 7 saat 4 kişi, sürekli kullanım 6 kişi) internette daha fazla vakit ayırmaktadır.

Araştırmaya katılan 23 kişi sosyal ağları ziyaret etmektedir. Bu kişiler sosyal medya sitelerini kullanarak haber ve bilgi alma, alışveriş yapma gibi ihtiyaçlarını giderdiklerini ifade etmiştir. Araştırmaya katılan 7 kişinin ise hem sosyal medya hem de farklı siteleri ziyaret ettiği ortaya çıkmıştır.

3.4.3. Sosyal Medya Kullanımı

İletişim alanında yapılan çalışmalarda sosyal medya ile ilgili birçok farklı tanım yapılmıştır. Araştırmaya katılan görüşmecilerin sosyal medyayla ilgili nasıl bir tanımlama yaptıklarını öğrenmek için onlara: “Sosyal medya sizce nedir? Sosyal medya deyince aklınıza ne geliyor?” sorusu yöneltilmiştir. Görüşmecilere göre sosyal medya, insanların birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlayan, özel hayatın yansıtıldığı, bilginin paylaşıldığı ve sosyalleşmeyi sağlayan bir mecradır.

Ahmet: “Sosyal medya denince aklıma gelen ilk şey: sanal iletişim. Sanal iletişim sayesinde asosyal olan kişiler sosyalleşmektedir. Yani sosyal medya insanların sosyalleştiği bir mecradır.”

Yakup: “Sosyal medya denince aklıma tek bir şey geliyor: İnsanların özel hayatlarını hiçbir çekince hissetmeden özgürce paylaştıkları ortamdır.”

Fatih: “Genellikle bilginin aktarıldığı yer. Gündeme dair haberleri, spor bilgilerini öğrendiğim mecradır.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Meryem, sosyal medyayı çeşitli sebeplerden dolayı iletişim kurmadığı insanlarla iletişime geçmeye sağlayan önemli bir araç olarak görmekte ve durumu şöyle açıklamaktadır:

Meryem: *“Birçok sebepten dolayı iletişim kurmadığım insanlarla iletişime geçmemi sağlayan araçtır. Yani bana göre sosyal medya iletişim aracıdır.”*

Araştırmaya katılan Zeynep ve Nermin sosyal medyanın çok hızlı bir iletişim aracı olduğuna vurgu yaparak onu düşünce ve yaşayış biçimini yansıtıldığı bir mecra olarak değerlendirmektedir. Ayrıca sosyal medyanın boş vakitlerin değerlendirdiği önemli bir ortam olduğunun altını çizen bu kişiler bu konuyla ilgili fikirlerini şu şekilde aktarmıştır.

Zeynep: *“İnsanların birbirlerine ulaştıkları ağıdır. Telefonda daha hızlı ve daha yaygın olarak kullanılan bir mecradır. Sosyal medyaya sadece iletişim yönüyle bakmamalıyız. Sosyal medya fikirlerin, düşüncelerin, yaşayışların ve aklımıza gelebilecek her şeyin paylaşıldığı ağlar topluluğudur. Yani bir nevi boş zamanların değerlendirildiği bir ortamdır.”*

Nermin: *“Sosyal medya, boş vakitlerimi değerlendirdiğim bir araçtır. Yaptığım aktiviteleri arkadaşlarıma en kısa sürede göstermeme yarayan bir ortamdır. Yani bir nevi benim yaptığım aktiviteleri arkadaşlarıma duyurmamı sağlayan araçtır. İnsanlardan haber aldığım insanlara haber verdiğim yerdir.”*

İletişim Fakültesinde okuyan Gökhan, akademik bilgilerinden yola çıkarak sosyal medyayı Marshall McLuhan’ın global köy düşüncesinden yola çıkarak açıklamıştır. Ona göre sosyal medyayla sınırlar ortadan kalktığı için dünya daha fazla küçülmüştür:

Gökhan: *“Aslında sosyal medya denince aklıma gelen ilk şey: paylaşım. Ama daha genel düşününce sosyal medya ortamı dünyayı küresel bir köy haline getirmiştir. Düşünün bir kere, iletişim araçları sayesinde dünyamız tıpkı bir köy halini almıştır. Bu köyde herkes her şeyden haberdar. Bu köyde mekan sınırlaması da yok.. İstedğimiz an istediğimiz yerden bilgi aktarıp bilgi elde edebiliriz. Bundan dolayı sosyal medya denince aklıma McLuhan’ın Global Köy kavramı geliyor.”*

Araştırmaya katılan ve İletişim Fakültesinde okuyan Ayşe, diğer katılımcıların aksine sosyal medyayla ilgili olumsuz bir tanım yapmıştır. Sosyal medyayı insanların zaman kaybettiği bir ortam olarak değerlendirerek bu ortamın insan yaşamını parçalara ayırdığını iddia etmiştir. Ona göre bu ortam insanları gerçek hayattan uzaklaştırmaktadır:

Ayşe: “Bölünmüşlük, parçalanmışlık... Sosyal medya bir işle uğraşırken aklımızı çelıyor ve bir anda o işi bırakıyoruz. Bunun sebebi insanların içinde var olan merak dürtüsüyle yakından ilişkilidir. Bu merakla iki dakika bakıp çıkacağım diyerek saatlerimizi veriyoruz. Sıradan bir mesaja bile hemen cevap verip çıkacağım diyorum ve bir bakıyorum ki o konuşma saatlerce sürüyor. Gündelik hayatımızın parçası gibi görünüp aslında gündelik hayatımızı parçalayan bir mecra sosyal medya. Bu yüzden de sosyal medya denince aklıma bizleri gerçek hayattan koparan bir mecra gelmektedir. Bu bölünmüşlük hayatımızın tamamını etkilemektedir. İş hayatımızdan tutun da eğitim hayatımıza kadar her alanı etkilemiş durumda. Mesai saatleri içerisinde alt sekmelerde sürekli Facebook, Instagram sayfaları açık ve ister istemez bu durum aklımı çelıyor. İşte bu sebeplerden dolayı sosyal medyanın insan hayatını parçalara ayıran bölen bir yanı olduğunu düşünüyorum.”

Sosyal medyanın birey için ne ifade ettiğini öğrenmek için görüşmecilere “Sosyal medya sizin için ne ifade ediyor?” sorusu yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan 6 görüşmeci, sosyal medyanın kendileri için hiçbir şey ifade etmediğini söylemiştir. Onlara göre sosyal medya sadece gündemi takip etmelerine ve boş zamanlarını değerlendirmelerine yardımcı olan bir araçtır:

Emrah: “Yani genel olarak bir şey ifade etmiyor. Sadece gündeme dair haberleri takip ettiğim bir yer.”

Zafer: “Benim için çok da önemli değil. Sadece zaman geçirdiğim sanal ortamda gezinmek amaçlı kullandığım bir araç sadece.”

Merve: “Boş zaman geçirme aracı.”

Ahmet: “Zaman geçirme aracı. Sosyal medyadan ekstra bir beklentim yok. Boş zamanımı değerlendirdiğim bir yer.”

Görüşmecilerden 22 kişi ise sosyal medyanın hayatlarında çok önemli bir yere sahip olduğuna ve hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olduğuna vurgu yapmıştır. Bazı görüşmeciler bu konuyla ilgili fikir ve duygularını şu şekilde dile getirmektedir:

Gökhan: “Benim için bir yaşam tarzı. İnsan kendi özünü bu mecra vasıtasıyla yansıtıyor. Sosyal medyada hayatımda rutin bir iş halini geldi. Hata mecburi bir hal almış desem yanlış olmaz. Mesela sabah kahvaltısı yaptıktan sonra bende yaptığım kahvaltının fotoğrafını çekip paylaşma isteği oluşuyor. Sabah kahvaltısını paylaşsam olur mu? Eskiden buna evet paylaşsam da olur, derdim. Şimdiki cevabım paylaşmak zorundayım. Çünkü sosyal medya hayatımın bir parçası haline almıştır. Sosyal medya sadece benim için değil herkes için bir yaşam tarzıdır.”

Ecrin: “Sosyal medya güzel bir şekilde kullanıldığında insanları geliştirebilecek bir mecra olarak görüyorum. Gündemi takip etmeme yarayan en iyi arkadaşım. Vazgeçilmez bir niteliğe sahip.”

İletişim Fakültesi öğrencisi Yakup, sosyal medyanın kendisi için özgürlüğü ifade ettiğini söyleyerek çok sesliliğin olduğuna inandığı bu ortamda düşüncelerini açıklamaktan ve bunların arkasında durmaktan çekinmediğini şu cümlelerle açıklamıştır:

Yakup: “Sosyal medya benim için özgürlüğü ifade ediyor. İstediklerimi düşünceyi, fikri ve tezi bu ortamda özgürce savunabiliyorum. Düşüncelerimin arkasında rahat bir şekilde durabiliyorum. Sosyal medyada çok sesliliğin var olması nedeniyle insanların düşüncelerine saygı duymaya başladım. Ayrıca sosyal medya sayesinde haberleşme özgürlüğünü hayatımıza yansıtmış durumdayız. Yani anlayacağınız sosyal medya artık bizlerin temel ihtiyacı olmuş durumdadır.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencisi Elif ise sosyal medyayı gerçek hayattan uzak, kurgulanmış sanal bir gerçeklik olarak nitelendirerek bu durumu şöyle eleştirmektedir:

Elif: “Bana göre sosyal medya insanların olmak istedikleri kişiliği yansıttığı bir ortamdır. Yani sosyal medya, insanların kendi gerçekliklerinden sıyrılarak kurgulanmış bilgilerle insanlarla iletişim kurduğu bir yerdir. Bu ortamda insanlar mecburi olarak elde ettiği kişilik özelliklerinden farklı bir şekilde yaşamasını sağlayan sanal bir gerçekliktir. Yani aslına bakarsanız dünyanın gerçeklerinden sıyrılmasını sağlayan bu mecraada insanlar kendi gerçekliklerinden farklı bir şekilde yaşamaktadır. Sosyal medya bir nevi kurgulanmış hayatların yaşandığı sanal bir ortamdır.”

Araştırmaya katılan bir diğer görüşmeci de sosyal medyanın özel hayatın gizliliğini ihlal etmesi sebebiyle bu mecraya karşı negatif bir bakış açısına sahip olduğunu vurgulayarak bu durumu şu cümlelerle aktarmıştır:

Ali: “Şimdiki görüşüm pek olumlu değil. Öncelikle sosyal medya yüzünden özel hayat denen bir kavram kalmadı. Sosyal medya herkesin her şeylerini ortaya koyduğu bir platform olduğundan benim için hiçbir şey ifade etmiyor.”

Araştırmaya katılan Hülya ve Emel, sosyal medyanın hem olumlu hem de olumsuz bir tarafı olduğuna inandığını söylemiştir. Onlar sosyal medyanın insanların can sıkıntısını giderdiği bir ortam olması sebebiyle olumlu bir yöne sahipken, sahte bir mutluluk ortamı sunduğu için olumsuz bir yanı olduğunu iddia etmiştir. Özellikle mutsuz olan insanların kendilerini hep mutlu gibi gösterdikleri yanıltıcı bir ortam olarak değerlendiren bu kişiler bu durumu şu şekilde özetlemiştir:

Emel: “İletişim için olmazsa olmazım. İnsanlar açısından yararlı bir platform olmakla beraber zararı da olan bir ortamdır. Tabii bu da kişiye göre değişmektedir. Bana

soracak olursanız benim için çok yararlı bir araçtır. Bazıları sahte bir dünya sunuyor sosyal medyada. En azından bu ortamda can sıkıntımı gideriyorum”

Hülya: *“Benim için can sıkıntımı giderdiğim, değişik alanları barındıran bir yer. Gün içinde çok yoruluyorum ve bu yorgunluğumu sosyal medya üzerinden atabiliyorum. Yani sosyal medyanın benim nazarımda hep mi olumlu tarafı var? Tabii ki de olumsuz tarafları da var. Mesela sosyal medyaya bir bakın insanlar hep ama hep mutlular. Aslına bakacak olursanız o an mutsuz olabilirler. Ama sosyal medyada kendilerini sanki dünyanın en mutlu insanı gibi gösterebiliyorlar. Bu durumu kendi arkadaşlarımdan biliyorum. Bana göre sosyal medya mutsuz insanların kendilerini mutlu gösterdikleri yanıltıcı bir ortamdır.”*

Görüşmecilerin sosyal ağlara katılma nedenlerini öğrenmek için onlara “Sosyal medyaya katılma sebebiniz neydi? Neden kendinize bir profil oluşturdunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya 16 görüşmeci arkadaş çevresinin etkisiyle sosyal medya ortamına katıldıkları cevabını vermiştir. Görüşmecilerin; bazıları bu durumu ‘sürü psikolojisi’ söylemiyle açıklaması dikkat çekicidir. Bazı görüşmeciler bu durumu şu sözlerle özetlemiştir:

Ebru: *“Arkadaş çevremın etkisiyle bu ağlara katıldım. Arkadaşlarımdın hepsi sosyal medya araçlarını kullanmaya başlayınca doğal olarak bende bu ağları kullanma isteği oluştu. Ayrıca ben de bir şeyleri paylaşma isteği oluşmaya başladı. Özellikle fotoğraf paylaşmayı çok seviyorum. Sosyal ağlara katılma sebeplerimden ilki arkadaş çevremın bu ağları kullanıyor olması, ikincisi de paylaşım yapmayı seviyor olmamdır. Yani sürü psikolojisine uyduğumu söyleyebilirim.”*

Ahmet: *“Aslına bakacak olursak sürü psikolojisinden dolayı. İnsanlar bunu kullanmaya başlayınca ben de insanlar bu sosyal ağları neden kullanıyor merakı oluştu. Kendi kendime herkes kullanıyorsa bende kullanmalıyım dedim. Kullanmaya başlayınca da bir daha bırakamadım.”*

İlahiyat Fakültesinde okuyan Ali, kendisinde oluşan yalnızlık duygusundan dolayı bu platforma üye olduğunu belirtmiştir. Ayrıca çevresindeki insanların ona yöneltmiş olduğu dijital ortamda yer almama eleştirisinden kurtulmak için sosyal medya hesabı açtığını şu sözlerle vurgulamıştır:

Ali: *“Bu ağlara katılma sebebim herkesin bu platformda yer almasından kaynaklı bende oluşan yalnızlık duygusudur. Düşünün bir kere herkesin sosyal medya hesabı var, neden benim olmasın. İnanın sosyal ağlara katılmasaydım çok tepki alırdım ki aldım da. Senin sosyal medya hesabın yok mu? diyerek beni garipseyen insanlardan kurtulmak için bu ağlara katıldığımı söylesem abartmamış olurum. Yani sadece bu baskıdan dolayı bu ağlara katılmadım. başka sebepler de var. Mesela bu ağlar sayesinde sevdiğim arkadaşlarla en azından fotoğraf alışverişi yapıp, onlarla olan iletişimi devam ettirebiliyorum.”*

Zeynep ilk başta çevresinin etkisiyle bu ağlara üye olduğunu, daha sonra ise bu ortamın hayatını kolaylaştırdığı için kullanmaya devam ettiğini şu sözlerle açıklamıştır:

Zeynep: “Aslında ilk başta bu ağlara katılma sebebim çevremden kaynaklanıyordu. Ama daha sonra bir şeyi fark ettim. Bu ortam hayatımı inanılmaz bir şekilde kolaylaştırıyor. İletişim noktasında hiçbir aracın veremediği olanakları sunuyor. Ayrıca gündelik bilgiye ulaşmam noktasında inanılmaz fırsatlar var.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Yusuf ise hem toplumun dışında kalmamak hem de yaptığı eserleri insanlara göstermek için sosyal medya ortamına katıldığını dile getirmiştir. Eserlerinin herhangi bir ücret ödmeden paylaşarak bedava reklam yaptığını şu sözlerle açıklayan Yusuf bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

Yusuf: “Toplum içinde yer edinmek her insan için gereklidir. Sosyal medya herkes tarafından kullanılan bir şeydir. Ben neden kullanmayayım? Neden toplumun dışında kalayım? gibi soruları sormaya başladım. Bu sorular bu ağlara katılmama neden oldu. Ayrıca sosyal medya insanların kendilerini kanıtlamaları için inanılmaz fırsatlar sunuyor. Bu ortamda yaptığım eserleri paylaşarak yüzlerce kişinin ulaşmasını sağlıyorum. Eserlerim ücretsiz bir şekilde başka hangi ortamda paylaşabilirdim ki.”

Görüşmeye katılan 7 kişi ise sosyal medya ağlarına katılma sebeplerini haber alma ve iletişime geçme isteklerinden kaynaklandığını dile getirmiştir. Onlara göre sosyal ağlar sayesinde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olaylardan anında haberdar olunmaktadır. Öyle ki bazı görüşmeciler kimi zaman haber sitelerinden daha önce olaylar hakkında sosyal ağlar vasıtasıyla haberdar olduklarına vurgu yapmıştır. Dünyada meydana gelen değişimlerden haberdar olmak için sosyal medya hesabı açtığını belirten Yasir, geleneksel medyanın sosyal medyaya oranla bilgi edinmek noktasında yavaş kaldığını öne sürerek bir olayın haber sitelerine bile düşmeden sosyal medya sayesinde insanların haberdar olabileceğine işaret etmiştir:

Yasir: “Dünyada meydana gelen değişimlerden haberdar olmak için sosyal medyaya üye olmak zorundaydım. Yani dünyadaki olaylar o kadar çok hızlı değişiyor ki geleneksel medya bu hıza ayak uyduramıyor. Gazete okusam dünün haberine ulaşmış olurum. Gündeme dair haberleri akşam yayınlanan haber bültenleriyle öğrenme sınırlılığım var. Sosyal medyada ise istediğim an habere ulaşma imkanım var. Hatta bir olay, haber sitelerine dahi düşmeden önce onu sosyal medyadan öğreniyorum.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Ecrin haber alma ihtiyacını gidermek için sosyal medya ortamına katıldığını belirtmiştir. Arkadaşlarının da bu ortamda olduğunu gördüğünden dolayı kullanmaya devam ettiğini şu sözlerle açıklamıştır:

Ecrin: “İlk başlarda haber ihtiyacımı gidermek için bu mecraya katılmışım. Dünyada meydana gelen herhangi bir gelişmeden bu ağlar sayesinde haberdar oluyordum. Daha sonra ise çevremdeki herkes ama herkesin bu ağlara katıldığını fark ettim. İlk başlarda amacım haberleri takip etmektir. Şimdi ise arkadaşlarımla iletişim halinde kalmak için bu ağlara üyeliğim devam etti.”

Ayşe, sosyal ağlara katılmanın çağın bir gerekliliği olduğuna vurgu yaparak hem eleştirilerden kurtulmak hem de okul hayatı için gereken bilgileri de bu ağlar vasıtasıyla elde etmek amacıyla bu ağlara katıldığının altını çizmiştir:

Ayşe: “Sosyal ağlar günümüzde çok yaygın kullanılan bir şey. İnsanlar her türlü haberleşmeyi bu ortamda sağlıyor. Mesela ders notları ve hocaların duyurusu bu ortamda paylaşılıyor. Bu ve benzeri nedenlerle ister istemez bu ortama katılma ihtiyacı hissettim. Zaten 21. yüzyılda yani teknoloji çağında yaşıyoruz. İnsanlar WhatsApp, Instagram, Facebook gibi sosyal ağlara üye olmadığını öğrenince size tepki gösteriyor. İster istemez dış etkenlerin düşüncelerinden kurtulabilmek için sosyal mecralara katılma ihtiyacı hissettim.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Batı ile Emrah ve İlahiyat Fakültesi öğrencisi Cengiz, bu ağları haber alma ve eğlenceli vakit geçirme dışında beğeni noktasında bir tatmin aracı olarak gördüklerini için kullandıklarını kaydetmiştir:

Batı: “İlk başta meraklı. Çevremdeki herkes bu sosyal ağları kullanıyordu. Ben de bu meraktan dolayı bu ortama üye oldum. Aslında sadece meraktan dolayı bu ortama katıldım desem yalan söylemiş olurum. Bu ağlar insanların kendilerini tatmin etmesi noktasında inanılmaz fırsatlar sunuyor. Bu tatminle beraber dışarıdaki insanların sizi onaylaması söz konusudur. Yani düşünün bu ortam sayesinde hem egonuzu tatmin ediyorsunuz hem de başkaları tarafından onaylanıyorsunuz. Bunu kim istemez ki.”

Emrah: “Yani eğlenceli bir ortam. Zamanın da su gibi aktığı bir mecra. Bu ortamda egomu da tatmin ediyorum. İşte genel hatlarıyla bu sebeplerden dolayı bu platforma katıldım.”

Cengiz: “Instagram’da beğeni alarak kendimi tatmin etmek için Twitter’da gündemi daha yakından takip etmek için katıldım.”

Helin adlı görüşmeci sosyal ağları kullanma nedenini genel bir yorumlama ile açıklamamıştır. Facebook’u herkes tarafından kullanılması Instagram’ı fotoğraf tabanlı olması Twitter’i kendisine özgür düşünmesine fırsat tanınması nedeniyle kullandığını söylemiştir.

Helin: “Facebook ilk başlarda herkes tarafından kullanıldığı için, Instagram’ı ise giyim ve kuşamı çok sevdiğim ve fotoğraf tabanlı bir ağ olduğu için katıldım. Twitter’da ise tanıdığım kimse yok ve ben bu ortamda özgürce düşünebildiğim için katıldım.”

Görüşmeciler tarafından sosyal medya ağları arasında en fazla kullanılan aracı öğrenmek için “En fazla kullandığınız sosyal medya aracı hangisidir?” sorusu yöneltilmiştir. Araştırma sonucunda en fazla kullanılan ağın Instagram (17 kişi- 10 erkek 7 kadın) olduğu görülmektedir. Fakülteler bazında bir değerlendirme yapıldığında Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencilerinin (8 kişi- 4 erkek, 4 kadın) en fazla Instagramı kullandıkları belirlenmiştir. Aynı şekilde İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin (7 kişi- 4 erkek, 3 kadın) en fazla kullandıkları ağın yine Instagram olduğu Facebook’u kullanan kimsenin olmadığı anlaşılmıştır. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencileri tarafından da Facebook ve Twitter kullanılmadığı belirlenmiştir. İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerinden 3 kadın katılımcı Facebook’u tercih ederken 3 erkek katılımcı Twitter’ı tercih etmektedir. Bu veriler ışığında gençlerin sosyal medya ağları arasında Instagramı daha fazla kullanmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. WhatsApp ve Twitter, Instagramdan sonra en çok kullanılan sosyal ağ olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 5: En fazla kullandığınız sosyal medya aracı hangisidir

Fakülte	Cinsiyet	Facebook	Instagram	WhatsApp	Scorp	Bib	Twitter
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın		4			1	
	Erkek		4		1		
İlahiyat	Kadın	3	1	1			
	Erkek		1	1			3
İletişim	Kadın		3	2			
	Erkek		4				1
Toplam		3	17	4	1	1	4

Görüşmecilerden 17’si en fazla kullandıkları sosyal ağın Instagram olduğunu belirtmiştir. Bu görüşmeciler, bu durumu Instagram’ın daha kolay ve anlaşılır yapıya sahip olması, göze hitap etmesi, son zamanların en popüler sosyal mecrası olması gibi sebeplere bağlayarak açıklamıştır.

Ecrin: “Instagram. Kullanım olarak diğer ağılara göre daha kolay. Ara yüzü o kadar sade ki kullanımı çok rahat. Instagram’da diğer ağılara kıyasla daha fazla eğleniyorum. Şu an Instagram’a inanılmaz derecede alıştığım için en fazla kullandığım ağ da kendisi oluyor.”

Yakup: “Aslında bu değişebiliyor. Şu anda Instagram’ı daha fazla kullandığımı söyleyebilirim. Kullanım olarak inanılmaz kolay ve göze hitap eden bir ağ. Günümüz insanları artık yazmak konusunda bayağı üşengeç. Bu yüzden görselliğe hitap eden bir aracı kullanmak cazip hale geldi. Instagram da göze hitap eden bir araç. Ayrıca günümüz dünyasının trendi Instagram. Şu anda en yaygın kullanılan ağ da o. Yani modaya uymak için Instagram’ı kullanıyorum desem herhalde yanlış olmaz.”

Tıpkı Yakup gibi Ebru da son zamanlarda Instagram’ın gençler arasında gittikçe popüler hale geldiğine vurgu yaparak kullanıcılarına içerik noktasında çok zengin bir imkan sunduğunu söylemiştir. Özellikle Instagram’ın “Keşfet” sekmesi sayesinde dünyada popüler olan ve kendi ilgi alanına giren pek çok paylaşımdan haberdar olduğunun altını çizmiştir.

Ebru: “Tabii ki de Instagram. Şu an özellikle aynı yaş grubu içerisinde olduğum insanların en fazla kullandığı ağ Instagram. Gençler olarak popüler olan şeyleri kullanma eğilimi gösteriyoruz. Instagram diğer ağılara göre içerik olarak çok daha zengin. Mesela Instagram’ın keşfet sekmesi sayesinde dünya üzerinde popüler olan birçok paylaşımı görebiliyorum. Ayrıca ilgi alanıma yönelik paylaşımlara rahat bir şekilde ulaşıyorum. Keşfet kısmı bununla ilgili inanılmaz zengin içeriklere sahip. İşte bu sebeplerden dolayı en fazla kullandığım sosyal ağ Instagram’dır.”

İletişim Fakültesinde okuyan Nermin, son zamanlarda Facebook’un popülerliğini yitirdiğini vurgulamıştır. Instagram’ı farklı içerikler sunması nedeniyle beğendiğini açıklayan Nermin özellikle arkadaşları hakkında güncel bilgileri almak amacıyla Instagram’ın hikayeler kısmını kullandığını dile getirmiştir. Bu kısım nedeniyle saatlerce internette vakit harcadığına işaret eden Nermin bunun bir tür bağımlılığa dönüştüğünü şu cümlelerle aktarmıştır:

Nermin: “Instagram. Bütün arkadaşlarımdan çoğu bu ağda. Pinteres’te kendi hobilerine yakın içeriklere bakıyorsun, Facebook ise popülerliğini yitirmiş durumda. Instagram öyle mi? Hem hobilerine uygun içerik sunuyor hem de popüler bir uygulama. Mesela evde otururken acaba arkadaşlarım şu an ne yapıyor? diye merak ediyorum. Instagram bu sorulara rahatlıkla cevap alabildiğim bir platform. Özellikle de Instagram’daki hikayeler kısmı rahatlıkla bu bilgileri sunuyor. Ayrıca hikayeler kısmı bağımlılık yaratıyor. İnanır mısınız? En az üç saatim geçiyor ve ben hala hikayelere bakmaya devam ediyorum. Belirli bir noktadan sonra bağımlılık yaratıyor. Ama olsun, Instagram’dan memnunum. Ayrıca inanılmaz eğlenceli bir araç.”

Görüşmeye katılan 4 kişi WhatsApp'ı, 4 kişi Twitter'ı, 3 kişi Facebook'u, 1 kişi Bib, 1 kişi ise Scorp uygulamalarını kullandığını belirtmiştir. Görüşmecilerden Merve Bib'i iletişim için yeni pratik bir mecra olarak gördüğü için kullandığını ifade etmiştir. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Batı Scorp uygulamasında tanıdığı kişiler olmaması sebebiyle kendini inanılmaz rahat ve özgür hissettiği için kullandığını açıklamıştır.

Bazı görüşmeciler Facebook'un ilk açtıkları sosyal medya hesabı olması, kullanımı kolay bir nitelik taşıması ve kendilerinde bir alışkanlık yaratmış olması nedeniyle kullanmaya devam ettiklerini açıklamıştır. Zeynep adı görüşmeci Facebook'u Instagram'a göre daha kullanışlı ve ilgi alanlarına göre farklı seçenekler sunması nedeniyle tercih ettiğini dile getirmiştir.

Aysel: “Facebook. Aslında geçerli bir nedeni yok. ilk açtığım sosyal ağ Facebook'tu. Kullanımı rahat ayrıca uzun süredir kullandığım için bende bir alışkanlık yarattı.”

Meryem: “Facebook. İlk üye olduğum ağ olduğu için ve ayrıca kullanım olarak diğer ağlara göre daha çok beğeniyorum. Yani bu bende kişilik özelliği. Beğendiğim bir şeyi kolay kolay bırakmam.”

Zeynep: “Facebook. İlk açtığım hesap Facebook'tu. Yaygın kullanılan bir tabir var; ‘Eski alışkanlıklar kolay kolay bırakılmaz’ diye. İşte benim içinde bu tabir geçerli. İlk açtığım sosyal ağ Facebook olduğu için bende bir alışkanlık yarattı. Ayrıca bana göre Facebook'ta Instagram'a oranla daha kullanışlı sayfalar mevcut. Hemen hemen ilgi duyduğum tüm konuları Facebook'ta bulunan sayfa ve gruplarda bulabiliyorum.”

Araştırmaya katılan bazı görüşmeciler hem Twitter'ı dünya ve Türkiye gündemini yakından takip etmek hem de diğer ağlara oranla daha fazla gerçekçi olması nedeniyle kullandıklarını şu sözlerle özetlemiştir:

Cengiz: “Twitter. Ülkenin canlılığı ve diriliği hep Twitter da olduğu için. Güncel bilgilerden hemen haberdar olayım diye en fazla Twitter ağına takip ediyorum.”

Gökhan: “Twitter. Twitter'ı diğer ağlara oranla biraz daha gerçekçi bir ağ olması nedeniyle kullanıyorum. Mesela Instagram'dan yola çıkalım. Bu ağda kendi özel yaşamımızı kurgulayarak sunuyoruz. Twitter'da ise kurguya yer vermeden dünyanın birçok yerindeki insanlarla iletişim haline geçebiliyoruz. Ayrıca Twitter sayesinde gündeme dair birçok şeyi takip etme olanağım artıyor.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Fatih ise en fazla Twitter'ı kullanma nedenini diğer ağlara oranla burada daha seviyeli ve zeka seviyesi yüksek insanların bulunma inancına bağlayarak açıklamıştır. Instagram'ı popüler kültürün bir eseri olduğuna vurgu yapan

Fatih Facebook’u “yamalanmış baya eskimiş bir platform” olarak gördüğünü şu sözlerle aktarmıştır:

Fatih: “Twitter. Twitter kullanan insanlar diğer ağlara göre daha seviyeli ve zekası daha yüksek olur. Instagram popüler kültürün eseri, Facebook’ta yamalanmış baya eskimiş bir platform. Bu yüzden bana göre Twitter’ı kullanmak daha sağlıklı.”

Araştırmaya katılan görüşmeciler WhatsApp’ın pratik bir iletişim aracı olduğu için en fazla kullandıkları ağ olduğunu belirtmiştir. Bazıları bu ağ vasıtasıyla arkadaşlarıyla daha kolay bir şekilde iletişim kurduklarını şu sözlerle dile getirmiştir:

Emrah: “WhatsApp. Şu an iletişim yönünde inanılmaz avantajlar sağlıyor.”

Ali: “WhatsApp iki sebebi var başka ağ kullanmıyorum ve ayrıca çoğu arkadaşarımla bu ağ vasıtasıyla kolaylıkla iletişime geçebiliyorum.”

Ayşe ise WhatsApp’ı diğer ağlara göre daha sade, anlaşılır olması ve diğer ağlardan farklı olarak zaman kaybına sebebiyet verecek dikkati başka yerlere çekecek nitelikte içeriğe sahip olmaması nedeniyle sıklıkla kullandığını şu sözlerle özetlemiştir:

Ayşe: “WhatsApp. Kişilerarası iletişim için bu ağı kullanıyorum. Daha az dikkat dağıtıyor. Mesela Instagrama girdiğiniz zaman birçok fotoğraf ve içeriklerle karşı karşıya kalıyoruz. Ancak WhatsApp bu konuda daha sade olduğundan sadece arkadaşarımla durumlarını, değiştirirlerse profil fotoğraflarına bakabiliyorum. Yani diğer ağlara oranla daha az vakit harcıyorum. Instagram’ın keşfet sekmesi bile en az iki saatimi alıyor. WhatsApp’ta ekli olan kişileri görürken Instagram’da dünyadaki herkesi görebiliyorsun. Tanımadığımız insanların profillerinde saatlerce gezebiliyoruz. Kim ne yapmış nereye gitmiş gibi sorularından yolla çıkarak saatlerce internette geziniyoruz. Zaman bende değerli. İşte bu yüzden zamanı mı en az çalan ağ olan WhatsApp’ı kullanıyorum.”

Görüşmecilerin sosyal medyada ne kadar vakit geçirdiklerini öğrenmek için “Sosyal ağlarda (Facebook, Twitter vs.) günlük ortalama ne kadar zaman geçiriyorsunuz?” şeklinde bir soru sorulmuştur. Görüşmeye katılan 15 kişi en az 1 ile 3 saat arasında sosyal medya ortamında vakit geçirdiğini ifade etmiştir. 5 görüşmeci ise 3 ile 5 saat sosyal medya kullandıklarını belirtmiştir. Geriye kalan 10 görüşmeci ise saat sınırlaması yapmadan sosyal medyayı kullandığını söylemiştir. Fakülteler bazında değerlendirildiğinde en fazla sosyal ağlarda vakit geçiren öğrencilerin İletişim Fakültesinde okuduğu en az vakit geçirenlerin ise İlahiyat Fakültesinde okuduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: Sosyal ağlarda (Facebook, Twitter vs.) günlük ortalama ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

Fakülte	Cinsiyet	1-3 saat	3-5 saat	Saat sınırlaması yok
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	3	-	2
	Erkek	3	-	2
İlahiyat	Kadın	5	-	-
	Erkek	3	2	-
İletişim	Kadın	1	1	3
	Erkek	-	2	3
Toplam		15	5	10

Görüşmeye katılan 10 kişi ise günün her saatinde sosyal medya kullandıklarını belirterek internet kullanımı noktasında herhangi bir saat sınırlandırması yapamadıklarını şu sözlerle aktarmıştır:

Derya: “Sürekli olarak kullanıyorum. Elimde sürekli akıllı telefon var ve ben de sürekli sosyal medyaya takılıyorum.”

Hülya: “Aktif olarak 2 saat. Ama gün içerisinde WhatsApp’tan dolayı sürekli aktif olarak kullanıyorum. Bunun bir sınırlamasını yapamayacağım.”

İletişim Fakültesinde okuyan Nermin, sosyal medya kullanımının sabah uyanınca başladığını akşam uyuyana kadar devam ettiğini belirtmiştir. Nermin’in, sosyal ağları bu kadar yoğun kullanma nedenini merak duygusundan bağlayarak açıklamıştır. O, gün içerisindeki sosyal medya kullanımını şu ifadelerle anlatmıştır:

Nermin: “Sabah uyanıyorum, bir bildirim var mı? yok mu? diye Instagram’a bir bakayım diyorum. 15 ile 20 dakika vakit geçiriyorum. Sonra kalkıp elimi yüzümü yıkıyorum, tekrar Instagram hesabımı kontrol ediyorum. Kahvaltımı yaparken kim ne yapmış ne etmiş, merakımdan dolayı yine sosyal ağlara bakıyorum. Yani bir nevi bu durum bende alışkanlık olmuş. Kısacası uyandığımda saat 9.00, uyuma saatim ise gece 23.00’dır. Ben bu süre zarfında sürekli olarak sosyal ağları aktif olarak kullanıyorum. Bu nedenle sosyal medya kullanımım ile ilgili net bir süre veremem. Hayatımın her anında sosyal ağ var zaten.”

Araştırmaya katılan görüşmecilerin sosyal medyada hangi grup/sayfalara katıldığını öğrenmek için onlara “Sosyal medya ortamında ne tür gruplara

katılıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. 28 kişi ilgi alanları ve hobilerine uygun olan gruplara katılmayı tercih ederken sadece 2 kişi herhangi bir gruba katılmadığını dile getirmiştir.

Görüşmecilerden ilgi alanları doğrultusunda çeşitli gruplara katıldıklarını ifade eden bazı kişiler bu durumu şu ifadelerle aktarmıştır:

Nermin: “Yani ilgi alanıma uygun gruplara katılmayı tercih ediyorum. Tatlı tariflerine yer veren ve kozmetik ürünler satan sayfaları takip ediyorum. Çünkü tatlı çeşitlerini ve kozmetik ürünleri çok seviyorum.”

Yasemin: “İlgi alanıma ve hobilerime uygun sayfa ve gruplara katılıyorum. Mesela kitap okumayı sevdiğim için kitaplarla ilgili sayfaları takip ediyorum.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Meryem, ilgi alanları dışında kendi ideolojisini yansıtan gruplara üye olmayı tercih ettiğini vurgulamıştır:

Meryem: “İlgi alanlarıma göre katılıyorum. Film sevdiğim için film öneren sayfalara, kitap sevdiğim için kitap tavsiyelerinde bulunan gruplara katılıyorum. Bir de ideolojimi yansıtan sayfaları takip ediyorum. Yani sevdiğim şeyleri ve kişileri takip ederim.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Ali adlı görüşmeci kendi okul arkadaşları tarafından kurulan ve tuttuğu takımla ilgili olan gruplara katılmayı tercih ettiğini açıklamıştır. Bu sayede güncel bilgiler noktasında medya kuruluşlarına bağımlı olmaktan kurtulduğuna işaret etmiştir.

Ali: “Genellikle okul arkadaşlarımdan kurduğu gruplara katılıyorum. Unutmadan koyu bir Beşiktaşlı olduğum için renktaşlarımdan kurduğu sayfalara üye oluyorum. Bu iki gruba üye olmamdaki neden; tuttuğum takım ve derslerimle ilgili en güncel bilgileri elde edebilmektir. Bu sayede güncel bilgiler konusunda medya kuruluşlarına olan bağımlılığım kurtulmuş oluyorum.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Elif ise sanatsal niteliği olan kendi mesleğine yönelik olan paylaşımların yer aldığı sayfa ve gruplara katıldığını açıklamıştır. Bu grupların dışındaki gruplara kendisine çevresi tarafından siyasi bir kimlik yakıştırılacağı endişesinden dolayı girmedikini vurgulamıştır.

Elif: “Sanatsal gruplara katılırım. Bunun dışında ilgi duysam dahi hiçbir sayfa ve gruba girmemeye çalışıyorum. Maalesef günümüzde üye olduğumuz gruplardan yola çıkarak bizlere siyasi bir kimlik biçmeye çalışan bir çevremiz var. İşte bu yüzden sadece mesleğime yakın gruplara katılıyorum.”

İletişim Fakültesinde okuyan Helin, eğitim ve mesleki atama noktasında bilgi edinmek amacıyla çeşitli gruplara üye olduğunu açıklamıştır. Bu sayede kimi zaman insanlarla iletişime geçerek örgütlenebildiklerini dile getirmiştir.

Helin: “Genelde eğitim odaklı gruplara katılıyorum. Facebook hesabımda eğitim sayfalarına üyeyim. Bu sayede hem eğitim konusunda bilgi sahibi oluyorum Mesela uzman yardımcılığıyla ilgili bir alım olması durumunu bu sayfalar aracılığıyla öğreniyoruz ve birbirimizle iletişime geçip Twitter üzerinden örgütlenebiliyoruz.”

İlahiyat fakültesinde okuyan Yasir hayatının her alanda İslamiyet’e yer vermek adına İslami nitelikteki grup ve sayfalara üye olduğunu belirtmiştir. Bunların dışında kendi düşüncesine zıt olan grup ve sayfalara da üye olduğunu ifade etmiştir. Yasir, bu sayede kendisinden farklı düşünen insanları tanıyarak onlarla tartışırken kullanabileceği argümanları elde etmeye çalıştığını dile getirmiştir:

Yasir: “Daha çok görüşlerime uygun sayfalara katılma eğilimi gösteriyorum. Mesela ben İslamiyet’e hayatımın her alanında yer veren biriyim. Sosyal medya hesabımda da bu tür sayfa ve gruplara katılırım. Bazen de benim düşüncemin zıttı gruplara katılırım. Bir görüşü savunmak istiyorsan onun karşı görüşünü de tanımak gerekir. Ben de karşı görüşe sahip insanların bulunduğu sayfaları takip ederek fikrilerini öğrenmeye çalışıyorum. Bu bilgiler sayesinde zıt görüşteki insanlarla konuşurken kendimi daha rahat savunurum.”

Araştırmaya katılan görüşmecilerden sadece 2’si herhangi bir grup/sayfaya katılmadıklarını söylemiştir. Nevzat bu tür gruplarda genellikle siyasi konuların konuşulduğuna öne sürerek bu tür tartışmaların içinde olmak istemediği için bu grup/sayfalara katılmamayı tercih ettiğini vurgulamıştır. Merve ise eskiden KPSS (Kamu Personeli Seçme Sınavı) yönelik gruplara atamalar hakkında bilgi almak amacıyla katıldığını dile getirmiş fakat şimdilerden ise bilgi kirliliğinden kurtulmak amacıyla böyle bir tercihte bulunduğunu ifade etmiştir:

Nevzat: “Herhangi bir gruba ya da sayfaya katılmıyorum. Bu gruplara katılmaya ihtiyaç duymuyorum. Mesela bir grup ya da sayfaya üye oluyorsunuz. Birkaç gün siyasi bir konuda tartışma çıkıyor. Durup dururken kendinizi bu tartışmanın içerisinde buluyorsunuz. İşte bu ve benzeri nedenlerle hiçbir gruba veya sayfaya üye değilim.”

Merve: “Bu aralar grup ve sayfalara katılmamaya çalışıyorum. Şimdi hangi sayfalara katıldığımı inanin bilmiyorum. Ama eskiden KPSS gruplarına üye oluyordum. Atamalarla ilgili bilgilere hemen ulaşmak için bu sayfalara üye oluyordum. Şu an ise herhangi bir gruba üye olmayarak gereksiz bilgi kirliliğinden kurtuluyorum.”

Görüşmecilerin, sosyal medya hesaplarında ne tür paylaşımlar yaptıklarını öğrenmek için onlara “Sosyal medyada daha çok ne tür paylaşımlarda bulunursunuz?” diye sorulmuştur. Görüşmeye katılan 22 kişi sosyal medya ortamlarında, özlü sözler, beğendikleri kitap, komik videolar ve kendilerine ait fotoğrafları daha çok paylaştıklarını şu sözlerle belirtmiştir:

Nermin: “Kendime ait fotoğrafları ve kendi beğendiğim şeyleri paylaşıyorum.”

Gökhan: “Kendi hayatımla ilgili bilgiler içeren fotoğrafları paylaşıyorum.”

Selim: “Yani genelde Instagram kullandığım için fotoğraf paylaşıyorum. Arkadaşlarımla beraber çektiğim bir görsel olabilir veya yalnız kendimin yer aldığı fotoğrafları paylaşıyorum.”

Ali: “Okuduğum kitaplardan ve şiirlerden hoşuma giden cümleleri paylaşıyorum.”

Ahmet: “Genellikle komik videolar ya da kendi çektiğim fotoğrafları paylaşmayı tercih ediyorum.”

Görüşmeye katılan Zafer ise kendi karakteriyle ilgili eğlenceli içerikler paylaşma yoluna gittiğini söylemiştir:

Zafer: “Beni yansıtan, karakterim hakkında ipuçları veren paylaşımlara yer veririm. Mesela eğlenceli bir kişiliğim var ve paylaşımlarımda daha çok eğlence faktörü vardır.”

Görüşmeye katılan 6 kişi sosyal medya hesaplarında dünya ve Türkiye gündemine dair bilgiler paylaştığını söylemiştir. Katılımcılar, bu paylaşımlar sayesinde arkadaşlarına yararlı bilgiler vermeyi hedeflediklerini vurgulamıştır:

Meryem: “Çok fazla paylaşım yapmam. Genelde paylaşımlarım ülkem ve dünya gündemine ilişkin paylaşımlar oluyor. Paylaştığım içeriklerde günlük hayatta işe yarayacak bilgiler mevcuttur. Arkadaşlarım da bu bilgilerden faydalansın diye paylaşım yapıyorum.”

Özden: “Güncel şeyleri paylaşıyorum. Mesela ülkemde bir olay oluyor ve olayla ilgili bir yazı gözüme çarpıyorsa onu paylaşıyorum. Zaten pek fazla paylaşım yapmıyorum yaptığım zamanda güncel şeyleri paylaşıyorum.”

Yakup: “Gündemde yer alan haberleri, ülkede mevcut olan sıkıntı ve sorunları, memleketimde yaşanan güzel şeyleri paylaşıyorum.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Nevzat ve Yusuf sosyal medya hesaplarında yaptıkları çizimleri paylaştıklarını belirtmiştir. Bu sayede yaptıkları

alışmaları insanların beğenisine sunarak beğenilme arzularını tatmin ettiklerini ifade etmiştir:

Nevzat: “Kendi yaptığım karakalem ve porte çalışmalarım var. İnsanlar yaptığım çalışmaları görsün ve beğensin diye sosyal medya hesabımda paylaşıyorum. Bunun dışında hiçbir şey paylaşmam.”

Yusuf: “Alanım grafik olduğu için genellikle çizim tarzı şeyleri sosyal medya hesabımda paylaşıyorum. Bu sayede çoğu kişi yaptığım çalışmaları beğeniyor. Bu da bir nevi kendimi tatmin etmemi sağlıyor.”

Katılımcılara “Tanımadığınız kişilerle de sosyal medya vasıtasıyla iletişim kurduğunuz oluyor mu? İletişim kuruyorsanız bunu yapmaktaki amacınız nedir?” diye sorulmuştur. Aşağıdaki tablodan anlaşılaçağı üzere araştırmaya katılan 18 kişinin (6 kadın 12 erkek) sosyal ağılar vasıtasıyla tanımadıkları kişilerle iletişim kurdukları görölmektedir. Tanımadığı insanlarla iletişime geçmediklerini belirtenlerin katılımcı sayısı 12’dir (9’u kadın 3’ü erkek). Bu sonuçlardan yola çıkarak erkeklerin kadınlara oranla daha fazla tanımadıkları kişilerle sosyal medya aracılığıyla iletişime geçtikleri söylenebilir. Ayrıca fakölte bazında değerlendirildiğinde İlahiyat faköltesini okuyan kişilerin (6 kişi- 4 kadın 2 erkek) tanımadığı insanlarla iletişim kurma noktasında diğer faköltelere oranla daha fazla çekimser oldukları belirlenmiştir. Güzel Sanatlar ve Tasamın Faköltesindeki kişilerin (8 kişi- 5 erkek 3 kız) bilhassa erkeklerin tamamının tanımadıkları insanlarla sosyal medya aracılığıyla iletişim kurma yoluna gittiğı saptanmıştır. İletişim Faköltesinde okuyan erkek görüşmecilerin de (6 kişi- 4’ü erkek 2’i kadın) neredeyse tamamına yakınının tanımadığı kişilerle iletişim kurmak amacıyla sosyal medyayı kullandığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 7: Tanımadığınız kişilerle sosyal medya araçları vasıtasıyla iletişim kurduğunuz oluyor mu?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	3	2
	Erkek	5	-
İlahiyat	Kadın	1	4
	Erkek	3	2
İletişim	Kadın	2	3
	Erkek	4	1
Toplam		18	12

Görüşmecilerden 12'si sosyal medya üzerinden tanımadıkları kişilerle iletişime geçemediklerini açıklamıştır. Bu kişiler bu durumun nedenini sosyal medya ortamını güvenilir ve gerçekçi bulmamalarına bağlayarak açıklamıştır. Bazı görüşmeciler bu durumu şu ifadelerle dile getirmiştir:

Özden: “Olmuyor. Tanımadığım insanları eklemiyor, ekleyenleri de reddediyorum. Onlarla iletişim kurmuyorum, gelen iletişim isteğini de reddediyorum. Yani iletişim kurmam için gerçek hayatta tanımam şart. Yabancı insanlarla iletişim kurulmasına karşıyım.”

Merve: “Yok, şimdiye kadar olmadı. Yani iletişime geçmeyi de tercih etmiyorum. Genelde bu kişiler sahte olabiliyor. Çevremdeki insanlar da bu konuda çok şey yaşadı. Ben de güvenmediğimden dolayı tanımadığım insanlarla iletişime geçmiyorum.”

Görüşmeye katılan iki kadın görüşmeci sosyal medya üzerinden sıklıkla erkeklerin tanışma istemiyle kendilerine mesaj attıklarını belirterek bu durumdan ne kadar rahatsız olduklarını dile getirmişlerdir. Elif, sanal ortamda arkadaşlık kurmanın pek sağlıklı olmadığını ve bu ortamda insanların kurgulanmış kimliklerle kendilerini sunduğuna inandığını için onları güvenilir bulmadığını söylemiştir. Nermin ise erkeklerin kendine sürekli mesaj atarak rahatsız ettiğini bu nedenle onlara cevap dahi vermediğini açıklamıştır:

Elif: “Yok olmadı. Genellikle karşı cinsteki kişilerin benimle tanışmak amacıyla attığı mesajlar var. Tanımadığım insanlarla iletişime geçmeye karşı olduğum için gelen mesajlara cevap dahi vermem. Sanırım bu da tek taraflı bir iletişim oluyor. Yani sanal

bir ortam olan sosyal medyada arkadaşlık kurmak ne kadar sağlıklı olabilir ki. Zaten bana göre bu ortamda gerçeklik denen bir şey yok. Ben de bu ortam vasıtasıyla tanışmanın samimiyet içermediğini düşünüyorum. Ayrıca sosyal medyayı kullanan insanlar kendi kimlikleriyle değil, kurgulanmış bir kimlikle karşımıza çıkıyor. Bundan dolayı tanımadığım insanlara güvenmiyorum.”

Nermin: “Yani posta kutumda sürekli tanışmak isteyen erkeklerin mesajları var. Bu mesajlara cevap dahi vermiyorum. Selam tanışabilir miyiz? Mesajlarından artık gına geldi. Zaten geri çevir butonu var ona basıyorum, cevap bile vermeden geri çeviriyorum. Yüzsüz olan kişiler var ve tekrardan sürekli mesaj atıyorlar ve ben yine mesajlarına cevap vermiyorum. Yani tanımadığın biriyle sosyal medyada bile takipleşmiyorum. Neden sürekli mesaj atıp rahatsız ediyorlar? anlamış değilim. Bunu yaparken acaba karşıdaki insanı taciz ettiklerinin farkındalar mı? Evet belki iyi insanlardır. Belki tanışsak güzel bir arkadaşlığımız da olabilir. Ama bana göre tanışma yeri sosyal medya olmamalı. Neden tanımadığım insanlara cevap vereyim, neden güveneyim onlara?”

İletişim Fakültesinde okuyan Helin, fotoğraf sevgisinden dolayı şahsen tanışmadığı profesyonel fotoğrafçıları sosyal medya vasıtasıyla takip ettiğini dile getirmiştir. Fakat onların kendisiyle ilgili olan özel hikaye kısımlarını görmesini engellediğini vurgulamıştır. Fotoğrafçılar dışında tanımadığı insanları takip etmediği gibi tanımadığı kişilerden gelen takip isteklerini de kabul etmediğinin altını çizmiştir.

Helin: “Tanımadığım insanların takip isteklerini kabul etmiyorum. Takip dahi etsem hikayemi onlardan saklıyorum. Zaten çok fazla paylaşımlarda bulunmuyorum. Instagram’da paylaştığım hikayeler de sadece tanıdığım insanlara açıktır. Tanımadığım insanlardan ise hikayemi gizliyorum. Yani neden tanımadığınız insanları ekliyorsunuz diye soruyorsanız hepsi, fotoğraf sevgisinden dolayı. Zaten eklediğim insanlar profesyonel fotoğrafçılardır. Eklemiş olsam dahi asla tanımadığım insanlarla iletişim kurmam.”

Araştırmaya katılan 18 kişi yabancı insanlarla bu ağlar vasıtasıyla iletişim kurduklarını belirtmiştir. Görüşmeciler, bunu yapmadaki amacını yeni insanlarla tanışma isteğine bağlayarak açıklamıştır. Yakup insanın sosyal bir varlık olması nedeniyle tanımadığı insanlarla iletişim kurmasının doğal bir durum olduğunu söylemiştir. Ecrin ise tanımadığı kişilerle olan iletişiminin karşı cinsteki insanların kendisiyle tanışma istemesiyle başladığını belirtmiştir. Ayrıca kendisinin de Instagram sayfalarında beğendiği ürünleri satın almak için tanımadığı kişilerle iletişime geçtiğini açıklamıştır:

Yakup: “İla ki tanımadığım insanlarla iletişim kuruyorum. İnsan sosyal bir varlık olduğu için bu tanışmalar kaçınılmazdır. Zaten sosyal medyanın başlıca unsuru,

insanlarla tanışmaktır. Sosyal medyada benimle arkadaş olmak isteyen insanlar var ve ayrıca benim de arkadaş olmak istediğim insanlar var.”

Ecrin: *“Aynen oluyor. Aslına bakacak olursak iletişimi ilk önce karşı cinsteki insan başlatıyor. Amaçları da benimle tanışmak, arkadaş olmak. Ayrıca Instagram’da beğendiğim ürünler de var. Bu ürünleri almak için bazen Instagram’da tanımadığım insanlarla iletişim kuruyorum.”*

İletişim Fakültesinde okuyan Hülya, sosyal medya sayesinde günlük hayatta tanışma fırsatının elde edilmeyeceği kişilere ulaşma imkanı sunduğuna vurgu yapmıştır. Okuduğu bölümden dolayı muhabirliğe karşı ilgili olduğunu belirten Hülya sosyal medya vasıtasıyla ünlü bir savaş muhabiriyle nasıl iletişime geçtiğini şu şekilde anlatmıştır:

Hülya: *“Instagram ve Twitter sayesinde olmuştu. Muhabirliğe meraklı bir insanım. Türkiye’de çok iyi tanınan bir savaş muhabiri vardı. Ben de bu ağlar sayesinde kendisine mesaj atmıştım. Birkaç konu hakkında merakımı gidermek için. Düşünün bir kere, bu ağlar olmasaydı ben savaş muhabirine nasıl ulaşacaktım? İmkânsız gibi bir şeydi. Bu ağlar sayesinde imkânsız denilen şeyleri de başarıyoruz.”*

Tanımadığı kişilerin onunla tanışmak için mesaj attığını belirten Zafer, ilk başlarda onlara karşı bir güvensizlik duyduğunu fakat zamanla bunu aştığını ifade etmiştir:

Zafer: *“İla ki bu durum ile karşılaşıyorum. Bu iletişim sürecinde görüşme talebinde bulunan ben değilim zaten. Tanışmak maksadıyla mesaj atan bazı kişiler oluyor. Yani merhaba diye yazıyor bunu da cevapsız bırakmak bana yakışmaz. Ya da bazen farklı insanlarla arkadaşlık kurmak istiyorsun. Sosyal ağlar tanımadığınız ve tanımak istediğiniz kişilerle iletişime geçmek için inanılmaz fırsatlar sunan bir ortam. Tanımadığın insanlarla bu ağ vasıtasıyla tanışıyorsun. İlk başlarda bende güven eksikliği oluyordu. Yani nasıl olmasın bu insanı tanıımıyorsun. Ama zamanla bu ortamda güven problemini aşıp sağlam arkadaşlıklar dahi kurdum.”*

Zafer, bu ağlar vasıtasıyla tanıştığı insanlara karşı ilk önce güvensizlik bir şekilde yaklaştığını, zamanla güven duymaya başladığını belirtmiştir. Bu duruma karşın görüşmeye katılan Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencisi Ebru ise tanımadığı bir insanla sosyal medya üzerinden tanışıp arkadaş olduğunu ve zamanla güven duygusu oluşmadığı için bu arkadaşlığı devam ettirmediğini şöyle ifade etmiştir:

Ebru: *“Oldu. Yani bir kere olmuştu. Ama sonucu hüsrarla bitti. Arkadaş olmak için mesaj atmıştı. Onunla belirli bir zaman konuştum da. Zamanla o güven duygusu bende oluşmadığı için arkadaşlığımı bitirdim. Bir de mesela müzikle ilgili paylaşımlar yapıyorum. Tanımadığım kişiler yani arkadaş listemde olmayan insanlar hemen mesaj atıyor. Hangi tür müzikleri seviyorsunuz? gibi sorular yöneltiyorlar. Zaten bu soruların*

amacı sevdiğiniz müziği öğrenmek için değil. Sizinle tanışmak için atılan uyduruk mesajlardır. Bu tür mesajlara cevap dahi vermiyorum. İnsanın dili bir kere yanar.”

İlahiyat Fakültesi öğrencisi Yasir, tanımadığı insanlarla bu ağlar vasıtasıyla iletişim kurduğunu fakat güven eksikliği nedeniyle iletişimini sınırlı tutma yoluna gittiğini vurgulamıştır. Özellikle bu kişilerin kendisine zarar verebileceği endişesiyle bunu yaptığını şu cümlelerle özetlemiştir:

Yasir: *“Yani iletişim kurduğum oluyor. Ama bu iletişim çok sınırlı bir çerçevede gerçekleşiyor. Tanımadığım insanlarla konuşmamı sınırlı tutup elimden geldikçe iletişimi sınırlı seviyelere çekiyorum. Tanımadığım kişilerle iletişime geçtikten sonra bana zararı dokunabilecek biri olduğunu sezdiğim kişileri de engelliyorum. Tanımadığım insanlara güvenemediğim için iletişimi sınırlı bir şekilde sürdürüyorum. Düşünce olarak bana yakın olduğunu hissedersen arkadaş dahi oluyorum. Fakat dediğim gibi genelde güvenemediğim için onları engelliyorum. Yani kim bilebilir belki yasadışı örgütlere üye biridir veya siyasi görüşümden dolayı zarar vermek için bu ağlar vasıtasıyla iletişim kuruyordur.”*

İletişim Fakültesinde okuyan Ahmet, sosyal medyada tanıştığı bir kişiyle iş anlamında iletişime geçtiğini fakat bu durum neticesinde ciddi sıkıntılar yaşadığı ifade etmiştir:

Ahmet: *“Oldu birkaç defa ama pek sağlıklı olmuyor. Çünkü karşıdaki insanları tam olarak tanıımıyorsun. Bundan dolayı pek sağlıklı bir iletişim kuramıyorsunuz. Mesela ben profesyonel bir fotoğrafçıyım. Tanımadığım biri sosyal medya hesabım vasıtasıyla iletişime geçmişti. Kendisinin fotoğraflarını çekmemi istemişti. Yani tanımadığım biri olduğu için mesafeli davrandım. Daha sonra bu kişi başımı çok ağrıtmıştı. Sosyal medyada iletişime geçmek yerine yüz yüze iletişime geçmeyi tercih ederim”.*

Araştırmaya katılan 29 kişi sosyal medyayı olumlu yönleriyle tanımlama yoluna gitmiştir. Görüşmeciler, sosyal medya ortamını; ‘iletişim fırsatı’, ‘boş vaktin değerlendirilmesi’, ‘bilgi ve haberlerin paylaşılması’ ve ‘sosyalleşme’ imkanı sunan bir mecra olarak tanımlamıştır. Görüşmeye katılan yalnızca 1 kişi sosyal medyayla ilgili olumsuz fikir beyan etmiştir. Ona göre sosyal medya insanların vaktini çalan onları yaptıkları işlerden alıkoyan bir ortamdır.

Araştırmaya katılan 22 kişi sosyal medyayı hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak görmektedir. Özellikle; ‘özgürlüğü ifade eden’, ‘gündemi takip etmeme yarayan’, ‘iletişim için olmazsa olmaz’ ‘hayatımın olmazsa olmazıdır’ gibi söylemler, görüşmeciler nezdinde sosyal medyanın önemini gözler önüne sermektedir. Bu veri Görüşmeye katılan sadece 6 kişi sosyal medyanın kendileri için hiçbir önem

taşımadığını söylemiştir. Onlara göre sosyal medya; “kurgulanmış hayatların yaşandığı”, “sahte mutlulukların paylaşıldığı” bir ortam niteliği taşımaktadır. Bu duruma rağmen bu kişilerin bu ağları kullanmaya devam etmeleri dikkati çeken bir tezatlık içermektedir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin çoğu (16 kişi) arkadaş etkisiyle sosyal ağlara katılma katıldıklarını belirtmiştir. Bu durum insanların bu ağlara katılma sürecinde arkadaş çevresinin çok etkili olduğunu hatta kimi zaman zorlayıcı bir faktör olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Katılımcılar bu ağlara kendi isteğiyle katılmış olsalar da çevrelerindeki herkesin bu mecralarda varlık göstermesi katılımcılarda bu ağlara katılma zorunluluğu hissi yarattığı saptanmıştır. Çoğunlukla Güzel Sanatlar Fakültesinde okuyan bazı görüşmeciler, sosyal ağlara katılma sebeplerini insanlar tarafından beğenilme isteğini tatmin etme arzusuna bağlayarak açıklamıştır.

Araştırma sonucunda en fazla kullanılan ağın Instagram olduğu (17 kişi) anlaşılmıştır. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi ile İletişim Fakültesi öğrencilerinin çoğu Instagram’ı daha fazla kullanmaktadır. İlahiyat Fakültesi öğrencileri Twitter (3 kişi) ve Facebook’u kullanmayı tercih etmektedir. Burada şaşırtıcı olan nokta ise Twitter’ı erkek öğrencilerin Facebook’u ise sadece kadınların kullanmasıdır. Görüşmeye katılan sadece 3 kişi yaygın olarak Facebook’u kullanmaktadır. Araştırma verilerinden yola çıkarak Facebook kullanımının azaldığını, Instagram’ın ise daha fazla vakit geçirilen bir ortam olduğunu söyleyebilir. Bu da Instagram’ın Facebook’a kıyasla gençler arasında popüler hale geldiğini göstermektedir. Ayrıca araştırmada ulaşılan sonuç ile Digital2019 Turkey raporu (Tablo 2) istatistikleri birbirleriyle uyuşmamaktadır. Raporda Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu Youtube ve Facebook olarak gözükürken, araştırmaya katılan yalnızca 3 kişi Facebook’u kullandığını söylemiştir. Hiçbir görüşmeci ise Youtube’yi kullanmadığını belirtmemiştir.

Görüşmeye katılan 10 kişi ise sosyal medya kullanımını herhangi bir saat dilimiyle sınırlandırmamıştır. Bu da sosyal medya ortamında geçirilen vaktin ne denli fazla olduğunu gözler önüne sermektedir. Özellikle İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin diğer fakültelere kıyasla sosyal ağlarda daha fazla vakit geçirdikleri tespit edilmiştir.

Görüşmeye katılanların tamamına yakınının (28 kişi) kendilerine uygun yararlı içeriklere sahip grup/sayfalara üye olma yoluna gittikleri görülmüştür. Araştırmaya katılan sadece 2 görüşmeci bu tür grupların/sayfaların gereksiz münakaşa ya da bilgi kirliliği yaratması nedeniyle üye olmadıklarını açıklamıştır.

Araştırmaya katılanların çoğunluğunun (24 kişi) kendilerine ait görsellerin yanı sıra beğendikleri içerikleri sosyal medya hesaplarında paylaşma yoluna gittikleri görülmüştür. Görüşmeye katılan 6 kişinin genel olarak dünya ve Türkiye gündemiyle alakalı bilgileri paylaştıkları belirlenmiştir. Bu sayede diğer kişilerin kolektif kimliği destekleyecek unsurları ön plana çıkarmaya çalıştıklarını söylemek mümkündür.

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan bazı görüşmecilerin kendi yaptıkları eserleri insanların beğenisine sunmak amacıyla sosyal medyayı kullandıkları belirlenmiştir. Bu sayede bu kişilerin bireysel kimliklerinin önemli bir parçası olan sanatsal yönlerini insanlara göstermeye çalıştığı düşüncesi ortaya çıkmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda görüşmecilerin 12'sinin sosyal ağlar vasıtasıyla yabancılarla iletişim kurmadıkları, 18'nin ise yabancılarla iletişim kurdukları belirlenmiştir. Bilhassa erkek görüşmecilerin sosyal medya ortamında yabancılarla daha fazla iletişim kurma yoluna gittikleri saptanmıştır. Kadınların erkeklere göre bu konuda daha seçici ve dikkatli oldukları söylenebilir. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencilerinin diğer fakültelere kıyasla tanımadıkları insanlarla daha fazla iletişime girdikleri tespit edilmiştir. İletişim Fakültesi öğrencilerinin zaman zaman mesleki anlamda kendilerini geliştirmek amacıyla profesyonel fotoğrafçı ve muhabirlerle iletişim kurmaya yöneldikleri görülmüştür. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin ise sosyal medyada tanımadıkları kişilerle iletişime geçme noktasında daha çekimser kaldıkları belirlenmiştir. Bu durumun nedeni bu katılımcıların yabancılarla karşı duydukları güvensizlikten kaynaklanmaktadır.

3.4.4. Sosyal Medyada Profil Oluşturma

Sosyal medya kullanan gençlerin profillerini oluştururken nelere dikkat ettiğini öğrenmek için görüşmecilere “Sosyal medyada profil oluştururken nelere dikkat edersiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Görüşmeye katılan 14 kişi profil oluştururken dikkat

ettikleri ilk şeyin kendileri hakkında gerçek bilgilere yer vermek olduğunu belirtmiştir. Bazı görüşmeciler bu durumu şu sözlerle açıklamıştır:

Gökhan: “Benim için en önemli kriter profilimi doğru bilgilerle oluşturmak. Çünkü sosyal medya ortamı insanların kendilerini yansıttığı bir platformdur. Kendimi doğru yansıtmak için doğru bilgiler kullanarak profil oluştururum.”

Yakup: “Hesabın doğruluğuna kesinlikle dikkat ederim. Profil oluştururken ilk önce doldurulması gereken kimlik bilgilerini doğru doldururum. Sahte olmayan beni direkt yansıtmak için doğru bilgiler kullanarak profil oluştururum. Profilimde en çok dikkat ettiğim nokta budur.”

Görüşmeye katılan Merve de tıpkı diğer görüşmeciler gibi profilinde isim, soy isim ve fotoğraf konusunda doğru bilgilere yer vermeye dikkat ettiğini belirtmiştir. Fakat bu bilgilerin dışında kendisiyle ilgili detaylı bilgileri verilmeyi gereksiz ve tehlikeli olarak gördüğü için bunları paylaşmadığını vurgulamıştır:

Merve: “Öncelikle tüm bilgilerin doğru olmasına önem veriyorum. Yani ismim, soyadım, kendi fotoğrafımın doğru olması gerekiyor. Onun dışında çok özel bilgileri paylaşmamaya dikkat ediyorum. Yani isim, soyadım ve memleket bilgileri yer alsa yeter. Detaylı bilgi vermek hem gereksiz hem de tehlikeli bir davranış olur.”

4 görüşmeci, profilinde yer alan bilgilerin sadece arkadaşları tarafından görülebilmesini sağlamak amacıyla sosyal medya hesabında yer alan ayarlar bölümünden faydalanarak bir takım engellemeler yaptıklarını (gizliliği aktifleştirdiğini) söylemiştir. Bu kişiler profil oluştururken ilk dikkat ettikleri noktanın gizlilik olduğuna şu şekilde aktarmıştır:

Ebru: “İlk dikkat ettiğim şey ismim ve soyadım ve benzeri bilgilerimin doğru yazılmasıdır. Çünkü gerçekliği anonimliğe tercih ederim. Okuduğum bölümden tutunda hobilerime kadar birçok bilgi profilimde mevcuttur. Bu bilgilere yalnızca arkadaşlarım ulaşsın diye profilimi gizli yaparım.”

Meryem: “Zaten sosyal medyada mevcut olan hazır birkaç özellik var. Mesela sizi tanımayan insanlara karşı profilinizi gizleyen bir özelliği var. Benim ilk dikkat ettiğim şey profilimi tanımadığım insanlara gizlemektir. Yani isminiz memleketiniz gibi yüzeysel bilgileri olabilir ama diğer her bilgin gizlidir. Yani profil oluştururken ilk dikkat ettiğim şey gizliliklidir.”

Yasemin: “Gizliliğe önem veririm. Tanımadığım insanların benimle ilgili bilmesini istemediğim şeyleri saklarım. İşte bu yüzden profil oluşturduğumda yaptığım ilk şey gizlilik ayarını aktifleştirmektir. Böylelikle sosyal medyada arkadaşım olmayan insanlar benim profitime girseler dahi bilgilerimi göremez.”

Selim: “Hesabımı güvende tutmak için ilk dikkat ettiğim şey gizli hesap açmaktır. Tanımadığım insanların profilimdeki bilgilere ulaşmalarını diye gizli hesap açmak yapılabilecek en mantıklı harekettir. Yani bende güven problemi var. Tanımadığım biri rahatlıkla profilime girip fotoğrafımı çalabilir. Çaldığı bu fotoğraflarla sahte bir hesap açabilir. Bu hesaptan insanları dolandırabilir. Bu tür problemler yaşamamak için profil açtığımda ilk dikkat ettiğim şey gizlilik.”

Selim’in yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun sosyal medya hesabındaki bilgilerini güvende tutmak için sosyal medya hesabı açarken ilk dikkat ettiği şeyin gizli hesap özelliğini aktifleştirmek olduğunu görülmüştür. Bu sayede kendi fotoğraflarını kullanarak sahte hesap açılmasının önüne geçeceğine inandığını belirlenmiştir.

Elif adlı görüşmeci de profilini oluştururken profiline tanımadığı kişilerin ulaşmasını engellemek amacıyla gizlediğini dile getirmiştir. Bu kişi kendi toplumsal, dini, siyasi fikirleriyle kimseyi incitmek adına profilinde bunlara yer vermediğini ya da hesabında bu yönde paylaşımlarda bulunmadığının altını çizmiştir.

Elif: “Tanımadığım insanlarla fazla iletişim kurmadığım ve ayrıca onların da rahatlıkla bana ulaşmamasını isterim. Bu yüzden hesabımı ilk açtığımda profilimi gizli yaparım. İlk dikkat ettiğim nokta budur. Kişisel bilgilerimi kimseyle paylaşmam. Hele sosyal medya ortamında asla paylaşmam. Diğer insanları toplumsal, dini, siyasi gibi konularda incitmemeye çalışırım. Çünkü benim düşüncelerim başkalarını incitebilir. Profilimde buna da dikkat ederim.”

4 görüşmeci profil oluştururken ilk dikkat ettikleri noktanın görsellik olduğunu vurgulamıştır. Bu nedenle profil oluştururken en güzel fotoğraflarını kullanma yoluna gittiklerinin altını çizmişlerdir.

Emel: “Görsel olarak güzel olmasına çok dikkat ederim. Yani aslında görselliğe önem vermemiz kadın olmamızdan kaynaklanıyor. En güzel fotoğrafı profil fotoğrafı yapıyoruz. Daha güzelini çekince hemen o görseli profil fotoğrafı yapıyoruz. En güzel fotoğraf hangisiyse profil resmim de o. Ayrıca genel bilgiler kısmımı herkese açık yapmam sadece tanıdık kişilere açık olur.”

Aysel: “İlk dikkat ettiğim şey en güzel fotoğrafımı kullanmamdır. Hesap açtığımda tek dikkat ettiğim şey bu. Çünkü hesabımda ilk dikkat çeken şey görselliktir.”

Derya: “İlk dikkat ettiğim şey profil fotoğrafımın güzel olmasıdır. Arkadaşlarımın profilimi güzel ve ilgi çekici olduğunu düşünmesini isterim. İşte bu yüzden benim için görsellik ön plandadır. Biyografi kısmında çok aşırı bilgi vermeye karşı olduğumdan kendimle ilgili çok fazla bilgi vermem.”

Cengiz: “İlk dikkat ettiğim şey güzel bir fotoğraf seçmektir. Çünkü profilim benim vitrinimdir. Daha sonra ilgi alanı kısmını hepsini doğru bir şekilde yazarım. Bunu

yapmaktaki amacım insanların profilime girdiği zaman benimle ilgili bir takım ön bilgilere sahip olması için bu bilgileri paylaştım.”

Cengiz’in yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun profilini bir vitrin olarak değerlendirildiği bu nedenle hem fotoğrafına hem de ilgi alanlarıyla ilgili olan kısımları doğru ve eksiksiz bir şekilde doldurmak amacıyla titiz davrandığı görülmüştür.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin sosyal medya hesaplarında profil fotoğrafı olarak hangi görseli kullandıklarını öğrenmek için onlara “Sosyal medya hesabınızda profil fotoğrafı olarak ne kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya 17 görüşmeci yalnızca kendi fotoğraflarını kullandığı cevabını vermiştir. Katılımcılar bu durumu sosyal medya hesaplarını kendilerine ait bir alan ya da bir vitrin olarak görmelerine ve hesabın gerçek bir hesap olduğunu göstermek istemelerine bağlayarak açıklamıştır. Arkadaşları tarafından tanınmak amacıyla profil fotoğrafı olarak kendi fotoğraflarını kullandıklarını söyleyen bazı görüşmeciler bu durumu şu ifadelerle açıklamıştır:

Ecrin: “Kendime ait fotoğrafı kullanıyorum. Arkadaşlarım beni sosyal medyada ararlarsa tanışılar diye kendi fotoğrafımı kullanıyorum. Benim profilim ve sayfam tabii ki benim fotoğrafım yer alacak. Bir de düşünün kendi fotoğrafımı kullanmadan bir hesap açtığımı. Tanıdığım veya tanımadığım insanlar profilime bakınca bunun sahte bir profil olduğunu zannedecektir. Hesabın gerçek bir hesap olduğunu göstermek için kendi fotoğrafımı kullanıyorum.”

Mehmet Ali: “Kendi fotoğrafımı kullanıyorum. Yani kendi fotoğrafımı kullanmasam dışarıdan sahte bir hesapmış gibi gözükür. Bence hesabın doğru olup olmaması kullandığımız fotoğraflarla ilgilidir. Hesabımın gerçek olduğunu göstermek için kendi fotoğrafımı kullanıyorum.”

Ahmet: “Kendi fotoğrafımı kullanıyorum. Benim hesabımı ziyaret edecek kişiyi ev sahibi olarak ben karşılamalıyım. Başka fotoğraflar kullanmak doğru olmaz, çünkü profilin sahibi benim ve doğal olarak profilimde benim fotoğrafım yer almalıdır. Çünkü burası benim vitrinim ve benim sahne alanım.”

Görüşmeye katılan Ali de diğer görüşmeciler gibi profil fotoğrafının insanların kendisini tanıması için önem arz ettiğine vurgu yaparak bu konuyla ilgili başından geçen bir olayı şu şekilde aktarmıştır:

Ali: “Genellikle kendi fotoğrafımı kullanıyorum. Akıllı telefonlarda sık karşılaşılan bir sorun olan numaranın silinmesine karşı bir önlem olarak kendi fotoğrafımı kullanıyorum. Yaşadığım bir olayı size anlatayım. Arkadaşımın numarası silinmişti. Aradan 4 ay geçtikten sonra bana mesaj attı. Numarası silindiği için kim olduğu konusunda şüphelerim vardı. Direkt olarak ismini sormakta ayıp olurdu. Bu yüzden

WhatsApp numarasını ekleyip fotoğrafına baktığımda lise arkadaşım olduğunu fark ettim. İşte bu olaydan sonra ben de profilimde kendi fotoğrafımı kullanmayı tercih etmeye başladım. Çünkü bu durum daha fazla güvenilir olmamızı sağlıyor.”

Görüşmeye katılan Hülya, ilk başlarda profil fotoğrafı olarak kendisine ait fotoğrafları kullanmadığını, bu durumun sahte hesap izlenimi vermesi sebebiyle kendi fotoğraflarını kullanma yoluna gittiğini söylemiştir. Bilhassa arkadaşlarından gelen uyarılar neticesinde profilinin sahte olmadığını ve kendisine ait olduğu göstermek amacıyla kendi fotoğrafını kullanmaya başladığını şu sözlerle açıklamıştır:

Hülya: *İlk başta farklı sanal resimler kullanıyordum. Ama daha sonra bunun gerçek hesap olmadığı izlenimini verdiğini fark ettim. Zaten hesabım da gizliydi. Bazı arkadaşlarım benim fotoğrafım olmadığı için acaba sen misin yoksa değil misin ikileminde kalarak arkadaşlık isteği göndermiyorlardı. Kendi fotoğrafım olmadığı için fake hesap olduğunu düşünüyorlardı. Bundan dolayı kendi fotoğrafımı profil fotoğrafı olarak kullanmaya başladım.*

8 görüşmeci profillerinde kendi fotoğraflarını kullanmakla beraber farklı görsellere de yer verdiklerini belirtmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencisi olan Cengiz, gündeme dair gelişmelerle ilgili görselleri zaman zaman profil fotoğrafı olarak kullandığına işaret etmiştir. Örneğin Kudüs’ün İsrail’in zulmüne uğradığına inanan Cengiz bu duruma dikkati çekmek ve tepki göstermek amacıyla profil fotoğrafında Mescid-i Aksa’nın görselini kullanmayı tercih ettiğini açıklamıştır.

Cengiz: *“Kendi fotoğrafımı kullanıyorum. Ayrıca gündemde herhangi bir şey olursa onu profil resmi yapıyorum. Geçenlerde Kudüs’ün İsrail’in zulmüne tepki göstermek için Mescid-i Aksa’nın görselini profil fotoğrafı yapmıştım. Bu tür olaylarda tepkimi profil fotoğrafımla gösteriyorum. Ama profilimde genel olarak kendi resmimi kullanıyorum. Arkadaşlarım beni eklemek istediklerinde rahatlıkla bulabilsinler diye kendi resmimi profil fotoğrafı olarak kullanıyorum.”*

Selim ise doğayı sevdiği için kimi zaman profil fotoğrafı olarak doğa görselleri kullandığını belirtmiştir. Ayrıca Karadenizli olduğu için o yöreye ait görselleri arkadaşlarıyla paylaşmak istediği için böyle bir şey yapma yoluna gittiğini şu ifadelerle dile getirmiştir:

Selim: *“Kendi fotoğrafımı ve doğa fotoğraflarını kullanırım. Yani insanlar beni hemen tanısin diye kendi fotoğrafımı kullanırım. Arada sırada doğa fotoğraflarını kullanırım. Doğaya aşık olan biriyim, yani nasıl olmayayım Karadenizliyim. Arkadaşlarım da bu güzel manzaraları görsünler diye kısa süreliğine de olsa profil fotoğrafı olarak doğa manzarasını kullanırım.”*

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Nevzat, yaptığı çalışmaları daha fazla insanın görülmesini istediği için zaman zaman profil resmi olarak bunları kullanma yoluna gittiğini şu sözlerle anlatmıştır:

Nevzat: “Kendi fotoğrafım ve yaptığım bir çalışmaların görselini kullanıyorum. Profilimi ziyaret eden kişilerin ilk dikkat ettiği şey genellikle profil fotoğrafım oluyor. Ben de insanların yaptığım çalışmaları görmeleri için profil fotoğrafı olarak kullanıyorum.”

İletişim Fakültesinde okuyan Yasir ise sosyal medyada birden fazla profile sahip olduğunu söyleyerek bazı profillerde gizli kalmak için kendi fotoğrafı yerine doğa fotoğrafı kullanmayı tercih ettiğini belirtmiştir. Takma ad ve doğa fotoğrafı kullanarak oluşturduğu profiller sayesinde bazı sosyal medya platformlarında fikirlerini tedirgin olmadan dile getirdiğini şu sözlerle aktarmıştır:

Yasir: “Bazı hesaplarımda kendi fotoğrafımı bazı hesaplarımda ise doğa manzarasını kullanıyorum. Kendi fotoğrafımı kullanma nedenim profilimin bana ait olduğunun anlaşılması içindir. Diğer profillerimde ise zaten takma ad ve fotoğraf olarak da doğa manzaralı fotoğraf kullanıyorum. Orada sadece fikri olarak tanınmam benim için yeterli. Bazı platformda gizli kalmak istiyorum. İnsanların beni tanımaması için, fikirlerimi korkusuzca yazmak için gizli kalmam gerekiyor. Fotoğrafım ve ismim olmayınca da gizli kalmış oluyorum

Araştırmaya katılan 5 katılımcı ise profil fotoğrafı olarak kendi resimlerini kullanmayı tercih etmemektedir. Onlara göre kendilerine ait olan fotoğrafların başkaları tarafından çalınma ve kötü niyetli insanlar tarafından kullanılma ihtimali söz konusu olduğu için bu kişiler böyle bir tercihte bulunduklarını dile getirmiştir. Zeynep adlı görüşmeci bu durumu şöyle özetlemiştir:

Zeynep: “Kendi fotoğrafımı kullanmıyorum hazır fotoğraflar kullanıyorum. Çiçekli böcekli fotoğraflar. Kendi fotoğrafımı neden kullanmadığıma gelecek olursam, sosyal medya üzerinden başkaları tarafından bunlara ulaşılıyor. Hatta bu fotoğraflar kötü amaçlı insanlar tarafından başka sayfalarda paylaşıyor. Kendi fotoğrafımı kullanmak hiç güvenli değil. Neden kendi fotoğrafımı kullanayım ki? Zaten adım ve soyadım profilimde yazıyor. İşte bu yüzden kendi resmime gerek yok.”

Yakup, her ne kadar kişilerin kendi fotoğraflarını kullanmasını bir risk olarak değerlendirse de arkadaşları tarafından tanınmak amacıyla bu riski aldığını vurgulamıştır. Zaman zaman doğa fotoğraflarını profil fotoğrafı olarak kullanan Yakup bunların sosyal medyada bir albenisi olduğunu iddia etmiştir.

Yakup: “Kendi fotoğrafımı kullanıyorum. Arada sırada tabiat fotoğraflarını kullanıyorum. Aslında bakarsanız sosyal medyada kendi fotoğrafımızı kullanmak riskli bir durum. Bu fotoğraflar yüzünden tanınıyorsunuz ya da deşifre oluyorsunuz. Yani kötü amaçlı kişiler fotoğrafınızı kullanılabilir. Ama gelin görün ki bu alınması gereken bir risk. Çünkü hesabın bize ait olduğunu bu fotoğraflarla gösteriyoruz. Olsun ben bu riski yine de alıyorum. Tabiat fotoğrafları ise her zaman sosyal medyada bir albenisi vardır. Yani bu fotoğraf sayesinde profilimi ziyaret edenler karşısından bir sıfır önde başlarım.”

İlahiyat fakültesinde okuyan Meryem ve Aysel, tanımadığı insanların fotoğrafına bakmasından rahatsız duydukları için kendi fotoğraflarını profilde kullanmayı tercih etmediğini kaydetmiştir. Bu kişiler kendi fotoğrafları yerine beğendiği görselleri ya da tepki vermek istediği durumları profillerine taşıdıklarını dile getirmiştir.

Meryem: “Hoşuma giden görselleri kullanıyorum. Kendi fotoğrafımı kullanmıyorum. Dışarıdaki bir gözün beni incelemesi rahatsız ediyor. İşte bu yüzden profil fotoğrafı olarak kendi görselimi kullanmam. Mesela sevdiğim görselleri veya bir olaya tepki vermek için seçtiğim fotoğrafı profil olarak kullanıyorum.”

Aysel: Kendi fotoğrafımı kullanmam. Sahip olduğum kimlik ve inançtan dolayı tanımadığım insanların da fotoğrafımı görmesini istemem. O yüzden kendi fotoğrafımı kullanmam. Genellikle tabiat görsellerini profil resmi olarak kullanıyorum. Tabiatı seviyorum ve sevdiğim şeyi insanlara göstermek istediğimden profil fotoğrafı olarak kullanıyorum.

Aysel’in yukarıdaki ifadelerine bakıldığında sahip olduğu İslami kimlikten dolayı profil fotoğrafı olarak kendi fotoğrafını kullanmadığını açıklaması dikkati çeken bir nokta olarak ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin profil fotoğraflarını ne sıklıkla değiştirdiklerini tespit etmek için onlara “Çok sık profil fotoğrafı değiştiriyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere araştırmaya katılan 25 katılımcının (14 erkek 11 kadın) çok sık profil fotoğrafı değiştirmedikleri anlaşılmıştır. Profil fotoğrafını sürekli değiştirenlerin sayısı ise 5’dir (4 kadın 1 erkek). Bu sonuçlardan yola çıkarak erkeklerin kadınlara oranla profil fotoğrafı değiştirme noktasında daha fazla isteksiz oldukları söylenebilir. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (8 kişi- 5 erkek (erkeklerin tamamı), 3 kadın), İlahiyat fakültesi (9 kişi- 5 kadın (kadınların tamamı) ve İletişim fakültesinde (8 kişi- 5 erkek(erkeklerin tamamı), 3 kadın) okuyan öğrencilerin sürekli olarak profil fotoğraflarını değiştirmedikleri belirlenmiştir.

Tablo 8: Çok sık profil fotoğrafı değiştiriyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	2	3
	Erkek	-	5
İlahiyat	Kadın	-	5
	Erkek	1	4
İletişim	Kadın	2	3
	Erkek	-	5
Toplam		5	25

Görüşmecilerden 25’i sürekli olarak profil fotoğrafı değişikliği yapmadığını söylemiştir. Profil fotoğrafını sürekli olarak değiştirmenin gereksiz bir eylem olduğunu düşünen görüşmecilere göre fotoğraf değiştirmek için önemli bir nedeninin olması gerekmektedir. Bu kişiler sürekli fotoğraf değiştirme davranışının arkadaşları ya da takipçileri bıktırıcı bir davranış olarak yorumlanabileceği için profil fotoğrafını sık bir şekilde değiştirmek istememektedir. Bazı görüşmeciler bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

Hülya: “Yok. senede sadece bir kere değiştirsem bana yeter. Yani benimle ilgili çok büyük bir değişim olursa fotoğrafımı değiştiririm. Değişimde ancak senede bir olduğu için bir kere değiştirmem bana yetiyor. Fotoğraf değiştirmem için önemli bir nedenimin olması gerekmektedir.”

Yakup: “Yok değiştirmem. Değiştirmem için bir nedenimin olması gerekir. Sosyal medyada kalıcı bir adresin varsa profil fotoğrafında kalıcı olması gerekir. Çok sık profil fotoğrafı değiştirmek seni takip eden kullanıcıların da belirli bir süre sonra bu davranışından bıkmasına neden olur.”

Zafer: “Hayır çok sık değiştirmem. Bence fotoğraflarda da bir sürekliliğin olması gerekiyor. Yani bu benim düşüncem. Bence zırt pırt fotoğraf değiştirmeye gerek yok. Yaz geldi yaza uygun fotoğraf bırakayım, kış geldi kışa uygun bir fotoğraf kullanayım. Sürekli fotoğraf değiştirmek belirli bir zaman sonra seni takip eden insanları sıkıya başlar. İşte bu yüzden sık fotoğraf değiştirmem. En son kullandığım fotoğraf beni tanıtıyor mu ona bakarım. Yani aşırı kilo alma veya kilo kaybı yaşamadıysam o fotoğrafı kullanmaya devam ederim.”

Zafer’in ifadelerine bakıldığında ona göre fiziksel anlamda büyük bir değişim söz konusu değilse profil fotoğrafını değiştirmek gereksizdir. Zaferin bu düşüncesi onun

profildeki fotoğrafın gerçeği ve günceli yansıtması gerektiğine ne kadar önem verdiğini göstermektedir.

Nevzat profil fotoğrafını şirketleri tanıtan bir logo gibi nitelendirmekte ve onun sürekli değiştirilmesini yanlış olarak değerlendirmektedir. Emrah ise profil fotoğrafını kimlikte yer alan fotoğraflara benzetmekte ve kimliğin değiştirilmediği sürece bunun değişmesini doğru bulmadığını vurgulamıştır:

Nevzat: “Neden sık sık değiştireyim ki. 4 yıldır hiç değiştirmedim. Bana göre profil fotoğrafı tıpkı şirketlerde yer alan logo gibidir. Bizi tanıtan en önemli öge fotoğraftır. Peki, siz hiç sürekli değişen bir şirket logosuna denk geldiniz mi? İşte bu yüzden kolay kolay değiştirmem.”

Emrah: “Hayır değiştirmem. Zaten bu fotoğraflar kimlikte yer alan fotoğraflar gibidir. Sürekli olarak fotoğrafı değiştirilen kimlik gördünüz mü hiç? Yani genel bir estetik operasyonu geçirmediği profil fotoğrafını değiştirmem.”

Emrah’ın ifadelerinden fiziksel görüntüsünde estetik operasyon sonucunda köklü bir değişiklik olması halinde ancak profil fotoğrafını değiştireceğini açıklaması onun profilinde kullandığı fotoğrafın değiştirilmemesi konusundaki kesin ve sabit bir yargıya sahip olduğunu göstermektedir.

Görüşmeye katılan sadece 5 kişi sürekli olarak profil fotoğrafını değiştirmeyi tercih ettiğini dile getirmiştir. Güzel görünmenin kendileri için önem arz ettiğinin altını çizen bu kişiler ellerinde güzel çıktıkları yeni bir fotoğraf olması halinde bunu hemen profil fotoğrafı olarak kullandıklarına vurgu yapmıştır:

Elif: “Ay evet. Bunu sık sık yaparım. Daha güzel bir fotoğraf çektirirsem diğerini kaldırırım. Daha iyisi gelirse eskisi gider. Yani insanlarda mevcut olan bir dürtü var güzel görünmek. İnsanın doğası böyle işte ben de bu iç güdüme uyarak en güzel olan fotoğraflarımı sürekli olarak paylaşıyorum.”

Emel: “Evet haftada en az bir kere değiştiririm. Profil fotoğrafım var o fotoğrafımdan daha güzelini çekersem tabii ki de değiştiririm. Buradaki kriter daha güzel fotoğraf çekmek.”

Yasemin: “İki haftada bir güzel fotoğraf çektirince değiştiriyorum. Canım sıkılınca profilimi değiştiriyorum. Ayrıca sürekli fotoğraf çeken biriyim. Profilimin daha canlı görünmesi için profil fotoğrafımı sık sık değiştirim.”

Cengiz adlı görüşmecilerden farklı olarak insanların kendisine üşengeç dememesi için özellikle WhatsApp’ta sürekli profil fotoğrafını değiştirdiğini şu şekilde ifade etmiştir:

Cengiz: “WhatsApp’ta sürekli olarak değiştiriyorum. Diğer ağlara oranla WhatsApp’ta güncelleme çok fazla oluyor. İnsanlar benim hakkımda: “Ne kadar da üşengeçte fotoğrafını değiştirmiyor.” dememeleri için profil fotoğrafımı sürekli değiştiririm.”

Görüşmeye katılan Ayşe, profil fotoğrafını sürekli olarak değiştirmesinde ruh halinin etkili olduğunu belirtmiştir. Instagram hesabında sabit bir profil fotoğrafı kullanmasına rağmen WhatsApp’ta ise canı sıkıldığı için sık bir şekilde fotoğrafını değiştirdiğini şu sözlerle aktarmıştır:

Ayşe: “Instagram’da sık değiştirmem ama WhatsApp’ta sürekli değiştirim. Canım sıkıldıkça özellikle de o fotoğraftan sıkıldıysam profil fotoğrafımı değiştiririm. Ruh halim fotoğraf değiştirmemde çok etkilidir. Canım sıkılır fotoğrafı komple kaldırırım belirli süre böyle kalır. Tekrar canım sıkılır yeni fotoğraf yüklerim.”

Araştırma sonucunda 14 görüşmecinin sosyal medya hesaplarını açarken ilk dikkat ettikleri şeyin doğru bilgilere yer vermek olduğu anlaşılmıştır. Çünkü profillerinde paylaştıkları bilgi ve özellikleri sayesinde kendi arkadaşları tarafından tanınarak onlarla iletişim içerisine girmek istediklerini vurgulamışlardır. Kimi görüşmeciler tanımadığı insanların kendilerine ait bilgilere ulaşmasından rahatsızlık duymaktadır. Bu nedenle bu kişiler gizli hesap ayarlarını etkinleştirerek profillerinin sadece arkadaşları tarafından görüntülenmesine izin vermektedir. Bu sayede kullanıcıya ait profilin yalnızca istenilen kişiler tarafından görüntülenmesi sağlanmaktadır. Bazı görüşmecilerin, sosyal medya hesabı açarken tanımadığı kişilerle iletişim kurmamak ya da onların kendileri hakkındaki bilgi ve fotoğraflara ulaşmalarını engellemek amacıyla ilk olarak gizli hesap özelliğini etkinleştirdikleri belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan çoğu katılımcı (17 kişi) profil fotoğrafı olarak kendi resmini kullanmaktadır. Görüşmeciler sosyal medya hesaplarının kendilerine ait bir ‘vitrin’ olarak gördüklerinden profil fotoğrafı olarak kendi görsellerini kullanmayı tercih etmektedir. Onlara göre kendi görselini kullanmamak sahte hesap izlenimi yaratmaktadır. Görüşmecilerin, hesabın doğru olduğunu göstermek ve arkadaşlarının sosyal medya üzerinden kendilerine ulaşabilmesini sağlamak amacıyla kendi fotoğraflarını kullandıkları belirlenmiştir. Araştırmaya katılan 8 katılımcı profil resmi olarak kendi fotoğraflarıyla beraber doğa, gündeme dair görselleri kullandıklarını açıklamıştır. Görüşmeye katılan sadece 5 kişi diğer görüşmecilerin aksine profil fotoğrafı olarak kendi resimlerini kullanmayı tercih etmediklerini ifade etmiştir. Bunun

nedeni olarak başkaları tarafından gözetlenme ve fotoğraflarının çalınma korkusu ile sahip oldukları dini inancı göstermişlerdir.

Araştırma sonucunda 25 görüşmecinin profil fotoğraflarını sürekli olarak değiştirmedikleri ortaya çıkmıştır. Görüşmeciler sürekli fotoğraf değiştirmeye karşı olduklarını vurgulayarak fotoğraf değiştirmek için önemli bir nedenin olması gerektiğini öne sürmüştür. Onlara göre sürekli fotoğraf değiştirmek diğer kullanıcıları sıkan ya da bıktıran bir durumdur. Bu nedenle ancak köklü bir fiziksel değişim söz konusu olduğu zaman profil fotoğrafının güncellenmesi gerekmektedir. Bu sonuç Boz'un (2012: 92) yaptığı çalışmada 'gençlerin yaklaşık yarısının profil resimlerin her ay veya ayda birkaç defa değiştirdikleri' teziyle uyuşmadığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan sadece 5 (4 kadın 1 erkek) kişi profil fotoğraflarını sürekli olarak değiştirme yoluna gitmektedir. Bu kişiler güzelliğe önem verdikleri için yeni çektirdikleri ve güzel çıktılarına inandıkları fotoğrafı profillerinde kullanma yoluna gittikleri belirlenmiştir.

3.4.5. Sosyal Medyanın Önemi

Araştırmaya katılan görüşmecilere "Sosyal medyanın sizin hayatınızdaki yeri nedir?" sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya yanıt verenlerin çoğunluğu (23 kişi) sosyal medyanın hayatlarının merkezinde yer aldığını ve onu hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak gördüklerini söylemiştir.

Ahmet: "Hayatımın vazgeçilmez bir parçası. Sabah uyanınca yüzümü bile yıkamadan ilk yaptığım şey sosyal medya hesabımı kontrol etmek oluyor. Uyumadan öncede yaptığım son şey sosyal medyayı kontrol etmek. Evet sosyal medyasız bir hayatı düşünemiyorum."

Mehmet Ali: "Sosyal medya hayatımda önemli bir yere sahip. Malum günümüz dünyası kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir durumda. Bu iletişim araçlarından olan sosyal medyanın önemi ise hiç yadsınamayacak bir durumdadır. Sosyal medyaya sadece iletişim boyutuyla da bakılmamalı. Gündemi takip etmek ve eğlenmek için olmazsa olmaz bir araç. Günde 10 saatimi bu ortama ayırıyorum. Bu rakam uyuduğum süreden de ders çalışma süremden de kat ve kat fazla. Hayatımdaki yerini siz bir düşünün. İsterseniz ben söyleyeyim. Sosyal medya benim için olmazsa olmazdır."

Yukarıdaki ifadelere bakıldığında Mehmet Ali'nin sosyal medyaya yalnızca bir iletişim aracı olarak değerlendirmedikçe onu gündemi takip etmek ve eğlenmek için önemli araç olarak gördüğünü göstermektedir.

Görüşmeye katılan Murat da sosyal medyayı hayatının olmazsa olmazı olarak nitelendirmekte ve onu insanlarla olan iletişimini belirleyen önemli bir unsur olarak değerlendirmektedir. Hatta babasıyla olan iletişimini onun sosyal medyada aktif olup olmadığına bakarak sağladığını ifade eden Murat bu durumu şöyle aktarmıştır:

Murat: “Sosyal medya ticaret, arkadaş ortamı ve iletişim için olmazsa olmazımdır. Arkadaşlarımın her anına bu ortam sayesinde şahit oluyorum. Bir adamla konuşup konuşmayacağımı sosyal medyadaki durumuna bakarak yapıyorum. Mesela babamla konuşmam gerekiyorsa hemen sosyal medya hesabımdan bakıyorum en son ne zaman aktifti. Eğer aktifse babamın uyumadığını anlıyorum ve onunla konuşmak için odaya gidiyorum.”

İletişim Fakültesinde okuyan Yakup ise sosyal medyayı “bir nevi yaşam sebebi” o olarak nitelemekte ve yaptıklarını bu ortama taşıyarak başkalarının kendisini görmesini sağladığına vurgu yapmıştır. Sosyal medyanın artık kendisi için bir bağlılığa dönüştüğünü şu sözlerle ifade etmiştir:

Yakup: “23 yaşındaki bir insan için sosyal medyanın yeri bambaşkadır. Bir nevi yaşam sebebi bile diyebilirim. İnanılmaz bir şekilde bağımlısı haline geldim. Ben şu an onsuz yapamam. Nereye gidersem, ne yaparsam bunu sosyal medyaya taşıma çabası içine giriyorum. İnsanlar beni görsün çabam var. Yani kısacası yeri bambaşka.”

Görüşmeye katılan Hülya ise sosyal medyayı ekmek ve suya benzetmiştir. Bu da görüşmecinin sosyal medyayı vazgeçilmez olarak gördüğünü göstermektedir. Beğenilme ihtiyacını bu ortam sayesinde giderdiğini belirten görüşmeci, bu ortamın kendisi için bir motivasyon kaynağı olduğunun da altını çizmiştir:

Hülya: “Yani sosyal medya benim için ekmek su gibi. İnsanın biraz egosunu biraz da beğenilme duygusunu tatmin ettiği için hayatımda yeri var. Özellikle de motivasyon yönünden güzel tatminler elde etmemi sağlıyor. Mesela ben takdir edilmeyi isteyen biriyim. Çevremde takdir edilmem çok zor. Sosyal medyada yaptığım çalışmalarını paylaşıyorum. Yaptığım çalışmalar bu ortamda çok beğeniliyor. Bu durum benim için inanılmaz motivasyon kaynağı. Yani kim takdir edilmek istemez ki. Sanırım sosyal medyasız yaşanılmaz.”

Görüşmecilerden 7’si sosyal medyayı hayatlarının merkezi ya da vazgeçilmez bir parçası olarak nitelendirmemektedir. Bu duruma rağmen günlük hayattaki iletişim, haber ihtiyacını karşılamak, boş zamanları değerlendirmek amacıyla onu kullanmayı tercih ettiklerini açıklamışlardır:

Aysel: “Olmazsa olmazım değil ama hayatımda yer alması gereken bir araç. Günümüzde artık sosyal medya kullanımı ihtiyaç haline gelmiş durumda. Gün içerisinde

çevrenizdeki insanlarla iletişim halinde olmak ve onlardan haber almak istiyorsanız bu aracı kullanmak zorundasınız. Sosyal medya kullanıcısıyım ama hayatımın merkezinde yer almıyor. Ama kullanmamam için hiçbir neden de göremiyorum.”

Yasir: *“Ben sosyal medya kullanmadığım zaman hayatımdan kocaman bir şey eksik olmuyor. Ama ihtiyaçlarım noktasında inanılmaz bir şekilde bana yardımcı olan bir mecra. Yani varlığı güzel yokluğu ise kötü değil. Ama yokluğunda özellikle bilgi noktasında büyük bir eksiklik yaşıyorum.”*

Cengiz: *“Benim hayatımda pek bir yeri yok. Çünkü benim hayatımın odak noktası ailem ve arkadaşlarım. Sosyal medya ise sadece paylaşım yapmak, haber ihtiyacımı ve boş zamanlarımı değerlendirmek için kullandığım bir araç. Olsa da olur olmasa daha güzel olur.”*

Zafer: *“Hayatımdaki yeri çok önemli değil. Zaten amacım yalnızca anılarımı paylaşmaktır. Sosyal medya benim için bir ihtiyaç değil, olmazsa olmazım hiç değil. Çünkü ben iletişimi başka türlü de sağlayabiliyorum. Mesela insanlarla iletişimimi telefonla da rahatlıkla sağlıyorum. Zaten sadece sosyal medya güzel anılarımı paylaştığım ve genelde boş zamanlarımda kullandığım bir araçtır. Senin için hiçbir önemi yok mu diye soruyorsanız, tabii ki gündemi yakından takip etmem için önemli bir araç. Ama hayatımda o kadar da çok önemi yoktur. Yani olmazsa olmazım değildir.”*

İletişim Fakültesinde okuyan Helin, ilk başlarda sosyal medyasız yaşayamayacağına inandığını fakat bu görüşünün KPSS’ye hazırlandığı dönemde değiştiğini şu sözlerle açıklamaktadır:

Helin: *“Olmazsa da yaşarım. Mesela eskiden Facebook’suz yaşayamam derdim. Sonrasında KPSS hazırlandığım için bir yıl hesabımı dondurdum. O an onsuz da yaşayabileceğimi anlamış oldum. Yani şu an onun yokluğunda biraz zorlansam da yaşarım. Mesela şu an boş vaktim çok olduğu için sürekli sosyal medyaya giriyorum. Zamanım az olunca hiç girmedığım zamanlar da oluyor.”*

Araştırmaya katılanlara “Arkadaş/takipçi ve beğeni sayısının fazla olması sizin için önemli mi?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tablodan anlaşılabacağı üzere araştırmaya katılan 25 kişi (13 kadın 12 erkek) arkadaş/takipçi ve beğeni sayısının onlar için bir önem arz etmediğini ifade etmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin tamamı (10 kişi), Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencileri (7 kişi- 5 kadın (yani kadınların tamamı) 2 erkek) ve İletişim Fakültesi öğrencilerinin (8 kişi- 5 erkek (yani erkeklerin tamamı) 3 kadın) çoğuna göre arkadaş/takipçi ve beğeni sayısı önemli değildir. Araştırmaya katılan 5 kişi (3’ü erkek 2’si kadın) arkadaş/takipçi ve beğeni sayısının kendileri için önemli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 9: Arkadaş/takipçi ve beğeni sayısı fazla olması sizin için önemli mi?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	-	5
	Erkek	3	2
İlahiyat	Kadın	-	5
	Erkek	-	5
İletişim	Kadın	2	3
	Erkek	-	5
Toplam		5	25

Görüşmecilerden 25’i arkadaş/takipçi ve beğeni sayılarının onlar için önemsiz olduğunu açıklamıştır. Görüşmeciler sosyal medya üzerinden yaptıkları paylaşımlarda amaçlarının takipçi ve beğeni sayısını artırmak olmadığını belirtmiştir. Onlara göre paylaşım yapmanın asıl amacı kendilerinin beğendikleri içeriklerin, arkadaşları tarafından da görünmesini sağlamak ve bu sayede onların beğenilerini kazanmaktır:

Merve: “Önemli değil. Profilimde sadece benim çevremde olan kişilerin olması yeterlidir. Beni tanıyan insanlar beni takip etmeli. Başkalarının beni takip etmesine ihtiyaç duymuyorum. Yani yabancı biri beni takip etmiş beğenmiş olması hiç ilgilendirmez. Yaptığım paylaşımlar genelde sevdiğim insanlar görsün ve beğensin bu bana yeterde artar.”

Fatih: “Hiç önemli değil. Rakamlara takılmam. Evet, insanların geneli için bu sayılar önemli olabilir. Ama benim için hiç önemli değil. Yani bir paylaşımın çok beğeni alması onlar için bir başarı sayılabilir. Ama benim için sayılar başarı ölçütü değildir. Az veya çok beğeni alması önemli değil. Asıl önemli olan sevdiğin bir şeyleri paylaşmaktır. Sayılara takılı kalmak popüler kültürün boyundurluğu altına girdiğini gösterir. Arkadaşlarım beğeniyorsa bu bana yeterde artar.”

Görüşmeye katılan Murat, diğer görüşmeciler gibi düşünmekte sayısal verilerin önemsiz olduğunu savunmaktadır. Takipçi sayısının hiç önemli olmadığını şu sözlerle açıklamıştır:

Murat: “Önemsiz. Kuruşun on tanesi de bir lira eder bir tane liranın kendisi de bir lira eder. Sayının hiçbir önemi yok. Farz ediyorum on bin takipçim var, içinden kaç tanesini gerçekten tanıyorsun ki. Güncel yaşamda bu denli bir arkadaşın olması neredeyse imkânsız. Şimdi Instagram ünlüleri var. Adamların on bin, yüz bin takipçisi var. Yani bu

kadar çok takipçisi olunca ne oluyor ki? Hiçbir şey. Yani ne oldu binlerce takipçin olduğunda, bu sana ne kazandırdı? Hiçbir şey sıfıra sıfır elde var sıfır.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Elif ise kendi yaptığı çalışmalarının başkaları tarafından görülmesini sağlamak için paylaşım yaptığını vurgulamıştır. Paylaşım yapmasındaki amacın beğenilmek değil eserinin görünür olması ve insanlar tarafından eleştirilmesi olduğunu şu sözlerle açıklamıştır:

Elif: *“Hiç önemli değil. Çünkü ben yaptığım paylaşımları sadece kendim için yapıyorum. Yani çok beğeni alsın diye paylaşım yapmıyorum. Takipçi sayısı fazla olunca veya bir paylaşımına çok beğeni alması benim için hiç önemli değil. Yani yaptığım çizimlerin bu platformda görülmesi insanlar tarafından eleştirilmesi ve beğenilmesi tabii ki de önemli. Ama asıl olan nicel olarak değil nitel olarak beğenmeleridir.”*

Elif gibi birçok görüşmeci de aynı şeyi dile getirmiştir. Onlara göre sosyal medyada paylaşım yapılırken başkalarını düşünmeden sadece kendini düşünerek paylaşım yapılmalıdır. Görüşmeye katılan Cengiz ve Derya sosyal medya hesaplarını ilk açtıkları yıllarda paylaşım yaparken kendileri için paylaşım yapmadıklarını, başkaları için paylaşım yaptıklarını belirtmiştir. Görüşmeciler ilk başlarda beğeni ve takipçi sayılarının kendileri için önemli olduğunu vurgulayarak, daha sonra bu durumun değiştiğini açıklamıştır. Cengiz, ergenlik döneminde beğeni sayısının fazla olmasının kendisinin popüler biri haline getirdiğine inandığını ifade etmiştir:

Cengiz: *“Ergenlik çağında bu rakamlar çok önemliydi ama şuan o kadarda önemli değil. Ergenlikteyken arkadaşlarıma bakın benim fotoğrafımı şu kadar kişi beğendi diye övünürdüm. Yani bu rakamların benim popüler olmamı sağladığını zannediyordum. Ergenlikten çıktıktan sonra bu rakamların önemsiz olduğunu fark ettim. Bu da olgunluğun bana kazandırdığı bir bilinçlenmeydi.”*

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Derya ise takipçi ve beğeni sayısı fazla olunca başarısının artacağına inandığını fakat zamanla fikrinin değiştiğini şu cümlelerle açıklamıştır:

Derya: *“Eskiden çok önemliydi ama şuan takmıyorum. İlk başlarda takipçi sayısı yüksek olursa yaptığım çalışmalar daha fazla kişi tarafından görülür ve buna paralel olarak başarımın da artacağına inanırdım. Yani bir nevi kendi reklamımı bu sayede yapabiliyordum. Daha sonra bu düşüncemin çok basit olduğunu fark ettim. Herkes benim gibi düşündüğü için bu düşünce herkesleşmişti. İşte bu yüzden sosyal medyanın bu amaçla kullanılmayacağını fark ettim.”*

Görüşmecilerden 5'i için sosyal medya üzerinde arkadaş/takipçi ve beğeni sayısının fazla olmasını önemseydiğini söylemiştir. Onlara göre bu sayıların yüksek olması, yaptıkları işlerin daha fazla kişi tarafından görülmesini sağlamakta bu da egolarının daha fazla tatmin olmasına hizmet etmektedir. Ayrıca bu görüşmecilere göre paylaşım yapmanın esas amacını zaten beğeni almak oluşturmaktadır. Emrah bu konudaki fikirlerini şu şekilde ifade etmiştir:

Emrah: “Evet kesinlikle benim için önemli bir kriter. Kim daha fazla insan tarafından görülmek ve beğenilmek istemez ki. Yani sonuç olarak insanoğluyuz, beğenilme gibi bir kaygı taşımasak neden paylaşım yapalım, Paylaşımın amacı da bu değil mi? Daha fazla insanın beni beğenmesi ve bir nevi egomu tatmin etmek için paylaşım yapıyorum. Ne kadar çok takipçi ve beğeni sayısı o oranda egomun tatmin olması demektir.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Nevzat, paylaşım yapmasındaki amacı, insanlara eserlerini göstererek onların beğenisine sunmak olduğunu açıklamıştır.

Nevzat: “Tabii ki de önemli. Yaptığım resimlerin daha fazla kişinin görmesi ve onları beğenmesi benim için çok önemli. Zaten sanatın kendisi de budur. Beğenilmek için çalışmalar yapmak. Ne kadar çok arkadaşım olması demek o kadar çok kişiye ulaşacağım anlamına gelmektedir.”

Görüşmeye katılan Batı ise bu tür sayısal verilerin yüksek olmasının kendisini mutlu ettiğini şu sözlerle açıklamaktadır:

Batı: “Yani çok önemli değil desem dürüst davranmamış olurum. Yani bu rakamların yüksek olması benim açımdan iyi. Yani bu sayıların yüksek olması kendimi mutlu hissetmemi sağlıyor. Kişi toplum içinde bir yer edinmek ve toplum tarafından sürekli beğenilmek ister. Ben de bunun bilincinde olan bir kişiyim. İstemesem de mecburi olarak bu rakamlara önem veriyorum. Yaşadığımız bu çağda toplum içinde yer edinmek ve beğenilmek dürtüsünün bu sayılarla anlamlı bir ilişkisi mevcut.”

Katılımcılara “Sosyal medya sayesinde günlük hayata yaşadığınız sıkıntılardan kurtulduğunuza inanıyor musunuz?” diye bir soru sorulmuştur. Araştırmaya katılan 17 kişi (9 kadın 8 erkek) günlük hayatlarında yaşadıkları sıkıntılardan sosyal medya sayesinde kurtulduklarına inanmadıklarını söylemiştir. Sosyal medya sayesinde günlük hayattaki sıkıntılardan kurtulduklarını belirten kişi sayısı 13’tür (7 erkek 6 kadın). Fakülteler bazında bakıldığında İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin (6 kişi- 4 kadın 2 erkek) diğer fakültelere kıyasla sosyal medyayı sıkıntılarından kurtulmak için bir araç olarak gördüğü ortaya çıkmıştır. İletişim Fakültesi öğrencilerinin büyük bir çoğunluğu da (8 kişi-5 kadın -kadınların tamamı), 3 erkek) aynı düşüncüyü paylaşmaktadır. Güzel

Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan öğrencilerin ise yarısı (5 kişi- 2 kadın 3 erkek) sosyal medyanın günlük hayattaki sıkıntılardan kurtulmaya yardımcı olduğuna inanırken diğer yarısı (5 kişi- 3 kadın 2 erkek) ise inanmamaktadır.

Tablo 10: Sosyal medya sayesinde günlük hayata yaşadığınız sıkıntılardan kurtulduğunuza inanıyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	2	3
	Erkek	3	2
İlahiyat	Kadın	4	1
	Erkek	2	3
İletişim	Kadın	-	5
	Erkek	2	3
Toplam		13	17

Görüşmecilerden 17'si sosyal medya sayesinde günlük hayata yaşanan sıkıntılardan kurtulmanın mümkün olmadığına inanmaktadır. Zira bu görüşmeciler sosyal medyada çok fazla zaman harcanması nedeniyle yeni sıkıntıların ortaya çıktığını iddia ederek bu konu hakkındaki düşüncelerini şu şekilde aktarmıştır:

Emrah: “Yok öyle bir şey olamaz. Zaten sosyal medyanın böyle bir amacı yok. İnsanların sıkıntılarını kurtarırım diye sloganı olan bir sosyal medya aracı da yok zaten. Ne yazık ki vaktimizin çoğunu bu yerde harcıyoruz, bu da bazı sıkıntılara neden oluyor.”

Derya: “Hayır inanmıyorum. Sosyal medyayı boş vaktimi değerlendirdiğim bir yer. Yani sıkıntımı gidersin diye kullanmıyorum. Zaten sosyal medyanın öyle bir amaç çerçevesinde işlevi de yok Ayrıca çok vaktimi aldığı için yeni sıkıntılar ortaya çıkarıyor.”

Ecrin: “Aslında evet belirli bir noktada can sıkıntımıza iyi geliyor. Fakat sosyal medyaya girdikten sonra kendi kendime vicdan yapıyorum. Defalarca keşke boş vaktimi derslerimle değerlendirseydim demişimdir. İşte bu noktada hayattaki sıkıntılardan kurtulma bir yana yeni sıkıntılara dahi neden oluyor.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Fatih de sosyal medyanın sıkıntılardan kurtarmak ya da yok etmek noktasında etkili olmadığını savunarak aksine daha büyük sorunlara yol açtığına ileri sürmüştür. Allah'ın insanların görme mesafesini kısıtlayarak onları

koruduğuna inan Fatih uzak yerlerde yaşanan acıların sosyal medya tarafından insanlara ulaşması neticesinde bu durumun onlar için bir yük oluşturduğuna vurgu yapmıştır. Bu bağlamda sosyal medyanın insanın yükünü arttırdığını şu ifadelerle anlatmıştır:

Fatih: “Hayır aksine sıkıntı dahi yaratıyor. Bazen fazla bilgi insana yk getirir. Mesela gözünün görebileceği bir mesafe var. Gözünün görebileceği yerlerin ötesi gördüğünüzü düşünsenize. Herhalde bu durum karşısında kafayı yerdik. Sosyal medya bizlere binlerce kilometre temizdeki acı bir olayı görmemize neden oluyor. Bu da insana bir nevi yk getiriyor. Allah isteseydi gözlerimize görebileceğinden fazlasını görmesini sağlardı zaten. Ama Rabbimiz bu durumun insana yk getireceğini bildiği için bizleri bu durumda yarattı. Sosyal medya uçsuz bucaksız bilgilerle sunarak binlerce kilometre ötesindeki acının birer şahidi haline getirdi bizleri. Sıkıntılarımızdan kurtulmayı bir tarafa bırakın daha fazla sıkıntı yaşamamıza neden oldu.”

Zeynep adlı görüşmeci de sosyal medya sayesinde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen üzücü bir olaydan ayrıntılı bir şekilde hemen haberdar olduğuna işaret ederek bu durumun insanların sıkıntılarını azaltmak yerine arttırdığına vurgu yapmıştır.

Zeynep: “Hayır. Bence sosyal medyanın kendisi büyük bir sıkıntı. Orada ki paylaşımlarla yaşanılan olayları daha çabuk görüyoruz. Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olaydan hemen haberdar oluyoruz ve bu durum bizi üzüyor. Yani gün içerisinde sosyal medya yüzünden bir trajediye şahit olduğum için üzülüyorum. Sıkıntudan kurtarmayı bir yana bırakın yeni sıkıntılara neden oluyor.”

İletişim Fakültesinde okuyan Ayşe, sosyal medyanın insanların sıkıntılarını artmasına ya da ertelemesine neden olduğunu öne sürmüştür. Sanal ortamda insanların yüz yüze olmadıkları için birbirlerini yanlış anlama ihtimallerinin de yüksek olduğunu ifade etmiştir.

Ayşe: “Hayır. Tam tersine sosyal medyanın sıkıntılarımı ertelediğini düşünüyorum. Sıkıntıların üzerinde gitmeliyiz. Sakin bir kafayla düşündüğümüz zaman daha yararlı olur. Sıkıntı yaşadığım kişiyle yüz yüze gelince var olan sıkıntının giderilmesi daha kolay olur. Sosyal medya üzerinde sıkıntıları gidermeye çalışmak daha fazla paralanmamıza neden olur. Çünkü ses tonu insan ilişkisinde inanılmaz bir etkisi vardır. Sosyal medyada ses tonu denen bir şey yok. Okuduğumuz şeyi kendimizce yorumluyoruz. Karşı tarafın bir açıklama yapmasına müsaade etmiyoruz. Bu da var olan iletişim sıkıntısını artırmaktadır. Bunun dışında sosyal medya herhangi bir problemi anında çözmemiz yerine bunu ertelememize neden oluyor. şuna bakayım kafamı biraz dağıtayım diyerek sosyal medyaya takılıp kalıyoruz. Problemi daima ertelememize neden oluyor. Sosyal medya ile sadece günü kurtarıyoruz.”

Araştırmaya katılanlardan 13 kişi sosyal medya sayesinde sıkıntılarından kurtulduklarını inanmaktadır. Onlara göre sosyal medya hayattaki sıkıntılardan bir an

olsun uzaklaşmayı sağlayan önemli bir araçtır. Sosyal medya sayesinde gidemedikleri yerleri gördüklerini ve bu sayede kafalarını dağıtıklarını bazı görüşmeciler şu cümlelerle özetlemiştir:

Emel: “Can sıkıntımı giderdiği kesin. Çoğu insanla bu ortam sayesinde iletişim halindeyim. Mesela birini takip ediyorum ve takip ettiğim kişi bir resim sergisine gidiyor. Resim sergisiyle ilgili görsel ve videoları sosyal medya hesabında paylaşıyor. Ben fırsat bulup oraya gidemesem bile bu paylaşımlar sayesinde oradaymışım gibi hissederim. Sıkıntılı bir zamanımda bu tür paylaşımlar sayesinde sıkıntılarımdan kurtulup ferahlıyorum.”

Yasir: “Çok sıkıldığımda sosyal medyaya girerek kafamı dağıtıyorum. Bu da sıkıntılarımdan az da olsa uzaklaşmamı sağlıyor. Bazen öyle paylaşımlara denk geliyorum ki yüzümde hafif bir tebessüme neden oluyor. Evet bütün sıkıntılarımızı alıp götürmüyor. Ama o an için beni mutlu ediyor sıkıntılarımdan uzaklaştırıyor.”

Görüşmeye katılan 2 kişi sosyal medya sayesinde hem ders notlarına hem de dersin hocalarına kolayca erişebildikleri için okul hayatında yaşadıkları sıkıntılardan kurtulduklarını belirtmiştir.

Özden: “Evet inanıyorum. Sosyal medya olmasaydı çok şeyden habersiz olacaktık. Derslerle ilgili sıkıntı yaşadığım zamanlarda imdadıma sosyal medya yetişiyor. Bu ortam sayesinde derslerle ilgi notlara ve bilgilere rahatlıkla ulaşabiliyorum. Sınav soruları, ders notlarına ulaşabiliyorum ve ayrıca dersin hocasıyla sosyal medya sayesinde iletişim kurabiliyorum. Bu da ders konusunda yaşadığım sıkıntılardan kurtulmama yardımcı oluyor. Yani buna benzer birçok sıkıntımı sosyal medya sayesinde gideriyorum.”

Ali: “Kesinlikle evet. Size şöyle bir örnek vereyim: Yarın bir sınavım var ama ders notları bende yok. Arkadaşımın evine gidip almam en az bir saatimi alacak. Sosyal medya sayesinde 1 saat tasarruf sağlıyorum. Arkadaşımı telefonla arayarak o notları WhatsApp’tan bana göndermesini istiyorum. Geriye kalan zamanı derse ayırıyorum. Böylelikle mevcut olan bir sıkıntıda kurtulmuş oluyorum.”

Katılımcılara “Sosyal medya kullandığınızda kendinizi mutlu hisseder misiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere araştırmaya katılan 20 kişi (10 kadın-10 erkek) sosyal medya kullanımının kendilerini mutlu ettiğini açıklamıştır. Sosyal medya kullanımının kendilerini mutlu etmediğini ifade kişilerin sayısı 10’dur (5 kadın-5 erkek). Ayrıca fakülteler bazında değerlendirildiğinde Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (7 kişi- 4 kadın 3 erkek), İlahiyat Fakültesi (6 kişi- 3 kadın 3 erkek) ve İletişim Fakültesi (7 kişi-4 erkek 3 kadın) öğrencilerin cevaplarının birbirine çok yakın olduğu ve aralarında çok büyük bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Tablo 11: Sosyal medya kullandığınızda kendinizi mutlu hisseder misiniz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	4	1
	Erkek	3	2
İlahiyat	Kadın	3	2
	Erkek	3	2
İletişim	Kadın	3	2
	Erkek	4	1
Toplam		20	10

Görüşmecilerden 20'si sosyal medya kullanımının onları mutlu ettiğini belirtmiştir. Bu kişiler sosyal medya sayesinde gerçek hayatın sıkıcılığından bir an olsun kaçma fırsatını elde ettiklerini vurgulamıştır. Bazı görüşmeciler sosyal medyadaki komik ve eğlendirici paylaşımlar sayesinde mutlu olduğunu ifade etmiştir.

Elif: “Gündelik hayatın telaşında biraz da olsa uzaklaşma fırsatı buluyorum. Bir anlık da olsa bu platformda mutlu oluyorum. Yani ne olursa olsun kısacık bir zamanda olsa sosyal medya kullanmam beni mutlu ediyor. Aslında buradaki mutluluğa küçük kandırmacalar da diyebiliriz.”

Ebru: “Hissederim. İlgi duyduğum şeyleri keşfet sekmesinde paylaşımlar gördüğüm için mutlu oluyorum. Mesela canım komik bir şey mi istedi hemen onu açıp izliyorum. Dünyanın herhangi bir yerinden yapılan paylaşımları takip etmek beni mutlu ediyor. Bu sayede hayatın sıkıcılığından bir an olsun kurtuluyorum.”

Görüşmeye katılan Yakup ise sosyal medyanın kendisini mutlu etme kriterini yapılan paylaşımların amacına uygun olmasına ve başarıyla sonuçlanması şartına bağlayarak açıklamıştır.

Yakup: “Yani mutlu hissederim. İnsanları motive edecek paylaşımlara denk geliyorum. Ama tabii bunun tam tersi de olabiliyor. Mesela sosyal medya üzerinden bir yardım kampanyası yapılır. Bu yardım kampanyası sonuca ulaşırsa bu beni mutlu eder.”

Araştırmaya katılan görüşmecilerin 10'u ise sosyal medya kullanımının kendilerini mutlu etmediğini belirtmiştir. Onlara göre, sosyal medya, mutlu olmak için değil, zaman geçirmek için kullanılan bir araçtır. Görüşmecilerin bazıları sosyal medyada mutsuz olduğunu açıklamıştır. Bu kişiler kendilerinin gidemedikleri yerlere başkalarının gittiğini görmek ya da zaman kaybına neden olmasından dolayı sosyal

medya kullanımının kendilerinde pişmanlığa dolayısıyla mutsuzluğa neden olduğunu söylemiştir.

Hülya; “Mutlu hissetmeyi bir tarafa bırakın. Kendimi bazen sıkıntıda dahi hissederim. Gidemediğim yerlere giden insanların paylaşımını görünce mutsuz oluyorum. Hatta bu tür paylaşımları görmezden geliyorum. Yani zaten hayallerim arasında o yerlere gitmek var. Her sabah uyandığımda o hayaller motivasyon kaynağım. Uyanıp bir bakıyorum ki arkadaşlarım çoktan o hayallerime ulaşmış. Eğlenceli hallerini paylaşıyorlar. İşte o anda motivasyonum sıfıra iniyor.”

Meryem: “Yok tam tersi durum da mevcut. Mesela sosyal medyada çok vakit geçirmek zaman kaybına neden oluyor. Fazla zaman harcayınca bende bir pişmanlık oluşuyor. İşte bu zaman kaybı beni mutsuz ediyor.”

Ayşe: “Bir süre zarfı içerisinde evet. Ama daha sonra bunun yerine pişmanlık duymaya başlarız. Ya bu kadar saat sosyal medyayla uğraşacağıma kalkıp şu işi halletseydim daha iyi olurdu düşüncesi sarıyor beni. Bu da bırakın beni mutlu etmeyi pişmanlık duymama neden oluyor.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Fatih ise sosyal medya vasıtasıyla dünyada meydana gelen üzücü olaylardan daha fazla haberdar olduğu için mutsuz olduğunu şu sözlerle açıklamıştır:

Fatih: “Mutlu olmak mı? Sosyal medya dünyadaki diğer insanların sıkıntılarını görmemize neden olduğu için sıkıntı içerisine girmemize neden oluyor. Ece Ayhan’ın söylediği gibi; “Hepimiz başkalarının ölümünün uzaktan veya yakından hissedarıyız”. Yani sosyal medya bu acıları bizlere göstererek aslında acıların hissedarı olmamıza neden oluyor. İşte bu yüzden sosyal medya kullanmak insana yüküdür. İnsanın daha fazla mutsuz olmasına neden olur.”

Katılımcılara “Sosyal medya hesabınızda yaptığınız paylaşımlarda beğenilmeyi önemsiyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 12’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan 24 kişi (12’si kadın 12’si erkek) beğenilmeyi önemsemediğini söylemiştir. Sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımların beğenilmesini önemsemediğini dile getiren kişi sayısı 6’dır (3’ü kadın 3’ü erkek). Fakülte bazında değerlendirdiğimizde İlahiyat Fakültesinde okuyanların tamamının (10 kişi) yaptıkları paylaşımlarda beğenilmeyi amaçlamadığı anlaşılmıştır. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan öğrenciler (7 kişi- 4 kadın 3 erkek) ile İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin (7 kişi- 4 erkek 3 kadın) aynı oranda paylaşımlarının beğenilmesini önemsemediği görülmüştür.

Tablo 12: Sosyal medya hesabınızda yaptığınız paylaşımlarda beğenilmeyi önemsiyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	1	4
	Erkek	2	3
İlahiyat	Kadın	-	5
	Erkek	-	5
İletişim	Kadın	2	3
	Erkek	1	4
Toplam		6	24

Paylaşımlarıyla birleri tarafından beğenilme kaygısı taşımadıklarını dile getiren bazı görüşmeciler sadece kendi hayatıyla ilgili birtakım paylaşımlar yapmak istediklerini şu ifadelerle dile getirmiştir:

Batu: “Yok, beğenirler beğenmezler kendi bilecekleri bir şey. Sonuçta ben kendimi mutlu hissettiğim bir anımı paylaşıyorum. Yani insanların bu anımı beğenmemesi benim için hiç önemli değildir. Yani genel kanı aksine kendimi topluma beğendireyim yaklaşımı içerisinde olmadığım için beğenilere takılmıyorum.”

Gökhan: “Neden beğenilmeme kaygısı taşıyayım ki. Sonuç olarak orada paylaştığım şeyler benim yaşantım. Birilerinin ne kadar beğendiği önemli değil. Bu paylaşımları kendi isteğimle yapıyorum. İsteyen bu paylaşımları beğenir isteyen beğenmez. Bu durum beni hiç mi hiç ilgilendirmez.”

İletişim Fakültesinde okuyan Ayşe, az beğeni alan paylaşımlarının olduğunu fakat bunu umursamadığını şu cümlelerle açıklamıştır:

Ayşe: “Beğenilmeme kaygısı taşımıyorum. Çok az beğeni alan paylaşımlarımda var. Ben beğendiğim şeyleri paylaşıyorum. O an paylaşmak istemişimdir ve paylaşmışımdır. Diğer insanların bu paylaşımı beğenmeleri benim için o kadar da önemli değil.”

Yasir (İlahiyat Fakültesi öğrencisi), sosyal medya ortamında beğeni almayı amaçlamadığını asıl amacının güncel konulardan haberdar olmak, arkadaşları hakkında bilgi sahibi olmak ve kendisi hakkında onlara bilgi vermek olduğunu açıklamıştır. Görüşmeye katılan İlahiyat Fakültesi öğrencisi Meryem de paylaşım yapmasının asıl amacını insanları belirli bir konuda bilgilendirmek olduğunu dile getirmiştir:

Yasir: “Hayır, paylaşımları aman birileri beni beğensin diye yapmıyorum. Mesela ben kimsenin durumunu da beğenmiyorum. Sosyal medyanın amacı beğeni almak veya beğeni yapmak değil. Arkadaşlarımıza kendimizle ilgili güncel bilgiler konusunda haberdar etmektir. Ben sosyal medyayı arkadaşlarım hakkında bilgi sahibi olmak ve gündemi daha yakından takip etmek için kullanıyorum.”

Meryem: “Çok şey paylaşıyorum. Paylaştığım şeyleri insanlar beğensin diye değil faydalansınlar diye yapıyorum. Mesela toplumsal anlamda çok yararlı içeriğe sahip içerikleri paylaşıyorum. Bu paylaşımları aman insanlar beğensin diye yapmıyorum. Oradaki güzel bilgileri arkadaşlarım da görsün ve o bilgilerden yararlansınlar diye paylaşıyorum.”

Görüşmecilerden 6’sı sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımlardan beğenilmeme kaygısı yaşamaktadır. Onlara göre, sosyal medya hesaplarında yapılan paylaşımların asıl amacı beğeni almaktır. Bu nedenle paylaşım yaparken sözlü ya da görsel paylaşım yaparken gerçekten çok özenli davrandıklarını dile getirmiştir.

Görüşmeye katılan Ebru beğeni konusunda kendisine bir sınır belirlediğini ifade etmiştir. O, paylaştığı fotoğrafların 30’dan az beğeni alması durumunda kendisini rahatsız hissettiğini şöyle aktarmıştır:

Ebru: “Biraz. Mesela paylaştığım fotoğraf 30’dan az beğeni alınca kendimi rahatsız hissediyorum. Yani 30 beğeni sayısı benim için bir kriter. Özel bir nedeni yok aslında 30 benim için sadece bir sınır.”

Hülya kendisi için beğenilmenin ne kadar önemli olduğunu vurgulayarak özellikle paylaşım yaptığı ilk dakikalarda beğenilmeme korkusu yaşadığının altını çizmiştir.

Hülya: “Evet oluyor. Özellikle ilk dakikalarda paylaşımımın beğenilmeme korkusu beni sarar. Daha sonra ise aman boş ver deyip kendimi teselli ediyorum. Ama genel olarak beğenilmek her insan gibi benim de hakkım.”

Görüşmeye katılan Nermin, geçmiş dönemlerde paylaştığı fotoğrafların neden az beğeni aldığına takıldığını belirtmiştir. Az beğeni alan paylaşımlarını inceleyerek nerede hata yaptığını ve neden insanların bu fotoğrafını çok beğenmediğini analiz etmeye çalıştığına vurgu yapmıştır. Bu bağlamda en fazla beğeni alan fotoğrafı hangisiyse benzer tarzda fotoğraflar çektirerek paylaşımda bulunduğunu şu sözlerle anlatmıştır:

Nermin: “Beğenilmeme kaygısı taşıyorum. Özellikle kendi fotoğrafımı atarken bu kaygı üst seviyelerde oluyor. Acaba paylaşımım güzel mi, insanlar beğenir mi, çok beğeni alır mıyım? diye hep bir kaygı var üzerimde. Yani Instagram’da seksene yakın fotoğrafım var. Eski paylaşımlarıma şöyle bir göz gezdiriyorum. Neden bu fotoğrafım az beğeni almış neden diğer fotoğrafım daha fazla beğeni almış diye kendi kendime soruyorum. Mesela en fazla beğeni alan fotoğrafım hangisiyse artık tıpkı o fotoğraftaki gibi poz veriyorum. En çok beğenilen fotoğrafım da manzaraya karşı çektiğim fotoğraftı. Bende bak manzara temalı fotoğraflar daha çok beğeniliyor diye manzara yerlerde daha çok fotoğraf çektiriyorum. Yani beğenilmeme kaygısı taşımayan insan yoktur. Herkes birileri tarafından beğenilmek ister.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Ahmet kendi yaptığı kara kalem çalışmalarını sosyal medya aracılığıyla paylaşmaktır. Ona göre beğeni sayısının fazla olması paylaştığı eserin başarısıyla yakından ilişkilidir.

Ahmet: “Var, elbette var. Yaptığım kara kalem çalışmamın başkaları tarafından beğenilmesi çalışmanın başarılı olduğu anlamına gelir. İşte ben de paylaşım yaptığımda beğenilmeme kaygısı taşıyorum. Beğenilme eşittir başarı.”

Katılımcılara “Yapmış olduğunuz paylaşımınızın ne kadar beğeni aldığını sık sık kontrol eder misiniz?” sorusu yöneltmiştir. Aşağıdaki tablodan anlaşılabacağı üzere 22 kişinin (12’si kadın 10’u erkek) sosyal medya ortamında yapmış oldukları paylaşımların beğenilerini sürekli kontrol etmediklerini söylemiştir. Yaptıkları paylaşımların ne kadar beğeni aldığını sık sık kontrol edenlerin sayısı ise 8’dir (5 erkek 3 kadın). Fakülte

bazında incelediğimizde Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan kişilerin (6 kişi- 5 erkek (yani erkeklerin tamamı), 1 kadın) yaptıkları paylaşımları özellikle erkeklerin daha fazla kontrol ettiklerini söyleyebilir. Zira İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerden 9 kişi (5 erkek-yani erkeklerin tamamı, 4 kadın) ile İletişim Fakültesindeki 9 kişi (5 kadın-yani kadınların tamamı, 4 erkek) yaptıkları paylaşımları çok sık kontrol etmediklerini ifade etmiştir.

Tablo 13: Yapmış olduğunuz paylaşımınızın ne kadar beğeni aldığını sık sık kontrol eder misiniz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	1	4
	Erkek	5	-
İlahiyat	Kadın	1	4
	Erkek	-	5
İletişim	Kadın	1	4
	Erkek	-	5
Toplam		8	22

Görüşmecilerden 22'si yapmış oldukları paylaşımların ne kadar beğeni aldığını ve kimler tarafından beğenildiğini sürekli kontrol etmeyi gereksiz bir davranış olarak nitelendirerek günün sonunda ya da boş bir vakitte beğenilere bakmayı tercih ettiklerini açıklamıştır. Bazı görüşmeciler bu durumu şöyle aktarmıştır:

Yasemin: “Hayır genelde bildirimler geldiği zaman kontrol ediyorum. Paylaşım yaptıktan sonra kimler beğendi diye merak duymadığım için paylaşımımı kontrol etmem. Sadece gün sonunda ne kadar beğeni aldığını kontrol ederim. Sonra paylaşımı tekrar kontrol etmem.”

Aysel: “Yani sık sık kontrol etmem. Paylaşım yaptıktan sonra aman kim beğendi acaba kaç kişi beğendi merakıyla girip kontrol etmem. Yani paylaşımımı hiç mi kontrol etmem. Bildirim falan gelmişse kontrol ederim. Son olarak da paylaşımımı kimler beğenmiş merakımdan dolayı günün sonunda kontrol ederim.”

Selim: “Yok. Fotoğrafi attıktan sonra 5 dakikada 10 dakikada bir hayatta girmem. Yani dersim bitti veya bir boş zamanım mı var o zaman bakarım. Yani ona özel zaman ayırmam sadece boş vaktim olunca bakarım.”

Ancak bildirim geldiği zaman beğenilere baktığını söyleyen Yasir beğenilerini kontrol etmek amacıyla özel bir çaba içerisine girmedğini açıklamıştır. Bazı kişilerin eski fotoğraflarına aldıkları beğeni ile yeni fotoğrafının aldığı beğeniye kıyasladığına dikkati çeken Yasir bu durumu şu şekilde eleştirmiştir:

Yasir: “Bildirim geldiği zaman bakıyorum. Yoksa özel bir çaba gösterip acaba paylaşımımı kim beğendi diye girip bakmam. Yani bazı arkadaşlar bırakın paylaşımlarının ne kadar çok takip ettiğini bakmayı adamlar 3 ay evvelki fotoğrafıyla şimdi paylaştığı fotoğraf arasında ne kadar beğeni farkı var diye kontrol edenler dahi var. Ben onlardan değilim. Olmayı da hiç mi hiç düşünmüyorum.”

Araştırmaya katılan 8 kişi ise sosyal medya üzerinde yaptıkları paylaşımları sıklıkla kontrol ettiklerini belirtmiştir. Görüşmeciler, yaptıkları paylaşımların kimler tarafından beğenildiğini ve kaç beğeni aldığını merak ettikleri için kontrol ettiklerini söylemiştir. Yusuf paylaşımını üç gün boyunca takip ettiğine ifade ederek kaç kişi tarafından beğeni aldığını ve ilk kimler tarafından beğenildiğine odaklandığını vurgulamıştır:

Bati: “Evet kontrol ederim. Şu aralar Scorp’u aktif olarak kullanıyorum. Scorp’a sürekli girip yaptığım paylaşımlarımı kontrol ediyorum. Yaptığım paylaşımı kaç kişi izlemiş, bu paylaşıma kaç kişi yorum yapmış diye kontrol ediyorum.”

Yusuf: “Ederim. Bayağı takip ederim. Paylaşım yaptıktan sonra yirmi dakikada bir otuz dakikada bir kimler beğendi, kaç beğeni aldı diye kontrol ederim. Yani yaklaşık bu süreç üç gün boyunca sürer. Daha sonra paylaşımı kontrol etmeyi bırakırım.”

Ebru: “Yani ilk paylaştığımda gün sık sık kontrol ediyorum. Yani ez 15 dakikada bir paylaşımımın kimler tarafından beğenildiğini takip ediyorum. Özellikle paylaşımımı ilk kim beğenenin kim olduğu daha sonra ise kimlerin beğendiğini merak ettiğimden sık sık kontrol ederim.”

İletişim Fakültesinde okuyan Nermin paylaştığı fotoğrafların beğenmesini çok önemseydiğini vurgulayarak bu fotoğrafların istatistikî verilerini çıkardığının altını çizmiştir. Ayrıca kimi zaman beğeni noktasında arkadaşlarıyla iddiaya girdiğini şöyle özetlemiştir:

Nermin: “Sık sık kontrol ederim. Yani belirli bir noktadan sonra canım sıkılmaya başlıyor. Kendi profilime girip paylaşımım ne kadar beğeni aldığını kontrol ediyorum. Yani günün herhangi bir anında olabilir bu kontrolüm. Mesela ben arkadaşlarımla iddiaya giriyorum. Attığım fotoğrafımı iki yüz eli kişi beğenecek diye. Yani düşünün kendimce bir istatistikî bilgiler bile oluşturdum. Tek başıma bu kadar insan fotoğrafı mı beğeniyor toplu çektiğim fotoğrafı bu kadar insan beğeniyor diye tablolar bile oluşturmuştum. Yani paylaşımlarımı kimlerin beğendiğini sürekli kontrol ettiğimden

dolayı rahatlıkla bu istatistikî bilgileri ortaya çıkarıyorum. Siz düşünün artık ne kadar sık beğenilerimi kontrol ettiğimi.”

Nevzat adlı katılımcıya göre yapılan paylaşımın kontrol edilmesi paylaşılan içeriğin önemiyle yakından ilişkilidir. Bu nedenle o, özellikle kendisiyle alakalı paylaşımlarını sıklıkla kontrol etme yoluna gittiğini açıklamıştır.

Nevzat: *“Çoğunu kontrol etmem. Ama olur ya çok beğendiğim bir şeyi paylaşıyorum. Mesela özellikle de kendimle ilgili bir şey paylaştığımda. İşte o zaman gün içinde sürekli olarak paylaşımı kontrol ederim. Bunu yapmaktaki amacım paylaşımımın beğeni sayısı ve beğenen kişileri görmek için kontrol ederim.”*

Görüşmecilere “Beğeni almayan bir paylaşımınızı sosyal medya hesabınızda kaldırır mısınız?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere görüşmecilerin 19’u (10’u kadın 9’u erkek) beğeni almayan paylaşımlarını kaldırmayacaklarını belirtmiştir. Beğeni almayan paylaşımlarını kaldıracaklarını belirtenlerin kişi sayısı 11’dir (5’i kadın 6’sı erkek). Bu sonuçlardan yola çıkarak çoğu katılımcının beğeni almayan paylaşımlarını kaldırmadıkları söylenebilir. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan kişiler (8 kişi- 4 kadın 4 erkek) ile İlahiyat Fakültesi öğrencileri (7 kişi- 4 kadın 3 erkek) beğeni sayısı az olduğunda paylaşımlarını kaldırmayacakları açıklamıştır. İletişim Fakültesinde okuyanlar ise (6 kişi- 3 erkek 3 kadın) diğer fakültelerin aksine beğeni almayan bir paylaşımın karşı karşıya kaldıklarında o paylaşımı kaldırma yoluna gideceklerini açıklamıştır. Bu durum İletişim Fakültesinde okuyan gençlerin beğeni alma noktasında daha hassas olduklarını göstermektedir.

Tablo 14: Beğeni almayan bir paylaşımınızı sosyal medya hesabınızda kaldırır mısınız?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	1	4
	Erkek	1	4
İlahiyat	Kadın	1	4
	Erkek	2	3
İletişim	Kadın	3	2
	Erkek	3	2
Toplam		11	19

Görüşmeye katılan 19 kişi ise beğeni almadıklarında paylaşımlarını kaldırmamayı tercih etmektedir. Paylaşımın beğenilmemesini kötü bir durum olarak değerlendirmeyen bu kişiler kendileriyle ilgili güzel anıları paylaşmayı istedikleri için bunu yaptıklarını vurgulamıştır.

Batı: “Hiçbir şey yapmam. Ne yapacağım ki. Bazıları fotoğraf paylaşır kimse beğenmese kaldırır. Yani ben onlar gibi değilim. Beğenmezlerse kendi bilecekleri bir şey bu. Paylaşımım orada kalsın. Sonuçta ben kendimi o anda mutlu hissetmişim ve bunu anı diye paylaşmışım. Bu paylaşım sayesinde yaşadığım anı ölümsüzleştiriyorum. Kalkıp da kimse beğenmedi diye paylaşımı da silmem.”

Merve: “Bir şey yapmama gerek yok. Profilimde öyle durabilir benim için hiçbir sıkıntı yok. Hayatımı insanlar beğensin diye yaşamıyorum. Kendimi beğendikten sonra gerisi hiç önemli değil. Aslında benim hiç beğeni almama ihtimalim yok çünkü hiç olmasa paylaşımımı ben beğenirim.”

Gökhan: “Yani tutup o paylaşımımı kaldırmam. Mesela gün içerisinde arkadaşımın oyun oynuyorum ve bu oyunu sosyal medya üzerinde paylaşıyorum. İnsanların bu paylaşımı beğenmemesi beni hiç ilgilendirmez. Sadece benim için güzel bir anı paylaşmak istedim ve paylaştım.”

Görüşmeye katılan Yusuf, beğeni almadığında üzüldüğünü belirtmesine rağmen yaptığı paylaşımları kaldırmadığını açıklamıştır. O, beğeni almama sorununu ortadan kaldırmak amacıyla paylaşımının analizini yaparak aynı hataya düşmemek için çabaladığının altını çizmiştir.

Yusuf: “Yani düşünürüm acaba yanlış bir şey mi yaptım. Paylaştığım şey toplum yapısına uygun mu değil mi diye tekrar kontrol ederim. Yani paylaşımım beğeni almadığında bende bir çöküntü hissi oluşur. Ben beğenilmeme sorununu nasıl ortadan kaldırıyorum diyerek paylaşımımı dikkatlice analizini yaparım. Daha sonra yapacağım paylaşımlarda aynı hataya düşmemeye çalışırım. Ama paylaşımı tutup da kaldırmam.”

Helin, beğeni almanın kendisi için önemli olmadığını söyleyerek ancak yanlış anlaşılan paylaşımları kaldırmaya tercih ettiğini açıklamıştır.

Helin: “Kaldırmam. Beğeni almayan paylaşımım var. Ama bazen paylaşımlarım farklı anlaşılıyor. Eğer paylaşımım farklı anlaşılır yani anlatmak istediğim şeyin zıttı anlaşılırsa paylaşımımı kaldırırım. Yoksa beğeni almadı diye hiçbir paylaşımımı kaldırmam. Mesela ben Twitter’da ruhum daraldığında karamsar yazılar yazarım. İnsanlar bu yazıyı farklı algılasa ya da arkadaşlarımdan farklı algıladıklarına dair bir yorum aldığı zaman o paylaşımı kaldırırım. Altını çizerek söylüyorum. Benim buradaki ölçütüm beğeni almak değil paylaşımımın anlaşılır olmasıdır.”

Paylaşımın asıl amacını beğeni almak olarak gören 11 görüşmeci beğeni almayan paylaşımlarını kaldıracaklarını ya da gizleyeceklerini belirtmiştir.

Zeynep: “Hiç beğeni almamışsa kaldırırım. Yani iki gün falan beklerim ve hala kimse beğenmemişse paylaşımı kaldırırım. Yani sonuçta orada beğen butonu var ve sen birileri beğensin diye paylaşım yapıyorsun. Birileri beğenmiyorsa paylaşmanın da bir anlamı yok. insanlar kendi düşüncelerini ve beğendiği şeyleri paylaşır. Aslında beğeni almayınca düşüncelerinin veya sevdiği şeylerde beğenilmemiş oluyor. Yani bu sebepten dolayı paylaşımı kaldırırım.”

Cengiz: “Yani arkadaşlarım keşke bu paylaşımı yapmasaydın pek güzel olmamış dediklerinde ister istemez etkilenererek kaldırır veya gönderiyi gizlerim. Paylaşımının beğenilmemesi kötü bir şeydir. Kimse profilinde kötü bir paylaşımının olması istemez. Kaldırır.”

İlahiyat Fakültesi öğrencisi Selim yaptığı paylaşımın toplumsal kurallara uymayan bir yanı varsa mutlaka onu kaldırdığını dile getirmiştir.

Selim: “Yani yalan söylemeye gerek yok. Vallahi kaldırırım. Şöyle paylaşımına bakarım acaba benim görmediğim büyük bir hata mı var. Acaba toplumsal kurallara uymayan bir içeriğe mi sahip diye kontrol ederim. Bu inceleme neticesinde eğer kötü bir paylaşım olduğuna karar verirsem mutlaka kaldırırım. İçime bir kurt düşerse bunun kesin çözümü paylaşımın kaldırılmasıdır.”

Murat adlı görüşmeci arkadaşlarına paylaşımlarını neden beğenmediklerini sormayı ergen davranışı olarak yorumlayarak beğenilmeyen paylaşımını sessiz bir şekilde silmeyi tercih ettiğini söylemiştir.

Murat: “Silerim paylaşımımı. Ne bileyim garip bir durum. Takibe takip beğeniye beğeni demek ergen bir davranış olacağı için arkadaşlarıma neden beğeni yapmıyorsunuz diye sormam. Bunu sorduğumu bir düşünün ne kadar saçma bir duruma düşerim. O yüzden en iyisi paylaşımı sessizce silmek.”

Görüşmeye katılan Nevzat, beğeni almayan paylaşımlarını kaldırmak yerine farklı sosyal ağlarda paylaşarak beğeni sayısını arttırmak amacıyla nasıl çabaladığı şöyle aktarmıştır:

Nevzat: “Beğeni almayan paylaşımlarıma ait linki kopyalayıp başka yerlerde paylaşarak beğeni sayısını arttırmaya çalışırım. Mesela paylaşımımı Instagram üzerinde yaptığımı varsayalım. Baktım beğeni sayısı az hemen o linki Facebook hesabımda paylaşarak beğeni sayısını arttırmaya çalışırım. Ne kadar çok kişiye ulaşırsam beğeni sayısı o kadar artar.”

Araştırmaya katılan görüşmecilere “Sosyal medya hesabınızı kapatmayı hiç düşündünüz mü?” diye sorulmuştur. Tablo 15’de görüldüğü üzere görüşmeye katılan 21 kişi (11 erkek 10 kadın) sosyal medya hesaplarına kapatmayı düşündüklerini dile

getirmiştir. Sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşünmeyenlerin sayısı ise 9’dur (5 kadın 4 erkek). Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyanların (6 kişi- 4 kadın 2 erkek) çoğunluğunun sosyal medya hesaplarını kapatmayı hiç düşünmediği görülmüştür. İlahiyat Fakültesi (8 kişi- 4 kadın 4 erkek) ve İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin (9 kişi- 5 kadın (kadınların tamamı), 4 erkek) ise neredeyse tamamına yakını zaman zaman sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Tablo 15: Sosyal medya hesabınızı kapatmayı hiç düşündünüz mü?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	1	4
	Erkek	3	2
İlahiyat	Kadın	4	1
	Erkek	4	1
İletişim	Kadın	5	-
	Erkek	4	1
Toplam		21	9

Görüşmeye katılan 21 kişi çok fazla dikkat dağılmasına ve zaman kaybına sebebiyet vermesi sebebiyle ara sıra sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündüklerini belirlenmiştir. Emrah adlı görüşmeci bu durumu şöyle açıklamıştır:

Emrah: “Evet kapatmayı düşündüm. Yani artık aşırı gereksiz bir araç olduğunu düşünmeye başladım. Yani kapatmayı düşünüyorum hatta kapattığım sosyal medya hesaplarımda var. Aslına bakacak olursak hayatıma herhangi bir etkisi de yok. Bu sanal ortamda eğlenmiyorum, stres atmıyorum. Ayrıca sosyal medya kullanmam zaman kaybına neden oluyor. İşte benim için en önemli sorun da bu. Bir de sürekli bildirimlerin geliyor ya bu da benim dikkatimin dağılması neden oluyor.”

Eskiden bir sosyal medya bağımlısı olduğunu söyleyen Yakup bu durumun okul, aile ve iş hayatını kötü bir şekilde etkilemesi üzerine sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündüğünü söylemiştir.

Yakup: “Evet düşündüm. Bir zamanlar sosyal medya bağımlısı olmuştum. Günde 10 saatten fazla kullanıyordum. Bu da ister istemez okul, aile ve iş hayatımı etkilemeye

başlamıştı. Beni kötü yönden etkilemeye başlayınca kapatmayı düşündüm. Ama daha sonra orta yolunu bulduktan sonra kapatmadım. Bu ortam tamamen zaman kaybı.”

Bazı görüşmeciler, sosyal medya ortamından sıkılmaları ya da bu hesapların fazla zaman kaybına sebebiyet vermesi nedeniyle belirli bir süre bu hesaplarını kapattıklarını ifade etmiştir. Fakat daha sonra okul arkadaşları ve ortamıyla ilgili olarak önemli bilgilere ulaşmak istedikleri için tekrar sosyal medya hesaplarını açtıklarını vurgulamışlardır:

Hülya: “Aslında düşünme bir tarafa sosyal medya hesabımı kapattığım dahi oldu. Belirli bir zaman sonra sosyal medyadan sıkılmaya başlamıştım. İlk açtığımda bu ortam çok güzeldi. Instagram da güzel anılar paylaşan arkadaşlarım vardı. Arkadaşlarımla etkileşim ve iletişim halinde oluyordum. Ama belirli bir süre sonra sıkılmaya başladım. Yani fotoğraf atmak sanki bir zorunlulukmuş gibi hissetmeye başlamıştım. İnanır mısınız? Paylaşım yapmadığımda kendimi rahatsız dahi hissettim. Bu ortam hayatımın en önemli şeyini çalıyordu. Zamanımı çalıyordu. Ben de bu ve benzeri sebeplerden dolayı sosyal medya hesabımı kapattım. Üniversiteyi kazanınca tekrar açtım. Arkadaşlarımla iletişim halinde olmak sosyal medya kullanmak zorundayım.”

Helin: “Düşündüm hatta kapattım. Genel bir nedeni yoktu o an canım sıkılmıştı ve KPSS’ ye hazırlanıyordum diye kapattım. Ama tekrardan lazım olunca hesabımı açtım. Özellikle de okulda olan şeyleri öğrenmek için tekrar Facebook’u açtım. Ders erken saatlere alınıyor ve hoca da bunun duyurusunu Facebook üzerinde yapıyordu. Ben hesabımı kapattığım için dersin erkene alındığından haberim olmuyordu ve derse gidemiyordum. İşte bu ve benzeri nedenlerden dolayı sosyal medya hesaplarımı tekrar açmak zorunda kaldım.”

Ayşe adlı görüşmeci sosyal medyayı zaman kaybettiren bir mecra olarak görmesinin yanı sıra gerçek dünyayı yansıtmaması nedeniyle hesabını sildiğini söylemiştir. Zira ona göre gerçek hayatta tanıdığı insanlar bu ortamda farklı bir kişiliğe bürünerek kendilerini lanse etmektedir. Ayrıca o, sosyal medya ortamında yapılan paylaşımlardan çok etkilendiğini vurgulayarak bundan dolayı zaman zaman çok üzüldüğünü şu sözlerle aktarmıştır:

Ayşe: “Düşündüm. Belirli bir süre sonra kapattım da. Hatta şuan akıllı telefonumda Instagram uygulamasını kaldırdım. Belki kısa bir zaman sonra Instagram hesabımı tümünden kapatırım. WhatsApp uygulamasını da belirli bir zaman silmiştim. Sonra ihtiyacım olunca tekrar açmak zorunda kaldım. Facebook zaten kullanmıyorum. Sosyal medya hesaplarımı neden mi kapatmayı düşünüyorum? Herkesin yaptığı şeyleri sürekli görmem belli bir noktadan sonra beni bunaltmaya başladı. Gün içinde sürekli gördüğüm insanları bir de sosyal medyada görüyorum. Sosyal medya üzerinde o arkadaşların ikiyüzlü oluşlarını da görüyorum. Onun nasıl biri olduğunu bilememe rağmen sosyal medya üzerinde nasıl da farklı biriymiş gibi gösteriyor. Tanıdığım insanların bu ortamda kendilerini farklı lanse etmeleri beni rahatsız ediyor. Bununla

beraber sosyal medya sürekli işlerimi ertelememe neden oluyordu. Düşüncelerimi çok fazla karmaşıklaştıran bir mecra'ydı. Bir konuda belli bir tavır almaya niyetlendiğim zaman sosyal medya buna engel oluyor. Arkadaşlarımın yaptığı en ufak paylaşımda bile farklı anlamlar çıkarabiliyorum. Çok kırgın olduğum bir insanın üzücü içerikleri paylaşması beni üzüyor. Ona karşı gardımı indiriyorum. Bunun sonucunda yaralanan ben oluyordum. İşte saydığım nedenlerden dolayı belirli bir süre hayatımı sessizleştirip yalnızca kendi iç sesimi duymak istedim, bu yüzden de sosyal medya hesabımı kapattım. Daha sonra mesaj paketim bitince tekrar WhatsApp'ı yüklemek zorunda kaldım. Ama bu süreçte gerçekten de size değer veren insanların varlığına da şahit oldum. Sosyal medya hesabımı kapattığımda bunun nedenini merak edip arayan iyi olup olmadığını soran gerçek arkadaşlarımın da gördüm."

Araştırmaya katılan 9 kişi sosyal medyayı iletişim amacıyla kullandıklarını ve şimdiye kadar hiç bir problem karşılaşmadıkları için bu ağlardaki hesaplarını kapatmayı hiç düşünmedikleri belirtmiştir.

Emel: *"Hayır kesinlikle düşünmüyorum. Takip ettiğim insanlarla iletişimin devam etmesi için kapatmayı hiç düşünmedim."*

Ebru: *"Yok. Yani kapatmak için hiçbir sebep bulamıyorum. Sosyal medya kullanıyorum diye bu zamana kadar herhangi bir problem de yaşamadım. Bu yüzden de kapatmayı hiç düşünmedim."*

Mehmet Ali: *"Yok hiç kapatmayı düşünmedim. Bu ortam işime yarıyor. Çevremdeki çoğu insan sosyal medya kullanıyor. Eğer hesabımı kapatırsam onlarla olan iletişimimi de ortadan kaldırmış olurum. Yani arkadaşlarımla ortak bir yaşam alanı oluşturan sosyal medyayı kapatmak mantıksız bir hareket olurdu. Ben sosyal medyayı seviyorum. Kapatmayı da hiç düşünmedim ve düşünmeyeceğimde."*

Ecrin: *"Yok hiç düşünmedim. İşime yarayan bir şeyi neden kapatayım ki. Özellikle de iletişim yönünden bana eşsiz fırsatlar veren bir mecra'yı neden kapatayım ki? Sosyal medya derslerimden tutun da özel hayatıma kadar her şeye hakim olmuş durumda. Düşünün hocalarımız bile ders notlarını Facebook'ta paylaşıyor. Ben sosyal medya sayesinde o ders notunu çok az çaba göstererek elde ediyorum."*

İlahiyat Fakültesinde okuyan Ecrin adlı görüşmecinin yukarıdaki söylemlerine bakıldığında sosyal medya onun hem özel hayatını hem de okul hayatını kolaylaştırmaktadır. Özellik de ona dersin hocasına ve notlara ulaşma noktasında büyük kolaylık sağladığı görülmüştür.

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencisi Nevzat adlı görüşmeci yaptığı eserlere sosyal medya hesapları sayesinde alıcı bulduğunu vurgulayarak zaman sıkıntısı yaşamasaydı eğer birden fazla hesap açmak istediğini belirtmiştir.

Nevzat: “Hayır. Hatta fırsatım olsa ve zaman sıkıntısı yaşamam birden fazla hesap dahi açarım. Benim için inanılmaz ticaret fırsatları sağlayan bir araç. Eserlerimi bu sayede satıyorum.”

Görüşmeye katılan Fatih adlı görüşmeci sosyal medyayı hayatının vazgeçilmez bir parçası olarak gördüğünü söyleyerek bu ortam sayesinde haberleri ve gündemi takip ettiğini için onu alternatifini olmayan bir medya olarak tanımlamıştır.

Fatih: “Yok düşünmedim. Sosyal medya benim için vazgeçilmezdir. Ben bu ortam sayesinde haberleri takip edip gündemle ilgili yeni bilgiler elde ediyorum. Pek sağlıklı olmasa da benim için sosyal medya alternatifini olmayan bir medya türüdür.”

Araştırmaya katılan 25 kişi arkadaş/takipçi ve beğeni sayılarını önemsemediğini açıklamıştır. Bu kişiler paylaşım yapmadaki asıl amaçlarını; kendilerinin beğendikleri içeriklerin ve yaptıkları çalışmaların, arkadaşları tarafından da görülmesini sağlamak olduğunu ifade etmiştir. Bazı görüşmeciler ilk defa sosyal medya hesabı açtıkları dönemde paylaşım yaparken başkalarının ne düşüneceklerini daha fazla önemsediklerini söylemiş şimdi ise bu fikirlerinin değiştiğini dile getirmiştir.

Görüşmecilerden 5’i için sosyal medya ortamında arkadaş/takipçi ve beğeni sayısının arttırmayı önemsediklerini dile getirerek bu sayede egolarını daha fazla tatmin etme yoluna gittiklerini açıklamıştır.

Araştırma sonucunda görüşmecilerinin çoğunluğunun, (17 kişi) sosyal medya sayesinde günlük hayatta yaşanan sıkıntılardan kurtulmanın mümkün olmadığına inandığı belirlenmiştir. Hatta kimi görüşmeciler bu ortamın zaman kaybına sebebiyet vermesi ve üzücü olaylardan anında ve ayrıntılı bir şekilde haberdar olunmasını sağlaması nedeniyle daha fazla sıkıntı yaşamalarını neden olduğunu açıklamıştır.

Araştırmaya katılan diğer görüşmecilerin ise (13 kişi) sosyal medya sayesinde günlük hayatlarında yaşadıkları sıkıntılardan kurtulduklarına inandıkları tespit edilmiştir. Bu görüşmeciler, sosyal medya sayesinde gitmeyi çok isteyip gidemedikleri yerleri gördüklerini ve bu sayede kendilerini mutlu hissettiklerini belirtmiştir. Ayrıca bu ortam sayesinde hem ders notlarına hem de dersin hocalarına kolayca erişebildikleri için okul hayatında yaşadıkları sıkıntılardan kurtulduklarını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin büyük bir çoğunluğunun paylaşımlarının ne kadar beğeni aldığını ve kimler tarafından beğenildiğini sürekli kontrol etmedikleri

belirlenmiştir. Bu kişiler paylaşımlarının beğeni alıp almadığına günün sonunda ya da boş bir vakitte bakmayı tercih ettiklerini açıklamıştır. Fakülte bazında değerlendirildiğinde İlahiyat Fakültesi (9 kişi) ile İletişim Fakültesindeki öğrencilerin (9 kişi) yaptıkları paylaşımları sürekli takip etmedikleri anlaşılmıştır. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesindeki öğrencilerin ise diğer fakültelere kıyasla (6 kişi) yaptıkları paylaşımları beğeni konusunda daha fazla kontrol ettikleri görülmüştür.

Sosyal medya ortamında yaptıkları paylaşımları sürekli kontrol eden kişiler daha fazla beğeni almak adına en fazla beğeni alan fotoğraflarını analiz etme yoluna giderek kendilerince istatistikî veri oluşturup diğer paylaşımlarını bu veriler ışığında yaptıklarının altını çizmiştir.

Görüşmeye katılan 19 kişinin beğeni almayan paylaşımlarını sosyal medya hesaplarından kaldırmadıkları ortaya çıkmıştır. Kimi görüşmeciler paylaşımlarının beğeni almamasına üzülmelerine rağmen yaptığı paylaşımı kaldırmadığını ifade ederek beğeni almama sorununu ortadan kaldırmak amacıyla paylaşımının analizini yapmaya çalıştığına vurgu yapmıştır. Araştırma verileri fakülte bazında incelendiğinde İlahiyat Fakültesinde okuyan kişilerin (10 kişi (tamamı)) beğeni almayan paylaşımları olduğunda bu durumu diğer fakültelerde okuyanlara göre daha az önemsedikleri belirlenmiştir.

11 görüşmeci paylaşım yapmanın asıl amacını beğeni almak olarak gördüğünü belirterek beğeni almayan paylaşımlarını kaldıracaklarını ya da gizleyeceklerini dile getirmişlerdir. Bazı görüşmeciler, yaptıkları paylaşımların neden beğeni almadığını sorgulayarak paylaşımlarını sildiklerini ya da paylaşımı farklı sosyal medya mecralarında paylaşarak beğeni sayısını arttırmak için çabaladıklarının altını çizmiştir.

Araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğunun zaman zaman sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündükleri ortaya çıkmıştır. Bu kişiler özellikle bu ortamın çok fazla dikkat dağıtması ve zaman kaybına sebebiyet vermesi nedeniyle ara sıra sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündüklerini dile getirmiştir. Kimi görüşmeciler sosyal medya hesaplarını kapatmalarına rağmen okul arkadaşları ve çevreleriyle ilgili önemli bilgilere ulaşmak istedikleri için tekrar bu hesapları açtıklarını vurgulamıştır. İlahiyat Fakültesi ve İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin büyük çoğunluğu sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündükleri ortaya çıkmıştır. İki fakültede okuyan öğrencilerin

çoğunluğunun özellikle sosyal medya ortamının zaman kaybına neden olması sebebiyle zaman zaman hesaplarını kapatmayı düşündükleri görülmüştür. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencilerinin büyük çoğunluğunun ise sosyal medya hesaplarını kapatmayı hiç düşünmedikleri saptanmıştır. Bu kişilerin hem yaptıkları eserlere sosyal medya hesapları üzerinden alıcı bulmaları hem de beğenilme arzularına bu sayede ulaşmaları nedeniyle böyle bir düşünceyi akıllarından geçirmedikleri ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu (23 kişi) sosyal medyanın hayatlarının merkezinde yer aldığını belirtmiştir. Bu görüşmeciler sosyal medyayı yalnızca bir iletişim aracı olarak görmemektedir. Hayatlarının her anında sosyal medyaya ihtiyaç duyduklarını belirten bu görüşmeciler sosyal medyasız yaşayamayacaklarını vurgulamıştır. Bazıları ise sosyal medyanın önemli olmasına rağmen o olmadan da yaşayabileceklerini açıklamıştır. Kimi görüşmeciler (5 kişi) sosyal medyanın kendileri için hiçbir önem arz etmediğini söylemiştir. Onlara göre sosyal medya iletişim kurulan ve boş vakitlerin değerlendirildiği sıradan bir araçtır.

3.4.6. Sosyal Medyanın Günlük Hayata Olan Etkisi

Araştırmaya katılan kişilere “Yapmış olduğunuz bir paylaşım neticesinde hiç tepki aldınız mı?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere 22 kişi (12 kadın 10 erkek) yapmış oldukları paylaşım nedeniyle tepki almadığını söylemiştir. Paylaşımları nedeniyle tepki alanların sayısı ise 8’dir (5 erkek 2 kadın). Bu da görüşmecilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya ortamında yaptıkları paylaşımlar nedeniyle tepki almadıklarını göstermektedir. Fakülteler bazında incelendiğinde Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (6 kişi- 3 kadın 3 erkek), İlahiyat Fakültesi (8 kişi- 5 kadın 3 erkek) ve İletişim Fakültesinde (8 kişi- 4 kadın 4 erkek) okuyan öğrencilerin cevaplarının birbirine çok yakın olduğu ve aralarında çok büyük bir farklılık olmadığı görülmüştür. Bu duruma rağmen Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan öğrencilerin (4 kişi- 2 kadın 2 erkek) diğer fakültelere kıyasla sosyal medya ortamında biraz daha fazla tepki aldıkları söylenebilir.

Tablo 16: Yapmış olduğunuz bir paylaşım neticesinde hiç tepki aldınız mı?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	2	3
	Erkek	2	3
İlahiyat	Kadın	-	5
	Erkek	2	3
İletişim	Kadın	1	4
	Erkek	1	4
Toplam		8	22

Görüşmecilerden 22'si yapmış oldukları paylaşım nedeniyle tepki almadıklarını belirtmiştir. Bazı görüşmeciler hayvanlara işkence, çocuk istismarı, zulme uğrayan insanlar gibi önemli konular hakkında paylaşım yaptıklarını bu konularda kimsenin tepki vermesinin mümkün olmadığına işaret etmiştir. Bu kişiler özellikle siyasi ve dini konular hakkında paylaşım yapmadıkları için tepki almadıklarını dile getirmiştir. Bazı görüşmeciler bu durumu şöyle özetlemiştir:

Nermin: “Hayır almadım. Genelde hep yerli yerinde paylaşım yapıyorum. Bazı insanlar gibi kuru ses çıkaran paylaşımlar yapmam. Çok hassas olduğum konu olan hayvanlara işkence ve çocuk istismarlarına yönelik paylaşımlar yapıyorum. Kimse de gelip bu paylaşımlara tepki vermez. Siyasetten ve dini konulardan uzak olduğum için tepki almıyorum.”

Selim: “Yok hiçbir zaman tepki almadım. Çünkü tepki çekebilecek içerikte bir paylaşım yapmadım. Siyasi paylaşımlar yapmam, dini paylaşımlar yapmam ve insanların etlisini sütlüsüne dokunmam. Yani sadece zulüm gören insanlar için tepkimi dile getiririm. Yani bu tür paylaşımlara da kimse tepki göstermez.”

2 görüşmeci, şu ana kadar insanları ayarıştıran veya onları herhangi bir konuda kızdırabilecek paylaşımlar yapmadığı için tepki almadığını belirtmiştir. İlahiyat Fakültesinde okuyan Fatih adlı görüşmeci daha çok sanatsal paylaşımlar yaptığının altını çizerek şaşırtıcı nitelikte bir cevap vermiştir.

Emel: “Hayır almadım. İnsanların öyle dikkatini çekecek veya belirli tarafları kızdıracak herhangi bir paylaşım yapmadığım için tepki de almadım.”

Fatih: “Hayır almadım. Şu ana kadar ayrıştırıcı veya insanlara dokunabilecek bir paylaşım yapmadım. Zaten paylaşımlarım sanatsal paylaşımlar.”

Görüşmeye katılan 8 kişi ise yaptıkları siyasi paylaşımlar nedeniyle kimi zaman tepki aldıklarını belirtmiştir. Bu kişiler herkesin kendi doğrusunun olduğunu dolayısıyla şahısların kendi fikirlerinden vazgeçmek istemedikleri için zaman zaman saldırı niteliğinde tepki aldıklarını açıklamıştır. Bazı görüşmeciler bunu şu ifadelerle anlatmıştır:

Derya: “Aldım. Karşımdaki insan kendi yanlışını görmezden gelip bana saldırmıştı. Kendi yanlışını bana doğru bir şeymiş gibi göstermeye çalışması bir yana bir de bana tepki göstermişti. Yaptığım paylaşım siyasi bir paylaşımdı. Karşı siyasi görüşe sahip kişi bu paylaşımımın yanlış olduğunu bu paylaşımımı kaldırmam gerektiğini tehditkâr cümlelerle bana mesaj göndermişti. Ben ona farklılıkların güzel olduğunu anlatamadığım için bu sorun ortaya çıktı. Çünkü herkesin kendine göre doğrusu vardır.”

Ahmet: “Olmazsa olmazlarımdan. Mesela benim doğrularım ona doğru olarak gelmiyor ve tepkisini dile getiriyor. Ama ben bu tepkilere takılmıyorum. Çünkü bunlar benim doğrularım. Verilecek tepki neticesinde doğrularımı bırakacak değilim. Mesela yaptığım bir paylaşım nedeniyle karşımdaki insanın düşük bir kapasiteye sahip olması nedeniyle bana hemen hücum etmişti. Evet ilk başlarda insan garipsiyor ama zamanla alışıyor.”

Cengiz: “İster istemez bu tepkilere maruz kalıyorum. Yaptığım paylaşımı doğru bulmayan insanlar var. Genelde aynı siyasi düşünceye sahip olmadığım insanlar bu tür tepkiler veriyor. Ben tepkinin asıl nedeni yaptığım paylaşımın onların düşüncelerinden ters olmasından kaynaklanıyor. Yani bu tepki sosyal medya ortamında kalmıyor. Gerçek hayatta da benimle olan iletişimlerine de yansıyor.”

Cengiz’in yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun yapmış olduğu siyasi paylaşımlar nedeniyle sadece sosyal medya ortamda değil gerçek hayatta da sorun yaşadığı görülmüştür.

Görüşmeye katılan Hülya, Türkiye’de meydana gelen bir terör saldırısına tepkisini göstermek amacıyla yapmış olduğu paylaşım nedeniyle “terör sevici” olarak nitelendiği kişilerin hakaretlerine maruz kaldığını ifade etmiştir. Bu durum neticesinde sosyal medya hesabını nasıl kapatmak zorunda kaldığını şöyle özetlemiştir.

Hülya: “Evet önceki kapattığım hesabımda olmuştu. Yanlış hatırlamıyorsam geçen yıllarda bir maç çıkışında bomba patlamıştı. Bu saldırı sonucunda hem polislerimiz hem vatandaşlarımız şehit olmuşlardı. Bu terör olayını protesto etmek için siyah bir kurdele paylaşmıştım. Beni takip eden farklı görüşe sahip özellikle de bölücü bir görüşe sahip insanlar sosyal medya hesabımda ekliymiş. Sosyal medyanın en kötü özelliği de

bu. Benim terör sevicilerin hesabında ekli olduklarından hiç haberim yoktu. Bu kişiler tarafından ağır hakaretlere sahip mesajlara maruz kaldım. Ben elimden geldiğince kendimi savunmama rağmen o bölücü görüşe sahip insan beni anlamıyordu. Tamamen ülkeyi parçalamaya yönelik düşüncelere sahip olduğu için bütünleştirici hiçbir şeyi kabul etmiyordu. Zaten baktım düşüncelerini değiştirmeyen bir bağınaz var karşımda hemen onu arkadaşlarım arasından çıkardım. Çıkarmakla kalmayıp hem engelledim hem de sosyal medyada şikâyet ettim. Ama ne kadar engellesen de toplumsal hayat içerisinde onunla karşılaşma olasılığın ne yazık ki hala var.”

Hülya'nın yukarıdaki ifadelerine bakıldığında kendisini rahatsız eden kişileri sosyal medyada engelleyerek ya da şikâyet ederek kurtulduğu fakat gerçek hayatta bu insanlarla karşı karşıya gelmek zorunda olmasının onu tedirgin ettiği anlaşılmaktadır.

Başka bir görüşmeci ise feminist olması nedeniyle kadın ve erkek eşitliğine yönelik bir mesaj içeren bir paylaşım yaptığı için tepki alması nedeniyle bu tür paylaşımlar yapmama kararı aldığını dile getirmiştir.

Elif: *“Aldım. Ben feminist bir insanım. Yani şöyle keskin kurallara sahip bir feminist değilim. Sadece kadın ve erkek eşitliğine inanan bir feministim. Kadın ve erkeklerin eşit olmasını savunan bir paylaşım yapmışım. Bu paylaşımım nedeniyle tanımadığım insanlar tarafından aşırı bir tepki almışım. Yani söylemek istediğim şeyler başka tarafa çekilerek tepki göstermişlerdi. Yani tamamen anlatmaya çalıştığım mesajın dışına çıkarılmasına bizzat şahit oldum. Sonunda bende pes ettim. İnsanların etlisini sütlüsüne karışmamaya karar verdim.”*

Araştırmaya katılan görüşmecilere “Arkadaşlarınızın sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımlarından dünya ve siyasi düşünceleriyle alakalı bilgi edinebiliyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 14’de görüldüğü üzere görüşmecilerin çoğunluğu 25 kişi (14 erkek 11 kadın) yapılan bu tür paylaşımlardan yola çıkarak arkadaşlarının dünya ve siyasi görüşleriyle ilgili bilgiler elde ettiklerini belirtmiştir. Bu tür bilgileri elde etmediklerini düşünenlerin kişi sayısı 5’tir (3 kadın 2 erkek). Tablo fakülteler bazında incelendiğinde Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (9 kişi- 5 kadın 4 erkek), İlahiyat Fakültesi (8 kişi- 5 erkek 3 kadın) ve İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin (9 kişi- 5 erkek 4 kadın) cevaplarının birbirine çok yakın olduğu ve aralarında çok büyük bir farklılık olmadığı söylenebilir.

Tablo 17: Arkadaşlarınızın sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımlarından dünya ve siyasi düşünceleriyle alakalı bilgi edinebiliyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	5	-
	Erkek	4	1
İlahiyat	Kadın	3	2
	Erkek	5	-
İletişim	Kadın	4	1
	Erkek	5	1
Toplam		25	5

Yukarıdaki soruya evet cevabını veren görüşmecilere “Bu durum arkadaşlarınızla olan ilişkinize yansıyor mu?” şeklinde bir soru sorulmuştur. Araştırmaya katılan sadece 5 görüşmeci arkadaşları tarafından yapılan paylaşımlar neticesinde onlar hakkında herhangi bir bilgi elde etmediklerini belirtmiştir. Araştırmaya katılan 20 görüşmeci arkadaşlarının dünya ve siyasi görüşlerini öğrendikten sonra arkadaşlarıyla olan ilişkilerinin negatif yönden etkilendiğini ifade etmiştir. Bu görüşmeciler arkadaşlarının yapmış oldukları paylaşımlar sayesinde siyasi açıdan kendileriyle aynı görüşe sahip olup olmadıklarını anladıklarını ve aşırıya kaçan ile saygı sınırını aşanları kimi zaman engelleyip sildiklerinin altını çizmiştir. Görüşmeye katılan Zafer insanların yaptıkları paylaşımların kimliklerinden izler taşıdığına inanmaktadır. Bu nedenle kendi düşüncesine, karakterine ve duygularına ters düşen paylaşımların kendi dünyasında yeri olmadığını vurgulamıştır.

Nermin: “Bilgiler elde ediyorum. Bana göre yapılan her paylaşım kimliğimizle ilgili bilgiler sunuyor. Arkadaşlarımda yaptıkları paylaşımları incelediğimde bu tür bilgileri elde ediyorum. Bazı insanlar körü körüne bir şeye inanıyorlar. İnanırları şeylerin yanlış olduğunu bile bile. Bir de inanılmaz saygısız olanlar var. Örnek veriyorum ana muhalefet partisi başkanı iktidara laf atıyor. Yani bu tür şeyler normal. Bu politikanın bir sonucudur. Kendi aralarında hep birbirlerine laf atarlar. Ama sen farklı görüşteki insanlara saygı göstermek zorundasın. Ana avrat küfretmeye hakkın yok. Partini savunabilirsin bu senin en tabii hakkın. Ama gidip de karşı görüşteki bir insana laf atmaya hakkın yok. Atatürk çok partili hayata geçişin güzel bir şey olmadığını düşünseydi eğer tek partili dönemi yaşıyor olacaktık. O yüzden farklılıklara saygı duymayan insanları görünce üzülüyorum. Bu tür paylaşımları yapanlar benim gözümde

saygısız ve değeri düşük insanlardır. Çok salakça paylaşımlar yapan insanları siliyorum. Sadece insanların düşüncelerine saygı duymayan onlarla dalga geçenleri engelledim. Öyle paylaşımlar yapıyorlar ki saygı sınırını aşan paylaşımlar. Değil arkadaşım annem babam dahi olsa insanlara saygı duymayarak körü körüne ve bağnazca paylaşımlar yapıyorsa onları engellerim. Hiç kimseyi siyasi veya dini kimliğinden dolayı engellemedim. Saygısız oldu mu engeli yer.”

Zeynep: “Evet bu tür bilgileri elde ediyorum. İlk etapta yaptığı paylaşımlarla benimle aynı düşüncelere sahip olup olmadığını bakıyorum. Çünkü yapılan paylaşımlar düşüncelerinin bir yansımasıdır. Yaptıkları paylaşımlar benim görüşüme zıt ise onlarla olan arkadaşlığımı sonlandırıyorum. Yani benim için kötü bir düşünceye sahip insanın paylaşımını tabii ki de görmek istemiyorum. Silmekten başka çarem yok. Mesela ben a görüşüne sahip bir insanım ve a görüşümü sosyal medyada yansıtmıyorum. Arkadaşım ise b siyasi görüşüne mensup biri ve siyasi görüşünü sosyal medya üzerinden yansıtıyor. Yansıtması gayet normal ama inanın o kadar çok aşırıya giden insanlar var ki. Ben onların yanlış ve yanlış paylaşımlarını görmek zorunda değilim. İşte bu yüzden onları sosyal medya hesabımdan siliyorum.”

Cengiz: “Günümüz dünyasında kişinin paylaşımı hangi görüşe sahip olduğu göstermektedir. Bir kişinin sosyal medya hesabında bir kurt resmini paylaştığı zaman hayvan sevgisi olan biri olduğu anlamına gelmiyor. Mesela ben o kurt resmi paylaşımı gördüğümde arkadaşımın ülkücü olduğunu hemen anlıyorum. Tabii bu diğer parti ve siyasi görüşler içinde geçerli. Bu tür paylaşımları görünce hemen anlıyorum. Bu paylaşımlar sayesinde en azından arkadaşlarım hakkında bilgi sahibi oluyorum. Bu bilgiler sayesinde onlarla iletişime geçtiğim zaman nasıl davranmam gerektiğini biliyorum. Bir nevi arkadaşım hakkında ön bilgiye sahip oluyorum. Bazen ister istemez yaptıkları paylaşım neticesinde arkadaşlarımı engellemek zorunda kalıyorum. Bazı insanlar öyle koyu bir düşüncenin taraftarı oluyor ki onları engelleme dışında başka hiçbir yol bırakmıyorlar. Aşırıya kaçmanın yanlış bir şey olması nedeniyle ben de onları sosyal medya hesabımda çıkarıyorum.”

Zafer: “Tabii ki bu bilgileri elde ederim. İnsanların yaptıkları paylaşımlar kimliklerinden izler taşır. Benim için olumlu bir şeyse olumlu yönden etkiler, ama benim için olumsuzsa olumsuz yönde etkiler. Buradaki kriter benim. Bence bu durum herkes için geçerlidir. Kendi düşüncemize uygunsa iyi yönden, kendi düşüncemize ters ise kötü yönden etkiler. Benim düşüncelerime, benim karakterime ve duygularıma zıt paylaşımlar yapıyorsa benim dünyamda da yeri yoktur. Zaten günlük hayata görmeye tahammül bile edemediğin bazı şeyleri sosyal medya ortamında da görünce onları silme mecburiyetinde kalıyorum.”

Görüşmeye katılan Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencisi Merve, görüşüne ters olan bir paylaşım gördüğünde arkadaşlarını bu tür paylaşımlar yapmaması yönünde uyardığını ifade ederek uyarılarını dikkate almayan kişilerle olan arkadaşlığını bitirdiğini şu sözlerle vurgulamıştır.

Merve: “Evet. Benim kesin görüşlerim var. Yapılan paylaşım görüşlerime ters düşüyorsa bu yakın arkadaşım tarafından paylaşılsa da bunun önüne geçmeye çalışırım. Arkadaşımı uyarırım bak yaptığın doğru bir davranış değil derim. Bu tür

paylaşımlar sosyal medya üzerinde yapılmaması gerekiyor. Baktım hala yaptığım ikazı dikkate almayıp paylaşım yapmaya devam ediyor. Ben de onu arkadaşlarım arasında çıkartırım. Zaten bundan dolayı sosyal medya üzerinden çıkardığım arkadaşlarım da var.”

5 görüşmeci, yapılan paylaşımlar sayesinde arkadaşlarının siyasi düşünceleriyle ilgili bilgiler elde ettiklerini fakat bu durumun arkadaşlarıyla olan ilişkilerini etkilemediğini belirtmiştir. Arkadaşlarının fikirlerine saygı duyduklarını vurgulayan bazı görüşmeciler bu durumu şöyle özetlemiştir:

Batu: *“Yani bir şeyler paylaşıyorlar. Bu sayede arkadaşlarımı tanıma fırsatı elde ediyorum. O paylaşımlardan az çok neyi ve kimi desteklediğini anlayabiliyorsun. Saygı duyarım. Hiçbir şekilde ilişkilerime yansımaz. Benim için saygı çok önemlidir ve ben arkadaşlarımın düşüncelerine saygı duyarım.”*

Meryem: *“Evet paylaşımlardan bu bilgilere ulaşmak çok kolay. Özgür bir ülkede yaşıyoruz. Her şeyi paylaşabilirler. Arkadaşımınla konuşurken onun görüşünü dikkate alarak konuşmuyorum Yani on numara bir arkadaşlığı vardır. Durup dururken siyasi bir nedenden dolayı onunla arkadaşlığımı bitirmek saçma olurdu. Bundan dolayı hiçbir arkadaşımı silmedim.”*

Selim: *“Herkes kendi görüşüne yönelik paylaşım yaptığı için ister istemez bu tür bilgileri elde ediyorum. Yani bu tür paylaşımların benim üzerimde pek bir etkisi yok. Bu onların görüşü saygı duyarım. Asla ama asla bu durum arkadaşlık ilişkimi etkilemez. Çünkü ben her türlü siyasi ve dünya görüşüne saygılı bir insanım. Sağ görüşlü ve sol görüşe sahip birçok arkadaşım da var. Yani siyasi olarak tartışmamız gayet doğal bir şey. Ama arkadaşlığımız ve dostluğumuz her zaman devam eder. Birbirimizi kıracak cümleler kullanmamaya çalışıyoruz.”*

Helin sosyal medya hesabında kayıtlı olan kişilerin önceden tanıdığını dolayısıyla onların siyasi görüşlerini sanal ortamda öğrenmediğini vurgulamıştır. Bu nedenle onların sağ ya da sol bakış açısına göre paylaşım yapmasının kendisini etkilemediğini belirterek sadece kendi fotoğraflarının altına saçma sapan yorum yapanlarını engellediğini şu şekilde aktarmıştır:

Helin: *“Genelde sosyal medyada hesabımda ekli olan kişiler arkadaşım olduğu için zaten onlar hakkında ön bilgiye sahibim. Bu tür paylaşımları da görünce; “Aaa! bak arkadaşım şu siyasi görüşe mensupmuş.” diyerek şaşırıyorum. Bu tür paylaşımlar onlar hakkında var olan bilgimin pekişmesi anlamına gelmektedir. Sezai Karakoç sağ görüşte yazıyor Can Yücel sol, Nazım Hikmet sol görüşte yazıyor. Abdürrahim Karakoç sağ. Ben bunları sağcı veya solcu olarak değil edebiyatları nedeniyle okuyorum. İşte bu yüzden bu tür bilgiler beni hiç etkilemez. Kendi fotoğrafıma saçma sapan yorumlar yapanı engellerim ama düşüncelerinden dolayı hiç kimseyi engellemedim. Sadece bu tür paylaşımları beğenmiyorum ve görmezden geliyorum. Tutup da onları engellemiyorum.”*

Ayşe, sosyal medya ortamında farklı etnik kimliklere sahip olan arkadaşlarının olduğunu belirterek rahatsız edici paylaşımlar yapan arkadaşlarını engellemek yerine onlarla arasına mesafe koymayı tercih ettiğini söylemiştir.

Ayşe: “Kesinlikle cevabım evet. Kendi düşüncelerini sosyal medya ortamında bağırarak yaşıyorlar ve ben bunun farkındayım. Sosyal medya aracılığıyla kendi sınırlarını ihlal ettikleri gibi başkalarının sınırlarını da ihlal edebiliyorlar. Bunu göz ardı ettiklerini düşünüyorum. Bu zamana kadar engellediğim bir insan olmadı. Mesela üniversitede çok farklı etnik kimliklere sahip insanlar mevcut. Devletin ya da milletin bütünlüğüne zarar verecek kişilerle olan ilişkiyi belirli bir noktada tutuyorum sadece. Onları engellemem ama aramızda mesafe bırakırım.”

Araştırmaya katılan görüşmecilere “Paylaşımlarını beğenmediğiniz arkadaşlarınız var mı?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere 25 kişinin (13 kadın 12 erkek) paylaşımlarını beğenmedikleri arkadaşları olduğu ortaya çıkmıştır. Paylaşımlarını beğenmediği arkadaşlarının olmadığını söyleyen görüşmecilerin sayısı ise 5’tir (3 erkek 2 kadın). Bu da gösteriyor ki görüşmecilerin büyük çoğunluğu paylaşımlarından rahatsız olduğu kişilerle arkadaşlıklarını devam ettirmektedir. Fakülte bazında incelendiğinde Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (9 kişi- 5 kadın (kadınların tamamı), 4 erkek), İlahiyat Fakültesi (7 kişi- 4 erkek 3kadın) ve İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin (9 kişi- 5 kadın (kadınların tamamı), 4 erkek) bu soruya benzer şekilde cevap verdikleri görülmüş, bu nokta ayırt edici bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 18: Paylaşımlarını beğenmediğiniz arkadaşlarınız var mı?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	5	-
	Erkek	4	1
İlahiyat	Kadın	3	2
	Erkek	4	1
İletişim	Kadın	5	-
	Erkek	4	1
Toplam		25	5

Paylaşımlarını beğenmediği arkadaşlarının var olduğunu belirten 10 kişi bu kişilerin sürekli olarak paylaşım yapmasını ve olur olmaz her şeyi paylaşmasını eleştirmektedir. Bazı görüşmeciler bu durumu şöyle özetlemiştir:

Ahmet: “*Oluyor. Özellikle sürekli paylaşım yapanlar var ya işte onlara uyuz oluyorum. Kafeye gidiyorlar hemen konum atmalar, bir şey içince fotoğrafını paylaşanları beğenmiyorum. Bence insanlar her şeyi her yerde paylaşmamalı.*”

Fatih: “*Tabii ki. Sürekli fotoğraf atanlar var. Mecazi olarak söylemiyorum. Gerçekten de her anını paylaşan insanlar var. Sürekli paylaşım yapan insanlar ruhunun kalitesizliğini ve yalnız olduğunu gösterir. İnsan neden gittiği yerlerden tutun da yediği yemeğe kadar her şeyini paylaşır. Olur olmaz her şey de paylaşılmaz ki. Bu demek oluyor ki saklamak istediği yalnızlığı ve mutsuzluğu var. İşte bu tür paylaşımları beğenmiyorum.*”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Fatih’in yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun sürekli olarak ve her anlarıyla ilgili fotoğraf paylaşımında bulunan kişileri ağır bir şekilde bir eleştirip (ruhlarının kalitesizliği) onların mutsuz ve yalnız olduklarını saklamaya çalışan kişiler olduğuna inandığı görülmüştür.

Görüşmeye katılan Emel sürekli paylaşım yapan insanlardan kendi sayfasını paylaşımlarıyla işgal ettiği hissine kapıldığı için rahatsız olduğunu dolayısıyla bu kişileri sildiğini vurgulamıştır.

Emel: “*Absürt şeyleri paylaşan insanları sevmiyorum. Abartıya ne gerek var biraz daha sade paylaşımlar yapabilirler. Yani profilimi bir açıyorum profilimi resmen paylaşımlarıyla işgal etmişler. Ne yazık ki sürekli paylaşım yapan arkadaşlarımı silmişliğim dahi var.*”

Görüşmeye katılan Selim, Emel’in aksine her şeyi sürekli paylaşan arkadaşlarını silmek yerine paylaşımlarını beğenmeyerek onlara tepki gösterdiğinin altını çizmiştir.

Selim: “*Çok var olmaz mı? Özellikle saçma sapan şeyler paylaşanları. Ben ne yapayım senin içtiğin nargileyi. Neden bu tür şeyleri paylaşırlar anlamadım gitti. Bir de çok sık paylaşım yapanlar var. Arkadaş hiç mi aksatma yapmazsınız? İnsan nasıl her gün paylaşım yapar anlamıyorum? Bir gün fotoğraf atmayı unutsa ertesi gün çift fotoğraf atıyor. Yani arkadaşım bu tür paylaşım yaptı diye silmem ama paylaşımlarını beğenmem.*”

Araştırmaya katılan 8 kişi arkadaşlarının “siyasi içerikli” paylaşımlar yapılmasını eleştirmekte ve bunları beğenmediklerini vurgulamaktadır. Özellikle ülkede yaşanan kötü olaylarla alakalı tamamen bir siyasi ideolojiye inanmaları nedeniyle olumlu paylaşımlar yapanların paylaşımlarını beğenmediklerini ifade etmişlerdir.

Elif: “Var. Yani siyasi düşünce olarak bana yakın olmayan insanlar var. Sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar benim düşüncelerime uygun olmadığı için beğenmiyorum. Özellikle insanlara saygı sınırını aşan paylaşımlarda yapıyor. Onların paylaşımını da beğenmem.”

Zeynep: “Tabii ki var. Birincisi siyasi paylaşımlar yapanlar ikincisi ise ülkede yaşanan olumsuz şeylerden mutlu olanlar. Ya tamam bir şey olduğunda yas tut demiyorum ama bari sessiz kal. Körü körüne bir ideolojiye aşık olma. Yani o kadar kötü paylaşımlar yapıyorlar ki acaba onlarda akıl var mı diye düşünmeden edemiyorum.”

Yusuf: “Var. Genelde siyaseti sevmem. Bu kişilerde siyasi içerikli paylaşımlar yapıyorlar. Özellikle terör örgütlerine yönelik sempati duyan insanların yaptıkları paylaşımlardan nefret ediyorum. “

Yusuf’un yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun genel olarak siyaseti sevmediği bu nedenle de siyasi içerikli paylaşımları beğenmediği görülmüştür. Özellikle terör örgütlerine sempati duyan insanların paylaşımlarına karşı nefret duygusu beslediği anlaşılmıştır.

Yasemin, gündeme dair gereksiz yere eleştiri yapan arkadaşlarının paylaşımlarını beğenmediğini söylemiştir. Özellikle de sırf muhalefet olsun diye gereksiz eleştiri yapanları beğenmediğini vurgulamıştır:

Yasemin: “İla ki var. Çok fazla gündemle ilgili eleştiri paylaşan insanları beğenmiyorum. Sonuçta herkesin kendi fikri var saygı duymak lazım. Öyle siyasi içerikli paylaşım yapan arkadaşlarım var ki gören de siyasetin piri sanacak. Her şeyi de sırf muhalefet olsun diye eleştirmek doğru bir şey değildir. Sürekli olarak bu tür paylaşımlara maruz kalmak canımı sıktığı için bu tür paylaşımları da beğenmiyorum.”

Görüşmeye katılan Nermin özellikle yeni evlenmiş olan kadınların paylaşımlarını beğenmediğini vurgulamıştır. Ayrıca o, gerçek hayatta dindar olmayan kişilerin kendilerini sosyal medya ortamında dindarmış göstermeye çalıştıklarına dikkati çekerek bu durumundan ne kadar rahatsızlık duyduğunu şu cümlelerle özetlemiştir:

Nermin: “Var. Özellikle şu canımlar, kocişler, mocişler başlığı taşıyan yeni gelinlerin yaptığı paylaşımlarını pek sevmiyorum. Dini çok fazla öne sürüp kendini dindar biriymiş gibi gösteren insanların yaptığı paylaşımlar yok mu beni resmen bitiriyor. İşin tuhaf noktası onların öyle bir dini görüşe sahip olmadıklarını bilip yine de yaptıkları paylaşımlara denk geliyorum. Elimden gelse arkadaşlıktan çıkarırım. Ne yazık ki arkadaşız. Mecbur katlanıyoruz bu tür paylaşımlara. Yani kaç yıllık emek vermiş arkadaşlığına kıyamıyorsun.”

Görüşmecilerden 5’i paylaşımlarını beğenmediği arkadaşlarının olmadığını söyleyerek her türlü görüşe saygı duyduklarını belirtmiştir. Bu kişiler arkadaşlarının

sosyal medya üzerinden özgür bir şekilde istedikleri paylaşımda bulunabileceklerini şöyle ifade etmiştir:

Meryem: “Yok. Zaten 120 kişilik bir arkadaş gurubum var. Kendi düşüncelerini istedikleri gibi paylaşabilirler.”

Ali: “Herkes içinden geldiği gibi paylaşım yapabilir. Bu ister dini ister siyasi görüşüme ters olsun. Saygı duyarım. Bu yüzden paylaşımlarından beğenmediğim kimse yok.”

Nevzat: “Yok beğenmediğim paylaşım yapan kimse yok. Arkadaşım paylaşmışsa beğenirim beğenmesem de saygı duyarım.”

Görüşmeye katılan Gökhan da herkesin paylaşım yapma noktasında özgür olduğunu savunarak bu tür paylaşımlara saygı duyduğunu açıklamıştır. Farklı bir takım tutmasına rağmen arkadaşının sevincine ortak olmasını örnek olarak göstermiştir:

Gökhan: “Hayır yok. Herkes kendi düşüncesinden özgür olduğu için paylaşım noktasında da özgürdür. Mesela geçenlerde Galatasaray şampiyon olmuştu arkadaşım bunu paylaşmıştı. Normalde aynı takımı tutmamama rağmen arkadaşımın sevinci beni de sevindirmişti.”

Araştırmaya katılan görüşmecilere “Sosyal medyada insanları engellemeniz günlük hayattaki iletişiminize yansıyor mu?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere 21 kişi (11 kadın 10 erkek) engellediği insanlarla günlük hayatta da iletişim kurmayı tercih etmediklerini açıklamıştır. 9 kişi (5 erkek 4 kadın) bu zamana kadar kimseyi engellemediklerini belirttikleri için böyle bir durum yaşamadıklarını vurgulamıştır. Fakülteler bazında değerlendirildiğinde Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (9 kişi- 5 kadın -kadınların tamamı,4 erkek) ile İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerinin (8 kişi- 4 kadın, 4 erkek) engelleme davranışında bulunduktan sonra bu durumun günlük hayatlarındaki iletişime de yansıdığı belirlenmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerin ise diğer fakültelere kıyasla (6 kişi- 3 kadın 3 erkek) sosyal medya ortamında engellediği kişilerle olan iletişimini sürdürme yoluna gittiği söylenebilir.

Tablo 19: Sosyal medyada insanları engellemeniz günlük hayattaki iletişiminize yansıyor mu?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	5	-
	Erkek	4	1
İlahiyat	Kadın	2	3
	Erkek	2	3
İletişim	Kadın	4	1
	Erkek	4	1
Toplam		21	9

Görüşmecilerden 21’i sosyal medya ortamında engelleme seviyesine geldiği kişiyle günlük hayatta da iletişim kurmayacağını söylemiştir. Bazı görüşmeciler bu durumu şu sözlerle ifade etmiştir:

Ali: “Evet çoğu kez engelledim. Zaten engellediğim insan belirli bir zaman sonra bunun farkına vardı. Neden engellendiğini de sordu. Ben de nedenini açıkladım. Ondan sonra günlük hayatta var olan iletişimimi kestim.”

Batu: “Yani sosyal medya üzerinden engellediysem günlük hayatımda da konuşmam. Onu boşu boşuna engellemedim ya. Engellediysem demek ki günlük hayatımdaki iletişimi de etkileyecek büyük bir hata yapmıştır. Yani sanal bir ortamda engellediysem gerçek hayatta hiçbir şey olmamış gibi davranmam yüzsüzlük olur. İşte bu yüzden sanal ortamda engellemiş olmam gerçek hayattaki ilişkiyi de etkiler.”

Hülya: “Aynı sınıfta olduğum bir insanı engellemiştim. Yani onu görmemezlikten geliyorum. Engellediysem sağlam bir sebebim vardır. Bu konuda kendini düzeltmiyorsa neden onu göreyim ki. Zaten sosyal medyadan çıkarınca otomatikman günlük hayatınızda da çıkmış oluyor. Yani sosyal medyaya bağlı yaşıyoruz. Sanal ortamdan çıkınca gerçek hayattan da çıkıyor.”

Elif: “Evet günlük hayatımda da iletişimimi koparıyorum. Yani yakın arkadaşım da bunu yaşadım. Sosyal medya üzerinden engelledim onu. İnanılmaz uç noktalarda paylaşımlar yapıyordu. Ben de yaptığı paylaşımlardan dolayı onu engelledim. Sanırım o da bunu fark etmişti. Artık günlük hayatta birbirimizi gördüğümüzde onu sanki hiç tanımıyorum gibi davranıyorum.”

Zafer sosyal medyada gerçek hayatta yakın olduğu bir arkadaşını engelleme durumunun söz konusu olmadığını vurgulayarak ancak sınırlı düzeyde iletişimi olan insanları engelleme yoluna gittiğini söylemiştir.

Zafer: “Zaten sosyal medyada engellediğim insanlarla günlük hayatta çokta samimi bir ilişkim olmaz. Yani kalkıp da en yakın olduğun arkadaşını sosyal medyada engellemezsin. Çünkü bu insanla hayatının her alanında yan yanasındır. Ama sıradan bir insan sadece selamını aldığın bir insansa onu engellediğimde günlük hayatta da iletişimim sıfıra iner.”

Görüşmeye katılan Selim ve Yakup günlük hayatta iletişim halinde olduğu kimseleri sosyal medyada engellemediklerine işaret ederek sadece dolandırıcılık amacıyla açılan hesapları fark ettiklerinde onları engellediklerini söylemiştir.

Selim: “Yani çok oldu özellikle dolandırıcılık amacıyla açılan hesaplar çok oldu. Onları engelledim. Günlük hayatta konuştuğum kimseyi engellemedim bu zamana kadar. Zaten günlük hayatımda iletişimim olduğu bir insanı engellemem. Yani bir sorun olduğunda yüz yüze konuşuruz sorunu hallederiz. Engelleme gereği kalmaz zaten.”

Yakup: “Yani çok oldu özellikle dolandırıcılık amacıyla açılan hesapları engelliyorum. Bu zamana kadar günlük hayata konuştuğum kimseyi engellemedim. Zaten günlük hayatımda iletişimim olduğu bir insanı engellemem. Yani bir sorun olduğunda yüz yüze konuşuruz sorunu hallederiz. Engelleme gereği kalmaz zaten.”

Görüşmeciler bu zamana kadar kimseyi engellemediklerini ve engellemeyi düşünmediklerini söylemiştir. İletişim Fakültesinde okuyan Aysel de tıpkı Yakup gibi düşünmekte insanları engellemeye gerek kalmadan sıkıntıların iletişim ile çözüleceğine inandığını vurgulamıştır.

Aysel: “Bu zamana kadar kimseyi bloklamadım. İnsanlarla iletişim iyidir. Ben iletişimin her şeyi çözeceğine inanıyorum. İşte bu yüzden bu zamana kadar kimseyi engellemedim.”

Araştırmaya katılan sadece 1 kişi sosyal medya üzerinden engellediği kişiyle olan ilişkisini sürdürdüğünü ifade etmiştir. İlahiyat Fakültesine okuyan Yasir arkadaşının yaptığı davranıştan dolayı pişman olması olasılığından dolayı günlük hayatta onunla olan iletişimini devam ettiğini belirtmiştir. Müslüman olan bir kimsenin asla kin tutmayacağı vurgulayan Yasir bu konuyla alakalı fikirlerini şu sözlerle açıklamıştır:

Yasir: “Hiçbir şey olmamış gibi davranıyorum. Yani belki yaptığı davranıştan dolayı pişman olmuştur. Zaten adamı engellediğim için bu ortamda benle iletişime geçemeyecek bir durumda. Belki yaptığı şeyden pişman oldu veya bana karşı olan önyargısını yıktı ve benimle konuşmak istedi. İşte bu yüzden günlük hayatımda asla bir

set çekmem. Müslüman asla kin tutmaz. “Selamün aleyküm!” der, ben de “Aleyküm selam!” derim. Konuşmamız muhabbetimiz devam eder.”

Araştırma sonucunda görüşmecilerin çoğunluğunun (22 kişi) yaptıkları paylaşımlar nedeniyle tepki almadıkları anlaşılmıştır. Bu kişiler özellikle siyasi ve dini konularda paylaşım yapmamayı tercih ettiklerini açıklamıştır. Bu bağlamda görüşmecilerin tepki almamak için, yaptıkları paylaşımlarda belli başlı kısıtlamalar yaptıkları söylenebilir. Bu verilerden hareketle Kılıç (2015: 158) sosyal medyada bireylerin düşüncelerini özgürce ifade edemedikleri, söylemlerini içinde yaşadığı toplumun normlarına göre düzenledikleri tezinin katılımcılar tarafından onaylandığını söyleyebiliriz. Araştırma sonucunda elde edilen veriler değerlendirildiğinde Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan öğrencilerin (4 kişi- 2 kadın 2 erkek) diğer fakültelere kıyasla sosyal medya ortamında daha fazla tepki aldıkları ortaya çıkmıştır.

Çalışma sonucunda görüşmecilerin çoğunluğunun (25 kişi) arkadaşlarının yaptıkları paylaşımlar vasıtasıyla onların dünya ve siyasi görüşleriyle ilgili bilgiler elde ettikleri tespit edilmiştir. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar neticesinde edinilen bilgilerin katılımcıların arkadaşlarıyla olan ilişkilerini etkilediği (20 kişi) belirlenmiştir. Görüşmecilerin çoğunluğu özellikle arkadaşlarının kendi düşüncelerinden farklı düşündüklerini öğrenince arkadaşlık ilişkilerinin olumsuz yönde etkilendiğini ifade etmiştir. Araştırma sonucunda sosyal medya ortamında yaşanan sıkıntıların katılımcıların gerçek yaşamındaki ilişkilerine de yansıdığı dolayısıyla arkadaşlık ilişkilerini bitirmelerine sebebiyet verdiği tespit edilmiştir.

3.4.7. Sosyal Medya Ortamında Mahremiyet

Görüşmecilere “Sosyal medya hesabınızda özel hayatınızla alakalı paylaşımlarda bulunuyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere görüşmecilerden 21’i (12’si erkek 9’u kadın) sosyal medya hesaplarında özel hayatlarıyla ilgili paylaşım yapmadıklarını söylemiştir. Sosyal medya hesaplarında özel hayatlarıyla ilgili paylaşım yapanların sayısı 9’dur (6 kadın 3 erkek). Bu sonuçlardan yola çıkarak erkeklerin kadınlara oranla özel hayatlarını paylaşmak konusunda daha çekimser davrandıkları söylenebilir. Ayrıca fakülteler bazında bir inceleme yapıldığında Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (6 kişi- 4 erkek 2 kadın), İlahiyat Fakültesi (7 kişi- 4 erkek 3 kadın) ve İletişim Fakültesi öğrencilerinin (8 kişi- 4 kadın 4 erkek) bu soruya

benzer şekilde cevap verdikleri görülmüş, bu noktada ayırt edici bir farklılığın olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 20: Sosyal medya hesabınızda özel hayatınızla alakalı paylaşımlarda bulunuyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	3	2
	Erkek	1	4
İlahiyat	Kadın	2	3
	Erkek	1	4
İletişim	Kadın	1	4
	Erkek	1	4
Toplam		9	21

Görüşmecilerden 21’i sosyal medya hesaplarında özel hayatlarıyla ilgi paylaşımlar yapmamaktadır. Onlara göre özel hayatın tanımadıkları kişilerin de yer aldığı sanal ortamda paylaşılması doğru değildir. Helin, daha önce bu tür paylaşımlar yaptığını daha sonra ise bundan vazgeçtiğini belirtirken Fatih ise asla bu tür paylaşımlar yapmadığını şu sözlerle açıklamıştır:

Helin: “Yani önceden paylaşırdım ama şu an paylaşmıyorum. Özel hayatın sosyal medyada yansıtılması konusundaki fikrim değişti. Artık bu tür paylaşımları sevmediğim için ben de paylaşmıyorum. Ama kim bilir belki ileri ki zamanlarda paylaşmaya devam ederim.”

Fatih: “Hayır kesinlikle paylaşmam. Sosyal medya hesabımda asla paylaşmam. İnsanların mahremiyetlerini başkalarıyla paylaşması doğru bir şey değil. Bana göre doğru olmayan şeyi zaten ben yapmam.”

Ahmet: “Hayır sosyal medyada özel hayatımla ilgili paylaşımlara yer vermem. Çünkü bana göre sosyal medyanın en büyük dezavantajı güvensizliktir. Bu platformda tanımadığım insanlar var. İyi niyetli olmayan insanlar da sosyal medya kullanıyor. Yarın bir gün sosyal medya hesabım çalınabilir ya da kötü niyetli insanların sosyal medya hesabınızı dikizleme olasılığı da mevcut. Bu riskleri göz önüne alınca ister istemez özel hayatımla ilgili paylaşımlara yer vermiyorum.”

Ahmet’in yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun sosyal medya ortamını güvensiz bir yer olarak gördüğü ve tanımadığı insanlar tarafından hesabının çalınması

ya da gözetlenme olasılığının olması nedeniyle özel hayatını bu ortamda paylaşmadığı anlaşılmaktadır.

İletişim Fakültesinde okuyan Nermin, özel hayatıyla ilgili paylaşım yapmak istediğini fakat çevresindeki insanların dedikodu yapmalarından çekindiği için bu tür paylaşımlar yapmadığını dile getirmiştir. Uygun bir zaman geldiğinde erkek arkadaşıyla beraber çektiği fotoğrafları paylaşmak istediğini ifade etmiştir:

Nermin: “Şu an hayatımda biri var. Annem ve teyzelerim bu kişiyi biliyor ama diğer akrabalarım bilmiyor. Ben de diğer akrabalarım da bilmesin diye onunla çektiğim fotoğrafları paylaşmıyorum. Çünkü biliyorum hemen laf ederler. Bak işte şunun kızı hemen sevgili yapmış diye laf çıkarmaya başlarlar. Ailemin bu lafları maruz kalmaması için özel hayatımı paylaşmam. Şu an erkek arkadaşım ile beraber biriktirdiğim çok anı var paylaşmak için yeri ve zamanı bekliyorum.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Meryem, geçmiş yıllarda özel hayatıyla ilgili paylaşım yaptığını belirtmiştir. Zamanla yaşının ilerlemesi ve daha muhafazakâr bir yapıya sahip olması nedeniyle artık bu tür paylaşımlar yapmadığını şu sözlerle aktarmıştır:

Meryem: “Ergenlik döneminde bu tür paylaşımları yapıyordum. Şuan ki yaşım nedeniyle artık gerçekleri görebiliyorum. Yani özel hayatın paylaşılmasının etik olmadığını fark ettim. Bir de muhafazakâr bir yapıya sahip olduğumdan bu tür paylaşımlara yer vermiyorum. İşte bu tür sebeplerden dolayı özel hayatımla ilgili paylaşımlara yer vermiyorum.”

Araştırmaya katılan 9 kişi ise sosyal medya hesaplarında özel hayatlarıyla ilgili detaylı veya mahremiyet sınırını aşan paylaşımlar yapmaktan kaçındıklarını vurgulamıştır. Bazıları bu durumu şu sözlerle açıklamıştır:

Gökhan: “Sabah kalktım öğle buraya gittim gibi paylaşımlara yer vermiyorum. Ayda yılda bir arkadaşlarla bir yerlere gidince paylaşım yaparım. Doğum günü gibi özel günlerde paylaşım yaparım sadece. Öyle detaylı bir özel hayat paylaşımı yapmam. Benim açımdan özel hayatın paylaşılmasında bir sınır vardır.”

Ecrin: “Evet paylaşıyorum ama öyle detaylı falan değil. Mesela doğum günümü ailemle beraber kutlayınca, sevincimi diğer insanlar da görsün diye paylaşırım. Ama öyle yaşantımın tüm kesitlerini paylaşmam.”

Aysel: “Yok. Mahremiyet sınırlarını aşan bir paylaşım yapmam. Sadece gezdiğim zamanlara ait veya doğum günü gibi özel anıları paylaşırım. Yani mahremiyet sınırını aşmayan şeyleri paylaşırım.”

Emrah ile Derya adlı katılımcılar diğer katılımcıların aksine özel hayatlarıyla ilgili olarak herhangi bir kısıtlamaya gitmeden paylaşım yaptıklarını şu sözlerle ifade etmiştir:

Emrah: “Evet paylaşıyorum. Kız arkadaşım ile çektiğim fotoğraflar, dışarıda gezerken gördüğüm yerleri paylaşıyorum. Mesela günümüzde moda olan bir şey var. Bir yere gidince o yerde olduğunu takipçileriyle paylaşırsın. Sanırım ismi Check-in olması gerekiyor. Onu da sürekli kullanıyorum.”

Derya: “Yani bulunurum. Erkek arkadaşım ile beraber çektiğim görselleri paylaşıyorum. Mesela geçenlerde makyaj yaparken canlı yayın açmıştım. İnsanlara makyajın püf noktalarını öğretmek için yapmıştım. Yani özel hayatın paylaşılması konusunda bir sorun görmüyorum.”

Araştırmaya katılan görüşmecilerin sosyal medya üzerinde özel hayatın paylaşılması konusunda ne düşündüklerini öğrenmek için onlara “İnsanların sosyal medya hesaplarında özel hayatlarıyla ilgili bilgileri paylaşmaları hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Görüşmeye katılan 16 görüşmeci sosyal medya üzerinden özel yaşamın paylaşılmasına karşı olduğunu söylemiştir.

Görüşmeye katılan Yusuf sosyal medyada özel hayatın paylaşılmasını kötü niyetli kişiler tarafından kullanılma olasılığı olması nedeniyle sakıncalı olarak nitelendirmektedir. Ayrıca Yusuf sürekli olarak gidip geldikleri yerlerle alakalı paylaşım yapanları şu şekilde eleştirmektedir:

Yusuf: “Özel hayatlarını paylaşmaları bence sakıncalı bir durum. Sosyal medya hesabınıza tanımadığınız kişilerin de girip bakabildiği yerdir. O insanların niyetlerini bilmiyorsunuz ki. Kim bilir belki kötü niyetli bir insandır. Bu kişiler özel hayatınızla ilgili bilgiler elde edip size karşı kullanabilir. Ayrıca bu tür paylaşımları yapanlar çok aşırıya kaçıyorlar. Evet, bir yere gidip eğlenebilirsin. Bu senin gayet doğal bir hakkın. Neden buna ait görüntüleri sürekli olarak gözümüze sokarcasına paylaşıyorsun ki. Bu tür paylaşımlar bana çok saçma geliyor.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Fatih de sosyal medya ortamında mahremiyetin paylaşılmasına karşı olduğunu dile getirmiştir. Zira ona göre kendileri hakkında çok şey paylaşan insanların kontrol edilmesi kolaydır ve bu durum bir esarete sebebiyet verebilmektedir:

Fatih: “Çok aptalca. Mahremiyet denen çok ince bir çizgi var. İnsanların sizin hakkınızda çok şey bilmesi ona esir olmanıza neden olur. Güç gizden gelir. Kendini ifşa eden, kendini belli eden insanları kontrol etmek daha kolaydır. Ama eğer gizliliğe önem

verirseniz o gizden bir güç doğar. İnsanlar sizi çözemez ve sizi kullanamaz. Bu yüzden bana göre insanların mahremiyetlerini ifşa etmeleri doğru bir şey değil.”

Özel hayatın özel olarak kalması gerektiğini savunan Zeynep, özel hayatlarıyla ilgili sürekli paylaşım yapan insanları sosyal medya hesabından sildiği dahi olduğunu vurgulamıştır.

Zeynep: *“Hoş karşılamıyorum. Doğru da bulmuyorum. Özel hayat özel kalmalıdır. Bazı insanlar bu konuda çok abartıya kaçıyorlar. Özel hayatlarıyla ilgili o kadar çok şey paylaşıyorlar ki bıkkınlığa geliyorum. Hatta bu yüzden hesabımdan çıkardığım insanlar dahi var. Yani o kendi mahremiyetini paylaşmaktan rahatsız olmuyor, ben ise onun özel hayatını paylaşmasından rahatsız oluyorum. Gerisini siz düşünün artık.”*

Görüşmecilerden Murat, özel hayatlarıyla ilgili fotoğraf paylaşımında bulunan insanların aptal veya saf olabileceğini düşündüğünü ifade etmiştir. Zira ona göre bu ortamda yapılan paylaşımların kalıcı olarak silinmesi mümkün değildir bu nedenle özel hayatla ilgili paylaşım yapanların günün birinde pişman olması söz konusudur.

Murat: *“Saçmalıyorlar. Amaçları ve emelleri ne bilmiyorum ama bir gün çok pişman olacaklar. Yaptıkları paylaşımdan pişman olup fotoğrafı silseler dahi o paylaşımı asla kalıcı olarak silinmez. Bu tür paylaşım yapanlar aptallar mı, yoksa saflar mı bilmiyorum ama bir gün yaptıkları bu tür paylaşımlardan dolayı pişman olacakları konusunda adım kadar eminim.”*

Özel hayatını paylaşan insanların bunu yapma nedenini kendilerini yetersiz görmelerine bağlayan Ayşe, özel hayatın herkese açık bir ortamda paylaşılmasını eleştirmiştir. O, sırf popüler olmak için çocuklarıyla ilgili paylaşımda bulunan insanlarla ilgili fikirlerini bir örnek üzerinden şu şekilde açıklamıştır:

Ayşe: *“İnsanların kendilerini yetersiz gördüklerini düşünüyorum. Kendilerini eksik gördükleri için bu mecra aracılığıyla kendilerini doyurmaya çalışıyorlar. Çünkü ben hayatımda bir şeylerin tam olduğundan eminsem, arkadaşlarımdan, kendimden, çevremdeki insanların sevgisinden eminsem bu paylaşımları yapmam. Başka insanların özel hayatını bilmelerine gerek yoktur. Ben özel hayatımı yakın olduğum insanlara anlatırım. Herkese açık olan bir mecra bu paylaşımları yapmam. Bu tarz paylaşım yapan insanların kendilerini eksik gördüklerine inanıyorum. Şu an mesela en çok popüler olan paylaşım çocuklar üzerinden yapılan paylaşımlardır. Bu paylaşımlarda amaç insanların dikkatini çekerek sosyal medya ortamında ünlü olmaktır. Daha dün haberlerde düzensiz saç kökü sendromu rahatsızlığı olan bir çocuk gördüm. Ailesi bu rahatsızlığa sahip olan çocuğunu sosyal medya üzerinden kullanarak prim yapmaya çalışıyor. Çocuğun ileri ki zamanda yaşayacağı psikolojik travmalara aldırış etmeden yapılan bu paylaşımlara karşıyım. İnsanlar popüler olmak veya kendilerini eksik gördükleri için bu tür paylaşımlar yaptıklarına inanıyorum.”*

Araştırmaya katılan 8 görüşmeci ise esasen özel hayatın paylaşılmasına karşı olduklarını belirtmiş fakat bu tür paylaşımları yapan insanlara saygı duyduklarının altını çizmiştir. Onlara göre insanların özel hayatlarını paylaşması kendi iradeleriyle yaptıkları bir eylem olduğundan tepki verilmemelidir. Bazıları bu durum hakkındaki fikirlerini şöyle aktarmıştır:

Selim: “Yani şahsen hoş karşılamıyorum ama saygı duyuyorum. En yakın akrabalarım bile bu tür paylaşımlar yapıyor. Yani yaptıkları paylaşımları onaylamıyorum ama saygı duyarım. Neden bu tür paylaşımlar yapıyorsunuz diye kimseyi eleştirmem. Bu davranış onların hür iradesinin bir sonucu.”

Ali: “Her insan bir değil. Evet, ben özel hayatın paylaşılmasına karşıyım. Başkaları bunu yapıyorsa onlara da saygı duyarım. Neden özel hayatlarıyla ilgili bilgileri paylaşıyorlar diye yadırgamam. Herkesin kendi düşüncesi ve hayatı kendine özeldir.”

Görüşmecilerden Mehmet Ali ve Meryem insanların günümüz şartlarında özel hayatla ilgili paylaşımlarda bulunulmasını normal olarak nitelemektedir. Bu duruma rağmen kendileri özel hayatlarıyla alakalı paylaşım yapmaktan kaçındıkları kaydetmişlerdir.

Mehmet Ali: “Yani görmemek mümkün değil. Kişinin kendi tercihi saygı duyuyorum. Kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış bir dünyada özel hayat denen bir kavramdan söz edemeyiz. Özel hayatında sunumu insanlar arasında gayet yaygın ve normal bir şeymiş gibi yapıyor. Evet, ben paylaşmam ama başkaları paylaşırsa saygı duyarım.”

Meryem: “Günümüz şartlarında bu tür paylaşımlar gayet normal. Bu onların tercihi. Ama bazen çok aşırıya giden paylaşımlar da var. Özel hayat konusunda biraz titiz olmalıyız. Bana göre özel hayat paylaşılmamalı. Yani insan neden özel hayatının tüm detaylarını herkesle paylaşıyor. Evet, mutlu anlarımızı paylaşmamız gayet doğal. Ama detaylı bir şekilde paylaşılması bana tuhaf geliyor.”

İletişim Fakültesinde okuyan Yasemin de tıpkı Meryem gibi özel hayata dair detaylı paylaşım yapılmasını eleştirmekte ve bu tür paylaşımlarda bulunanların kendi elleriyle özgürlük alanlarını kısıtladığını iddia etmektedir.

Yasemin: “Buna illaki saygı duyarım ama insanların ayrıntılı bir şekilde özel hayatlarını paylaşımlarını yadırgıyorum. Sosyal medya ve özel hayat arasında ince bir çizgi olmalı. Özel hayat bir yere kadar bilinir olmalı. Herkes seninle ilgili bir şey biliyorsa orada bir problem var demektir. Bu tür paylaşımlar yapan insanlar kendilerine ait özgür bir alan bırakmıyor.”

Görüşmeye katılan Zafer ise özel hayatın paylaşılmasına saygı duyduğunu belirtmiştir. Ancak bu konuda sürekli paylaşım yapılmasını sinir bozucu olarak gördüğünü ve bu durumun kendisini sıktığını şu sözlerle aktarmıştır:

Zafer: “Yani onların tercihi olduğu için onlara saygı duyuyorum. Eleştirmek bana düşmez ama bazıları var gerçekten de sinir bozucu olabiliyor. Gün içerisinde ailesi veya kendisiyle ilgili şeyleri paylaşan arkadaşlarım da var. Ama bunu sürekli olarak yapıyor. Sabah uyanmalarından tutun da gece uyuyuncaya kadar sürekli olarak özel hayatını paylaşıyor. İşte bu belirli bir noktadan sonra beni sıkmaya başlıyor.”

Araştırmaya katılan bazı görüşmeciler hem sık paylaşım yapılmasını hem de insanların sevgilileriyle olan özel anlarını gösteriş amaçlı kullanmalarını eleştirerek neden böyle bir tavır içerisinde girdiklerine anlam veremediklerini şu sözlerle özetlemiştir:

Merve: “Abartıya kaçmadıkları sürece benim açımdan herhangi bir sıkıntı yok. Ama bazı arkadaşlar bu konuda baya göze batıyor. Gösteriş amaçlı sevgilileriyle ilgili anlarını sürekli olarak paylaşıyorlar.”

Batu: “Evet paylaşırsın ama sürekli göze sokarcasına paylaşmazsın. Farz edelim sürekli kız arkadaşınla fotoğraf paylaşıyorsun ve onunla ilgili yaşadığın her anı paylaşıyorsun. Bunu sürekli olarak yapıyorsun. Neden insanların senin kız arkadaşını görmesini istiyorsun? Neden başka kişiler kız arkadaşını beğensin ve yorum yapsın? İşte bu yüzden bu tür paylaşımlar bana saçma geliyor.”

Nermin: “Şöyle belirteyim özel hayatın paylaşılması konusunda karşı değilim. Fakat her şeylerini paylaşmalarına karşıyım. Sevgilimle şu an yürüyorum, kocamla alışverişte, kocişimle kahve keyfi, kaynanamla tavla oynuyorum gibi sürekli paylaşımlar yapılmasına karşıyım. Bu tür paylaşımların yapmacık ve gösteriş amaçlı yapıldığını düşünüyorum. Yani şunu yapabilirsin. Sevgilinle gezmeye gitmişsindir, yıl dönümüdür ya da doğum günüdür bu tür paylaşımları yapmanı yadırgamam. Çünkü bunlar özel anlar. Ama diğerleri öyle mi sürekli paylaşım yaparak bıktırıyorlar. Özel hayat yerinde ve kararında paylaşılmalı.”

Araştırmaya katılan 21 kişi sosyal medya ortamında özel hayatlarıyla ilgili paylaşımlar yapmadıklarını belirtmiştir. Görüşmeciler, tanımadıkları kişilerin de yer aldığı bir platform olan sosyal medyada özel hayatın paylaşılmasını doğru bulmadıklarını ifade etmiştir. Onlara göre sosyal medya ortamı güvensiz bir ortamdır. Bu ortam, kişilerin tanımadığı insanlar tarafından hesabının çalınma ihtimali, başkaları tarafından gözetlenme olasılığı, çevrelerinde oluşabilecek dedikodular gibi sorunlara neden olabilmektedir. Görüşmeye katılan sadece 2 kişi, özel hayatlarıyla ilgili olarak herhangi bir kısıtlamada bulunmadan paylaşımda bulunduklarını ifade etmiştir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin özel hayatlarını paylaşırken dikkatli davrandıkları ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle görüşmecilerin, özel hayatlarını paylaşırken detaylı veya mahremiyet sınırını aşan paylaşımlar yapmamaya özen gösterdikleri belirlenmiştir.

Görüşmeye katılan 16 kişi insanların sosyal medya ortamında özel yaşamını paylaşılmasına karşı olduğunu belirtmiştir. Zira onlara göre kendileri hakkında çok şey paylaşan insanların kontrol edilmesi kolaydır. Özel hayatın özel olarak kalması gerektiğini savunan bazı görüşmeciler, bu ortamda yapılan paylaşımların kalıcı olarak silinmesinin mümkün olmadığına inanmaktadır. Ayrıca bu kişiler özel hayatları hakkında paylaşım yapanların “kendilerini yetersiz gördüklerini” iddia etmektedir. Görüşmecilerden 14 kişi de esasen sosyal medya ortamında özel hayatın paylaşılmasına karşı olmalarına rağmen bu tür paylaşım yapanlara saygı duyduklarını ifade etmiştir. Onlara göre, insanların özel hayatlarını paylaşmaları kendi iradeleriyle yaptıkları bir eylem olduğundan tepki vermek doğru değildir. Bazı görüşmeciler, insanların günümüz şartlarında özel hayatla ilgili paylaşımlarda bulunulmasını normal olarak nitelendirirken bazı görüşmeciler ise özel hayatın detaylı paylaşılmasını eleştirmekte ve bu tür paylaşımda bulunanların kendi elleriyle özgürlük alanlarını kısıtladığını iddia etmektedir.

3.4.8. Sosyal Medyada Kimlik Sunumu

Araştırmaya katılan görüşmecilerin kimlik tanımlamalarını öğrenmek amacıyla onlara “Kimlik deyince aklınıza ne geliyor?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya görüşmecilerin benzer nitelikte cevap verdikleri görülmüştür. Zira bu kişiler kimliği insanın bütün özelliklerinin toplamı olarak gördüklerini şu cümlelerle özetlemiştir:

Helin: “Kültür, örf, adet, töre, ülke ve insana ait olan her şey kimliktir. Öğrenci olmak, aile, mensup olunan din gibi her şey birer kimliktir.”

Ayşe: “Kimlik insanı insan yapan şeyler. İnsana ait özellikler. İnsanların bende gördüğü şeylerin toplamıdır. İnsanların birbirleri hakkında düşündükleridir. İnsanı insan yapan şeylerin toplamıdır.”

Elif: “Yani kim olduğumuz. Bir nevi bizim kabuğumuz. Nerden geldiğimizi kim olduğumuzu belirten özelliklerimiz. Yani kimlik elimizde mevcut olan adımız soyadımız gibi kimlik bilgileri değil. İçten yaşadığımız ruhsal durumdan tutun da dışarıda nasıl görüldüğümüze değin tüm özelliklerimizin toplamı.”

Görüşmecilerden Zafer ise kimliği insanın karakteri, onu yansıtan hareketleri ve başkaları nezdinde bıraktığı izler olarak gördüğünü açıklamıştır.

Zafer: “*Kimlik denince aklıma benlik geliyor. Kişinin özü. Bana göre kimlik insanın karakteri, onu yansıtan hareketleri, başkaları nezdinde bıraktığı izlerin toplamıdır.*”

Ahmet ve Yakup adlı kişiler araştırmaya katılan diğer görüşmecilerden farklı olarak kimliği sosyal medya üzerinden tanımlama yoluna gitmiştir. Ahmet sosyal medyadan dolayı insanların artık kendilerine ait bir kimliklerinin olmadığını bir taklit durumunun söz konusu olduğunu iddia etmiştir. Yakup ise kimliğinin sosyal medya ortamında onu takip edenlerin kendisini nasıl tanıdığıyla yakından ilişkili olduğunu öne sürmüştür.

Ahmet: “*Bu soruya vereceğim net bir yanıt yok. Ama günümüz koşullarını da göz önüne alacak olursak insanların şu an ki kimliklerinin sosyal medya olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. Kendimize ait bir kimliğimiz yok. Sosyal medyada gördüğümüz şeyleri taklit ederek kimlik oluşturuyoruz. Yani hepimizi kimliği, sahte maskelerimizdir.*”

Yakup: “*Diğer insanların beni sosyal medyada nasıl tanıdığı geliyor. Çünkü bana göre insanın kimliği sosyal medyanın ta kendisidir. Sosyal medyada takip ettiğin kişilerin beni hangi karakterde tanıdığı geliyor. Profilim absürt mü, komik mi veya klişe mi? İşte bunların hepsi kimliktir.*”

İlahiyat Fakültesi öğrencisi Fatih kimliği bir düşünce biçimi olarak gördüğünü belirtmiştir. O, kişilerin inandığı düşünce biçiminin özellikle dini düşüncenin insanların kimliğini oluşturduğunu şu sözlerle savunmuştur:

Fatih: “*Kimlik denince aklıma düşünce biçimi geliyor. Bir insanın kimliği düşünceleridir. Kimlik denince soy sop mensubu olduğu etnik yapısı gelmemelidir. İnandığı düşünce sistemi onun kimliğidir. Özellikle de dini düşünce önemlidir. Çünkü din bir yaşam sistemidir. Kimliğin olmazsa olmazıdır.*”

Katılımcıların kendi kimliklerini nasıl tanımladıklarını öğrenmek için onlara “Siz kendinizi, kimliğinizi nasıl tanımlarsınız?” sorusu yöneltilmiştir. Görüşmecilerin büyük bir çoğunluğunun kendi kimliklerini etnik, dini ve geleneksel kimliklerinden uzak tamamen duygusal özellikler üzerinden bir tanımlama yapma yoluna gittikleri belirlenmiştir. Bazıları kendi kimliklerini şu cümlelerle özetlemiştir:

Ayşe: “Yumuşak huylu bir insanım. İnsanlara karşı çok sert olamam. Bugün sizinle çok kötü bir kavga etsem de onun bendeki etkisi en fazla iki ay sürer. Sonra ben yaşanan şeyleri unutup tekrar eski halime dönerim.”

Yakup: “Kendi kimliğimi eğlenceli, durgun ve klişe kişiliğe sahip bir birey olarak tanımlayabilirim.”

Zafer: “Sevecen bir kişiliği olan, arkadaşlarıyla iyi geçinen, güler yüzlü ve çevresiyle uyumlu olan biri.”

Merve: “Dışarıya karşı bilgi vermeyen ve içe kapanık bir kişiliğe sahibim. Arkadaşlarıyla iletişimi güzel, tanımadığı insanlarla iletişimi kapalı olan biriyim.”

Nermin: “Dışarıdan beni herkes havalı, soğuk, kaprisli ve sinirli kişiliklere sahip biri olarak görüyor. Daha sonra onlarla iletişim haline geçince, arkadaşlık kurunca; “Aaa! Sen aslında öyle biri değilmişsin.” diyorlar. Aslında görüldüğü gibi olmayan dışarıya kimliğini tam yansıtamayan biriyim.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Emrah ile Nevzat adlı görüşmeciler okudukları bölümle doğru orantılı olarak kendi kimliklerini tanımlarken estetik kaygıları olan üretmeyi seven sanatçı bir yapıya (kimliğe) vurgu yapmıştır.

Emrah: “Ben sıradan bir adamım. Kendi mesleğime uygun bir kimliğe sahip olduğuma inanıyorum. Kişilik olarak estetik kaygıları olan bir grafikerim. Sanatçı bir kimliğim var.”

Nevzat: “Sanat açısından bir şey üretmeye çalışan bir birey. Sanatçı kimliği olan üretmeyi seven biriyim.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Fatih ve Yasir diğer katılımcıların aksine kimlik tanımlamasında bulunurken kişilik özelliklerinden bahsetmemiştir. Onlar kendi kimliklerini tanımlarken dini inanışlarını ön planda sunmuşlardır.

Fatih: “Müslüman bir kimliğe sahibim. Ne radikal ne de pasif bir Müslüman değilim. Orta halli bir Müslüman.”

Yasir: “Dindar bir kimliğim var. Çevremdeki insanlarda bu kimlikle beni tanır ve ben bu kimliğimle hayatımı devam ederim.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Aysel, kendisinin geleneksel değerlere sahip muhafazakâr bir kimliğe sahip olduğunun altını çizmiştir. Yaşamını da bu kimlik doğrultusunda yaşandığını vurgulayan Aysel şunları söylemiştir:

Aysel: “Ben muhafazakâr bir kimliğe sahip bir insanım. Aile yaşamımda geleneklerimize uygun büyütüldüm. Geleneklerine bağlı ve hayatını da muhafazakâr bir şekilde yaşamaya çalışan bir bireyim.”

Görüşmeye katılan Elif, çok kültürlü bir yapı içinde yetiştiğini söyleyerek bu durumu bir zenginlik olarak gördüğünü vurgulamıştır. Dolayısıyla kendi kimliğini tanımlarken hümanist kavramına vurgu yapmıştır.

Elif: “Benim kimliğim çok kültürlülükle harmanlanmış durumda. Mesela ben Konya’da doğdum ayrıca aslen de Diyarbakırlıyım. Bu iki şehir kültürel olarak birbirlerine zıtlar. İşte bu yüzden ailem ve çevremde etnik olarak çok farklılıklar yaşadım. Aslında zıtlık gibi görünen durum benim için bir zenginlik. Çok kültürlü bir zenginlik. İşte bu yüzden ben insanlığa inanıyorum. Benim için kimlik Hümanizme ve insana inanmaktır.”

Görüşmeye katılan dört kişi nasıl bir kimliğe sahip olduklarını kendilerinin bile bilmedikleri söyleyerek bir tanımlama yapamayacaklarını ifade etmiştir.

Ahmet: “Şuan 24 yaşındayım ben bile kendimi hala çözemedim.”

Zeynep: “Ne yazık ki tam bir tanım yapamamam.”

Ecrin: “Hangi kimliğe sahip olduğumu bilmiyorum.”

Helin: “Kimliğim hakkında bir bilgiye sahip değilim.”

Görüşmecilere “Sosyal medya ortamında kimliğinizi gizlemeden ortaya koyuyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere 21 kişi (11 erkek 10 kadın) sosyal medya ortamında kendi kimliklerini gizlemeden sunduklarını belirtmiştir. Sosyal medyada kimliklerini net bir şekilde sunma yoluna gitmeyen kişi sayısı 9’dur (5 kadın 4 erkek). Bu da gösteriyor ki görüşmecilerin büyük çoğunluğu sosyal medya hesaplarında gerçek kimlikleriyle varlık göstermeye çalışmaktadır. Fakülteler bazında incelendiğinde Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (8 kişi- 5 erkek 3 kadın) ve İlahiyat Fakültesi okuyan öğrencilerin (8 kişi- 4 kadın 4 erkek) İletişim Fakültesinde (5 kişi- 3 kadın 2 erkek) okuyanlara oranla sosyal medya ortamında kimliklerini daha az gizleyerek sundukları ortaya çıkmıştır.

Tablo 21: Sosyal medya ortamında kimliğinizi gizlemeden ortaya koyuyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	3	2
	Erkek	5	-
İlahiyat	Kadın	4	1
	Erkek	4	1
İletişim	Kadın	3	2
	Erkek	2	3
Toplam		21	9

Görüşmecilerden 21'i sosyal medya ortamında kimliklerini gizlemeden sunduklarını söylemiştir. Bu görüşmeciler bunu yapmaktaki amaçlarının takipçisi olan arkadaşlarının kendileri hakkında daha fazla bilgi edinmesini sağlamak olduğunu belirtmiştir. Özellikle paylaştıkları fotoğraf, müzik, özlü sözler ya da farklı görsellerle kendi kimliklerini yansıtmak amacıyla çaba harcadıklarının altını çizmişlerdir.

Görüşmeye katılan Selim sözel olarak kimliğin sosyal medya hesabında sunulamayacağını iddia ederek bu nedenle fotoğraflarla kendi kimliğini sunduğunu vurgulamıştır.

Selim: “Yani sözel olarak sosyal medyada kimliğinizi tam olarak ifade edemezsiniz. Ancak fotoğraf gibi paylaşımlarla kimliğinizi karşıdaki insanlara sezdirebilirsiniz. Mesela ben paylaştığım tüm fotoğraflarda hep gülümsediğim görseller oluyor. Bu fotoğrafı gören insanlar kimliğimin bir parçası olan kişiliğimin sevecen bir yapıda olduğunu anlar.”

Görüşmeye katılan Zeynep, hem kişisel bilgilerine sosyal medya hesabında yer verdiğini hem de yapmış olduğu şarkı, özlü sözler gibi paylaşımlarla insanların kendi kimliği hakkında çıkarımlar yapması sağladığını söylemiştir.

Zeynep: “Adım, soyadım ve memleketim bellidir. Ayrıca yaptığım paylaşımlar kimliğime uygun paylaşımlardır. Mesela bir şarkı paylaşmam ya da önemli bir insanın sözünü paylaşmam kimliğimle yakından ilişkilidir. Kimliğime yakın olan şarkıcının şarkısını paylaşır, fikri benim kimliğime hitap eden bir yazarın cümlesini paylaşırım. Sosyal medya ortamında beni takip eden arkadaşlar yaptığım paylaşımları görerek kimliğimle ilgili çıkarımda bulunabilir.”

Bazı görüşmeciler sosyal medya ortamında tanımadığı insanların var olması, güven konusunda sıkıntılar yaşayabilme olasılığı nedeniyle kimlikleriyle ilgili bilgileri kısmen paylaştıklarını dile getirmiştir.

Yasemin: “Sosyal medyada insanların benimle ilgili bilmesini istediğim kadar bilgiye sahip olsunlar diye kimliğimi kısmen yansıtırım. Yani bu ortamda herkesi tanımiyorum ve profilime girenleri seçemediğimden dolayı kimliğimi yansıtmada konusunda bazı çekincelerim var. İşte bu yüzden kimliği sosyal medyada kısmen yansıtırım.”

Batu: “Sosyal medyada gerçek kimliğini kullanmayabilirsin. Sosyal medyada bir kişiyi ne kadar tanıyabilirsin ki. Gerçek kimliğini gerçek kişiliğini bilemezsin. Ama ben dürüstlüğü çok önem verdiğimden dolayı kimliğimi de bu platforma da saklamam kısmen de olsa paylaşıyorum. Kişiliğim ve kimliğimi olduğu gibi yansıtan paylaşımlar yaparım. İnsanlar paylaşımına bakıp hemen kimliğim hakkında ipucu elde eder.”

Yakup: “Direkt benim kimliğim bu demem. Sadece genel bilgilerimin yanında nelerden hoşlanıp hoşlanmadığımı ilgili paylaşımlarda bulunurum. Sosyal medyada kimliğimde gizlilik vardır. Yani yüzeysel bir kimlik sunumu yaparım.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Aysel, muhafazakâr bir kimliğe sahip olduğunu belirterek bu nedenle sosyal medya hesabında kendi fotoğrafını kullanmadığını söylemiştir. Arkadaşlarının da bu durumdan bir çıkarım yaparak onun nasıl biri olduğunu az çok anlayabileceğini iddia etmiştir.

Aysel: “Muhafazakâr bir kimliğe sahibim. Fakat sosyal medyada bakın ben muhafazakâr bir kimliğe sahibim demiyorum. Ama yaptığım paylaşımlar kimliğim ve düşüncelerimde izler taşır. Mesela ben sosyal medya hesaplarımın hiçbirinde kendi fotoğrafımı kullanmam. Bunu gören diğer arkadaşlarım az çok neden fotoğraf kullanmadığımı anlar. Bakın görüyor musunuz yapmadığım bir paylaşımda bile kimliğimi insanlara sezdirebiliyorum.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Fatih Müslüman kimliğine sahip olmasına rağmen bunu sosyal medyada paylaşmak istemediğini vurgulamıştır. Kimliğinin ona ait bir şey olduğunu kaydeden Fatih bunu nedenle daha çok sanatsal içerikli paylaşımlar yapmayı tercih ettiğini açıklamıştır.

Fatih: “Yani sosyal medyada kimliğimi ortaya koymuyorum. Mesela ben Müslüman kimliğine mensup bir insanım. Ama sosyal medya ortamında bu kimliğimi ortaya koymuyorum Daha çok sanatsal içerikler paylaşıyorum. Kimliğim bana aittir sanal bir ortamda paylaşmam.”

Görüşmeye katılan Hülya ise sosyal medya ortamında kendi kimliğini yansıtmadığını mutlu olduğu izlenimi vererek kurgusal bir kimlik sunduğunu

söylemiştir. Öyle ki gerçek kimliği ile sosyal medyadaki kimliği arasında dağlar kadar fark olduğuna vurgu yapmıştır.

Hülya: “Sosyal medyada genelde güler yüzlü, cana yakın ve sürekli enerjik bir insana ait paylaşımlar yapıyorum. Ama gerçek hayata öyle bir şey yok. Aslında çok yorgun bir insanım. Yani aslına bakarsanız mevcut olan kimliğimi değil, insanların bende görmesini istediğim kimliği kurgulayarak sunuyorum. Aslında sosyal medyada yapmacık davranıyorum. Sosyal medyada yansıtılan kimlik ile gerçek kimlik arasında dağlar kadar fark var.”

Hülyanın yaptığı davranışın aksine Nermin sosyal medya üzerinde kendi kimliğiyle ilgili gerçekleri sunmaya çalıştığını söylemiştir. Özellikle sosyal medyanın hikaye bölümünde paylaştığını film, müzik vs. unsurlarla kendi kimliğini dürüst bir şekilde yansıtma yoluna gittiğinin altını çizmiştir. Başkalarına güzel görünmek için paylaşımda bulunanları eleştiren Nermin bu konudaki görüşlerini şu şekilde aktarmıştır:

Nermin: “Sosyal medyada kimliğimi attığım hikâyelerden ortaya koyuyorum. Kendi sevdiğim ve hoşlandığım şeyleri hikâyelerimde paylaşıyorum. Mesela sevdiğim müziği, filmleri paylaşıyorum. Mesela geçenlerde Marvel filmine gitmişim. Sinemada filmin bir sahnesini çekip sosyal medya hesabımda paylaşmışım. Dışarıda biri bunu izleyince bak Marvel filmini izlemeye gitmiş kesin bilimkurgu filmlerini seviyor çıkarımına ulaşır. İşte bu tür paylaşımlar kişiliğimden, dolayısıyla kimliğimden izler taşır. Bu tür paylaşımları gören insanlar hangi kimliğe yakın olduğu mu sezebilir. Bazı insanlar kimliklerini saklayarak paylaşım yapmaktadır. Mesela sevmediği bir şarkıyı sırf toplum seviyor diye paylaşan insanlar var. Bunu yapmaktaki amaçları toplum tarafından ötelenmemek ve toplumda yer edinmek içindir. Ben asla öyle bir şey yapmam. Kimliğim neyse ondan izler taşıyan paylaşımlar yaparım. Sosyal medyada sahte kimlik kullanmıyorum. Kullananlarda tasvip etmiyorum.”

Görüşmecilerden 9’u ise kendi kimliklerinin önemli bir parçası olan siyasi ve dini görüşlerini sosyal medyada birtakım tartışmalar yaşamamak ya da kendilerini zor duruma düşürmemek amacıyla sanal ortamda yapmadıklarını ifade etmiştir. Helin bu durumu şöyle özetlemiştir:

Helin: “Sosyal medyada kimliğimi yansıtmam. Siyasi, dini konularda tartışmalara girmemek için bu tür paylaşımlara yer vermiyorum. Siyaset ve din benim kimliğimin en önemli parçası olduğunu düşünürsek evet kimliğimi sosyal medya üzerinden yansıtmam.”

Yumuşak huylu ve iyi niyetli olmasının suistimale açık olması nedeniyle Aysel gerçek kimliğini sadece ona yakın olan insanların bilmesine izin verdiğini dolayısıyla sanal ortamda daha mesafeli bir tutum içerisine girdiğini vurgulamıştır.

Ayşe: “Gerçek kimliği sadece bana yakın olan insanlar biliyor. Mesela yumuşak huylu bir kişiliğe sahip olduğumu. Sosyal medyada tanımadığım ama hesabımda ekli olanlar var ve ben onlara karşı belirli bir mesafe koyuyorum. Onlara karşı kimliğimi gizlerim. Yumuşak huylu, iyi niyetli gibi kişilik özelliklerimi yakın çevrem suistimal etmez. Ama sosyal medyada tanımadığım insanlar bu bilgilerden yola çıkarak beni suistimal edebilirler. İşte bu yüzden bana karşı kullanabilecekleri koz vermemek için ben de kimliğimi gizlemeyi tercih ediyorum.”

İçe kapanık olması nedeniyle kimliğiyle ilgili paylaşımlar yapmadığını belirten Meryem, sosyal medyayı kimliğiyle ilgili paylaşımlar yapmak için değil, bilgi yaymak ve bilgi elde etmek için kullandığını belirtmiştir:

Meryem: “Sosyal medyada genelde kimliğime ait bilgilere pek yer vermem. Yani bu karakterimle ilgili bir şey. Çok üzüldüğüm zamanlarda bile kimseyle bir şey paylaşmam. Bundan dolayı da günlük hayatımda olduğu gibi sosyal medyada da içe kapanığım. Sadece bilgi yaymak ve bilgi elde etmek için sosyal medyayı kullanıyorum.”

Görüşmeye katılan 26 kişi kendilerine ait birer kimlik tanımlaması yapmıştır. Onlara göre kimlik; kişilik, karakteristik özellikler ve insanların onlar hakkında yaptıkları yorumlardan oluşmaktadır. Şaşırtıcı bir şekilde çoğu katılımcı kendi kimliklerini tanımlarken milli, dini ve geleneksel yapıyla ilgili bilgilere yer vermemiştir. Araştırmaya katılan yalnızca iki kişi kimliği tanımlarken mensubu olunan dinin etkisinden bahsetmiştir. Görüşmeye katılan 4 kişi ise kendilerine ait bir kimlik tanımlaması yapmamıştır. Bazı görüşmecilerin sosyal medya üzerinden bir tanımlama yapma yoluna gitmesi şaşırtıcı bir durum olarak ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan 21 görüşmeci, sosyal medya hesaplarında kimliklerinden izler taşıyan paylaşımlar yaptığını vurgulamıştır. Araştırmaya katılan 9 görüşmeci ise sosyal medya ortamında kimliklerinden izler taşıyan paylaşımlar yapmadığını söylemiştir. Görüşmecilerin büyük bir çoğunluğu kimliklerinin bir parçası olmasına rağmen insanlarla siyasi ve dini konularda bir takım tartışmaların içerisine girmemek ya da kendileriyle ilgili bu tür bilgilerin kötü niyetli kimseler tarafından kullanılmasına engel olmak için siyasi ve dini paylaşımlar yapmadıklarını söylemiştir. Bu bağlamda gençlerin sorun yaşamamak adına dini ve siyasi kimliklerini geri planda tutarak kendi karakterleriyle alakalı sevecen, neşeli gibi kişilik özelliklerini ön planda sundukları belirlenmiştir. Dolayısıyla görüşmecilerin kendi kimliklerini kısmen sosyal medyada sundukları söylenebilir.

3.4.9. Sosyal Medya Ortamında Milli Kimliğin Sunumu

Sosyal medya kullanan görüşmecilerin bu platform vasıtasıyla milliyetçi kimliğin yansıması olan sembolleri kullanıp kullanmadıklarını öğrenmek için onlara “Sosyal medya hesabınızda bayrak, flama, tuğra gibi semboller kullanmayı tercih ediyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tablodan anlaşılabileceği üzere araştırmaya katılan 20 kişinin (10 kadın 10 erkek) kendi hesaplarında bayrak, flama, tuğra gibi sembolleri kullanmadıkları ortaya çıkmıştır. Sosyal medya hesaplarında bu sembolleri kullananların sayısı 10’dur (5 kadın 5 erkek). Ayrıca fakülte bazında değerlendirildiğinde İlahiyat Fakültesindeki öğrencilerinin (6 kişi - 3 kadın 3 erkek) diğer fakültelere kıyasla hesaplarında bayrak, flama, tuğra gibi sembolleri daha fazla kullandıkları söylenebilir. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (8 kişi- 4 kadın 4 erkek) ile İletişim Fakültesi öğrencilerinin (8 kişi- 4 erkek 4 kadın) sosyal medya hesaplarında bu sembolleri daha az kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 22: Sosyal medya hesabınızda bayrak, flama, tuğra gibi semboller kullanmayı mı tercih ediyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	1	4
	Erkek	1	4
İlahiyat	Kadın	3	2
	Erkek	3	2
İletişim	Kadın	1	4
	Erkek	1	4
Toplam		10	20

Görüşmecilerden 20’si sosyal medya hesaplarında bayrak, flama, tuğra gibi sembolleri kullanmayı tercih etmediklerini açıklamıştır. Görüşmecilerin çoğunluğu bu sembollerin siyasi yöne çekilebileceği ya da gösteriş olarak algılanabileceği için bu tür paylaşımlar yapmadıklarına vurgu yapmıştır. Bazı görüşmeciler bu tür sembollerin sanal bir ortamda paylaşılmasının gerçek hayatta olduğu kadar anlamlı bulmadıkları için paylaşma yoluna gitmediklerini ifade etmiştir.

Görüşmeye katılan Ahmet, bayrak, flama ve tuğra gibi sembolleri kutsal olarak nitelendirdiğini dolayısıyla sosyal medyada bunların kullanılmasını doğru bulmadığını şu sözlerle aktarmıştır:

Ahmet: “Kendi fotoğrafımı kullanmayı tercih ederim. Bayrak flama tuğra gibi sembollerin sosyal medya hesaplarında bir araç olarak kullanılmasına karşıyım. Bana göre bunlar kutsal şeyler ve bunların sosyal medyada bir araç gibi kullanılmasını istemiyorum.”

İletişim Fakültesinde okuyan Murat, bu tür sembolleri sosyal medyada paylaşılmasıyla kendi etnik yapısına bir katkı sağlamadığını işaret ederek bu tür paylaşımları anlamsız bulduğunu söylemiştir.

Murat: “Kendi fotoğrafımı kullanıyorum. Bayrak, tuğra gibi sembolleri kullanmak benim hoşuma gitmiyor. Yani sonuç olarak benim ne olduğum belli. Türksem Türküm. Sosyal medya üzerinde bayrak, flama gibi şeyleri paylaşmak anlamsız. Bu tür paylaşımlar ne benim Türklüğümü arttırır ne de eksiltir.”

Görüşmeye katılan Hülya, bir ara bu tür sembolleri paylaşmak istediğini fakat daha sonra bu düşüncesinden vazgeçtiğini belirtmiştir. Bu tür paylaşım yapanların aşırıya kaçtığını vurgulayan Hülya bu sembollerin insanlar tarafından siyasi bir obje olarak nitelendirildiği için bu tür paylaşımlar yapmaktan kaçındığı şöyle özetlemiştir:

Hülya: “Yani ben de bu tür sembolleri kullanmayı bir ara düşünmüştüm ama sonra vazgeçtim. Bu semboller genelde insanlar tarafından siyasi bir obje olarak görünmektedir. Bu tür paylaşımlar yapan insanlar aşırıya kaçıyorlar. Belirli bir noktadan sonra bu tür paylaşımlar insanı sıkmaya başlıyor. İşte bu yüzden aşırıya kaçmamak için sadece kendi fotoğrafımı kullanmayı tercih ediyorum.”

Görüşmeye katılan Merve, sosyal medyada bayrak, flama vs. içeriklerin paylaşılmasını doğru bulmadığını söyleyerek bu tür paylaşımları gösterişe kaçmak olarak nitelendirmektedir. Bu nedenle sosyal medyada sadece kendi fotoğrafını paylaştığını söylemiştir.

Merve: “Sadece kendi fotoğraflarımı kullanmayı tercih ediyorum. Tuğra, bayrak gibi semboller içten yaşanması gereken şeylerdir. Yani sosyal medya üzerinden paylaşarak göstermenin bir anlamı yok. Zaten bu tür paylaşımlar gösterişe kaçıyor. Ben de gösterişi sevmediğim için bu tür içerikleri paylaşmıyorum. İşte bu yüzden sadece kendi fotoğraflarımı paylaşıyorum.”

Görüşmecilerden sadece 10’u ise sosyal medya hesaplarında bayrak, tuğra vb. sembolleri paylaşmayı tercih ettiklerini söylemiştir. Onlara göre bu semboller milli

kimliğin bir yansıması olduğu için paylaşılmasında herhangi bir sakınca söz konusu değildir. Bazı görüşmeciler özellikle ülke gündemini derinden etkileyen olaylarda milliyetçi kimliklerini bu tür paylaşımlarla vurgulamak istedikleri için bunları kullandıklarını açıklamıştır.

Selim: “Hepsini kullanırım. Yani bu semboller benim için güzel bir çağrışıma sahip. Yani bayrak, tuğra gibi sembolleri kullanmamın nedeni milliyetçiliğimden kaynaklanıyor. Bu tür paylaşımlar zaten milliyetçi kimliğimle alakalı.”

Yasir: “Yani bu semboller benim milliyetçi kimliğimi yansıtan şeydir. Bana göre bu tür paylaşımlar vatan sevgisi ve vatan duygusunun bir yansımasıdır. Bende vatan sevgisi olduğu için bu tür sembolleri sosyal medya hesabımda paylaşıyorum.”

Ebru: “Çok nadir de olsa kullanıyorum. Ülkem için özel bir gün olduğunda sevincimi ve hüznümü paylaşma gereği duyarım. İşte bu yüzden benim ve ülkem için özel anlam taşıyan günlerde bu sembolleri paylaşıyorum.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Meryem sosyal medya hesabında bayrak, flama gibi sembolleri paylaşarak insanlara kimliği ve ideolojisi hakkında bilgi verdiğinin altını çizmiştir.

Meryem: “Evet kullandım ve kullanıyorum. Kullandığım bu semboller benim düşüncemi ve kimliğimi yansıtıyor. Mesela ülkemde terör olayı olduğunda tepki vermek adına bayrak paylaşıyorum. Yani insanlara kendimi belli ederim. Bu sembolleri kullanarak bakın ben bu ideolojiye yakınım derim.”

Görüşmeye katılan Zeynep normal şartlarda bu tür paylaşımlar yapmadığını dile getirmiştir. Ülkenin en kötü günü olarak tarif ettiği 15 Temmuz Darbe Girişimi’ne ve Uygur Türklerine yapılanlara sessiz kalmamak adına sosyal medya ortamında bu tür paylaşımlarda bulunduğunu söylemiştir.

Zeynep: “Normalde bu tür paylaşımlar yapmıyorum. Fakat 15 Temmuz darbe girişimini atlatmış bir nesil var karşınızda. Ülkemin en kötü zamanında bu tür paylaşımlara yer verdim. Yani o gün o paylaşımı yapmasaydım kendimi kötü hissederdim. Bir bayrak paylaşarak ülkem bu zor gününde yanında olduğumu gösteririm. Ayrıca Uygur Türkleri için de bu sembolleri kullanarak paylaşımlar yaptım.”

Katılımcılara “Sosyal medya hesabınızda kendi fotoğrafınızı mı yoksa bayrak, flama, tuğra gibi semboller kullanmayı mı tercih ediyorsunuz? “Tercih ediyorsanız eğer bunları ne sıklıkla ve hangi zamanlarda yapıyorsunuz?” diye sorulmuştur. Görüşmeye katılan 10 kişi (5 kadın 5 erkek) profil fotoğrafı olarak bu sembolleri tercih ettiğini açıklamıştır. Bu kişiler özellikle vatan sevgisi ve milliyetçi duyguların ön plana

çıktığı günlerde bu tür paylaşımlar yaptıklarını belirtmiştir. Bazı görüşmeciler ülke için özel anlam içeren '30 Ağustos Zafer Bayramı' 'Cumhuriyet Bayramı' gibi milli bayramlarda profillerinde bayrak görseli kullandıklarını açıklarken bazıları ise özellikle şehit haberlerini duyunca tepkilerini göstermek amacıyla bunu yaptıklarını ifade etmiştir.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin Türkiye’de meydana gelen bir terör olayına tepki vermek adına hesaplarında paylaşım yapıp yapmadıklarını öğrenmek için onlara, “Türkiye’de meydana gelen terör olayına tepki vermek adına sosyal medya hesabınızda paylaşım yapıyor musunuz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere 21 kişi (12 kadın 9 erkek) sosyal medya hesaplarında terör olayına tepki göstermek amacıyla paylaşımda bulundukları açıklamıştır. Bu bağlamda paylaşım yapmadığını söyleyen kişi sayısı 9’dur (6 erkek 3 kadın). Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (6 kişi- 4 kadın 2 erkek), İlahiyat Fakültesi (8 kişi- 4 kadın 4 erkek) ve İletişim Fakültesinde okuyan (7 kişi- 4 kadın 3 erkek) öğrencilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde bu soruya verilen cevapların birbirine çok yakın olduğu görülmüştür.

Tablo 23: Türkiye’de meydana gelen bir terör olayına tepki vermek adına sosyal medya hesabınızda paylaşım yapıyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	4	1
	Erkek	2	3
İlahiyat	Kadın	4	1
	Erkek	4	1
İletişim	Kadın	4	1
	Erkek	3	2
Toplam		21	9

Görüşmecilerin 21’i Türkiye’de meydana gelen terör olayına tepki göstermek için sosyal medya hesaplarında paylaşım yaptıklarını vurgulayarak çoğunlukla “benim vatanım” “benim insanım” ifadelerini kullanarak bu terör saldırılarına karşı sessiz kalamayacaklarına vurgu yapmıştır.

Zafer: “Yani, vatanım söz konusu olunca sessiz kalamam. Terör saldırılarından sonra çok yoğun bir şekilde birlik ve beraberlik duygusu oluşuyor. İşte bu yüzden paylaşım yapma gereksinimini duyuyorum.”

Cengiz: “Huzurumuzu bozacak ve insanların ölümüne neden olacak bir olayı tasvip etmediğim için elbette tepkimi dile getiririm. Burası benim vatanım sessiz kalamam!”

Selim: “Yani mevzu bahis vatansa tabii ki de paylaşım yapıyorum. Yani saldırı benim ülkeme ve benim insanıma yapılmış. Dünyada meydana gelen terör olaylarına verdiğim tepkinin bir üst seviyesinde tepki veririm. Aynı havayı soluyup aynı suyu içtiğim insanlar ölüyor. Bu saldırıya maruz kalan direkt benim.”

Aysel: “Tepkimi ortaya koyarım. Vatanımda meydana gelmiş bir olay var. İnsanlar bu olay neticesinde zarar görüyor. Bu durum karşısında tepkisiz kalamam. Sonuçta bu terör olayı. İnsanlarda belirtili bir duyarlılık oluşturmak adına bu tür paylaşımlar yapılmalıdır.”

Meryem: “Vatanıma karşı bölücü her türlü eylemi protesto ederim. Bu olaylara sessiz kalmam düşünülemez. Tepkimi dile getirmek ülkem yanına olduğumu göstermek için bu tür paylaşımları yapıyorum. Sonuç olarak bu tür terör olaylarında tarafımı belirtmek için tepkimi dile getiririm.”

Meryem’in yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun sosyal medya üzerinden teröre karşı tepki vererek ülkesinin yanına olduğu ve tarafını belli etmeye çalıştığı anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan 9 kişi ise Türkiye’de meydana gelen bir terör olayına karşı sosyal medya hesaplarında tepki göstermek amacıyla herhangi bir paylaşımında bulunmadıklarını söylemiştir. Onlara göre bu tür saldırılarda tepkinin verileceği yer sanal ortam olmamalıdır. Zira bu görüşmeciler gerçek bir ortamda teröre karşı tepki verilmesi gerektiğini savunarak bir eylem içerisine girmek gerektiğine vurgu yapmaktadır. Fatih adlı görüşmeci bu konuyla ilgili olan fikrini şöyle açıklamıştır:

Fatih: “Hiçbir zaman yapmadım. Bence sosyal medya üzerinden yapılan tepki gerçek bir tepki değil. Bana göre bu tepki sanal bir tepki. İnsan ifade ettiği bir şeyi eyleme dökmeye zaman orada bir çelişki var demektir. İnsanlar sosyal medyada paylaşım yapıyor ama eyleme dökmüyor. Bu da bir nevi samimiyetsiz davrandıklarını gösteriyor. İşte bu yüzden bana göre tepkinin verileceği yer sosyal medya değildir.”

Görüşmeye katılan Yusuf da sosyal medya hesabında tepki vermek yerine somut adımlar atmaya tercih ettiğini vurgulamıştır. Zira o sadece sosyal medya üzerinden gösterilen tepkileri gösteriş yapma olarak nitelendirmektedir.

Yusuf: “Paylaşım yapmam ama toplumsal olarak neye ihtiyaç varsa onu yerine getirmeye çalışırım. Kana mı ihtiyaç var hemen gidip kan veririm. Ya da başka neye

ihtiyaç varsa. Yani sosyal medyada tepki vermek bana gösteriş gibi geliyor. Somut bir davranış içerisine girmekten aciz olanlar tarafında kullanılan bir yöntemdir.”

Sosyal medya ortamında verilen tepkinin somut geri dönüşünün olmadığına inanan Merve, bu tür paylaşımların sadece vicdanı rahatlatmak için yapıldığını düşünmektedir.

Merve: *“Hayır yapmadım. Yani sosyal medyada yapılan tepkinin somut bir geri dönüşümü yok. Bu tür paylaşımlar vicdan rahatlatmak için yapılan paylaşımlardır. Sosyal medya üzerinde paylaşım yapılacağına fiziksel bir yardımda bulunurum. Teröre karşı ayaklanıp isyan edersek terör biter. Sosyal medya üzerinde paylaşınca hiçbir şey değişmiyor.”*

Görüşmeye katılan Nermin ise diğer görüşmecilerin aksine bu tür paylaşımlar yapmama sebebini siyasi nedenlere bağlamaktadır. Zira o bu tür paylaşımlar nedeniyle fişlenebileceğini düşünmekte gelecekte memur olma konusunda sorun yaşayabileceğine inanmaktadır. Nermin bu konudaki fikrini bir örnek üzerinden şöyle aktarmıştır:

Nermin: *“Hayır paylaşım yapmam. Mesela gezi olaylarından yolla çıkalım. Mesela gezicileri desteklesem bak gezicileri destekliyor derler. Polisi desteklesem hükümeti destekliyor derler. Ben de herhangi birine taraf olmamak için sessiz kalmayı tercih ediyorum. Yani bu tür paylaşımlar daha sonra karşıma çıkabilir. Memur olmayı düşünen biriym emin olun yarın bu terör olayını kınadım diye beni işe bile almayabilirler. Ülkemizde bu tür konularda tepki göstermek başımızın yanmasına neden olabiliyor.”*

Türkiye’de meydana gelen bir terör olayına tepki vermek adına sosyal medyada paylaşım yapan kişilere “Ne tür paylaşımlarda bulunuyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Görüşmecilerin çoğunluğu terörü lanetleyen içeriğe sahip olan yazı, video, fotoğraf ve çeşitli görseller paylaştıklarını açıklamıştır.

Yasir: *“Paylaşımım terörü ret eden ve lanetleyen içeriklere sahiptir. Ayrıca bu tür terör olaylarını destekleyenlere yönelik bir yazı paylaşımım.”*

Ahmet: *“Bu tür terör olaylarını kınamaya yönelik yazı paylaşımım.”:*

Hülya: *“Yani tepkimi dile getirmek, farkındalık yaratmak için özellikle bir görsel seçerim. Yani bu terörü lanetleyen bir yazı da olabilir. Durumumda ve profilimde bunu paylaşımım.”*

Cengiz: *“Terör olayıyla ilgili görsel, video ya da bir yazı paylaşımım. Ortak tema ise terörü lanetlemektir.”*

Ali: “Arka fonu siyah olan bir fotoğraf paylaşıyorum. Fotoğrafın içerisinde beyaz bir yazıyla tepkimi dile getirecek cümleler yazıyorum. Bunu yapmaktaki amacım, bu görsel sayesinde terör olayına dikkat çekmektir.”

Kendisini geleceğin sanatçı adayı olarak gören Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan Emel adlı görüşmeci bu nedenle sadece Türkiye’de değil, dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen terör saldırılarını kınayacağını ve mağdur insanların yanında yer aldığını şu sözlerle açıklamıştır:

Emel: “Terörü kınayarak halkımın yanında olduğumu belli edecek paylaşımlar yaparım. Bu da genelde yazı içerikli bir paylaşım olur. Zaten geleceğin sanatçı adayıyım. Sanatçı olmak duyarlı olmak demektir. Sadece Türkiye’de değil dünyanın hangi yerinde olursa olsun bu tür saldırıları kınar, terör mağdurlarının yanında olduğumu belli ederim.”

Görüşmeye katılan Mehmet Ali ise kendisinin bizzat bir paylaşım içeriği oluşturmak yerine başkaları tarafından en fazla paylaşımı yapılanları kullanmayı tercih ettiğini söylemiştir. Ayrıca o, bu paylaşımlarında hashtag kullanarak dünyadaki herkesin onun tepkisi görmesini sağlayıp teröre karşı başka insanlarla beraber tek ses olmayı hedeflediğini vurgulamıştır.

Mehmet Ali: “Kendim oluşturduğum bir paylaşım yok. Başkaları tarafından en çok paylaşılan içeriği ben de paylaşıyorum. Hashtag kullanarak dünyadaki herkesin verdiğim tepkiyi görmesini sağlarım. Yani bu şekilde tek ses oluruz. Terörü durduramazsak bile birlik ve beraberlik içerisinde olduğumuzu gösteririz.”

Görüşmeciler “Dünyada meydana gelen bir terör olayına tepki vermek adına sosyal medya hesabınızda paylaşım yapıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere araştırmaya katılan 18 kişinin (10 kadın 8 erkek) dünyada meydana gelen terör olaylarına tepki vermek için sosyal medya hesaplarında paylaşım yaptıklarını söyledikleri görülmüştür. Sosyal medya hesaplarında dünyada meydana gelen terör olayına tepki vermeyenlerin sayısı ise 12’dir (7 erkek 5 kadın). Bu oranlardan yola çıkarak görüşmecilerin, dünyada meydana gelen terör olaylarına da sosyal medya hesaplarında tepki verdikleri görülmektedir. İlahiyat Fakültesi (7 kişi- 4 erkek 3 kadın) ve İletişim Fakültesinde (7 kişi- 4 erkek 3 kadın) okuyanların dünyadaki terör olayına da kayıtsız kalmadıkları, tepkilerini sosyal medya üzerinden gösterdikleri ortaya çıkmıştır. Araştırma verileri ışığında Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi okuyan öğrencilerin (6 kişi- 5 erkek (erkeklerin tamamı), 1 kadın) dünyada meydana gelen terör

olaylarına tepki gösterme noktasında diğer fakültelere kıyasla daha çekimser oldukları söylenebilir.

Tablo 24: Dünyada meydana gelen bir terör olayına tepki vermek adına sosyal medya hesabınızda paylaşım yapıyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	4	1
	Erkek	-	5
İlahiyat	Kadın	3	2
	Erkek	4	1
İletişim	Kadın	3	2
	Erkek	4	1
Toplam		18	12

Görüşmeye katılan 18 kişi, dünyada meydana gelen terör olaylarına karşı tepki vermek adına sosyal medya hesaplarında paylaşım yaptıklarını dile getirmiştir. Bunu yapmaktaki amaçlarının teröre karşı tepki vermek, terör olaylarına karşı bir farkındalık yaratmak, saldırıya uğrayan insanların yanında yer aldıklarını ve onların acılarını paylaştıklarını vurgulamak olduğunu belirtmişlerdir. Görüşmeye katılan Elif bu tür insani paylaşımların siyasi bir paylaşım olarak algılanması eleştirmekte bu nedenle bu konuyla alakalı paylaşımda bulunurken en az üç kez düşündüğünü şu sözlerle açıklamaktadır:

Elif: “Evet yaparım. Ölümün her türlüüne şiddetle karşı olan bir insanım. Verdiğim tepki siyasi bir tepki olarak algılamayın. Tamamen insani bir tepki. Siyasete girmeden tepkimi dile getiririm. Şu anda ne yazık ki bu tür paylaşımlar rahatlıkla siyasi taraflara çekilmeye çalışılmaktadır. İster istemez bu tür paylaşımlar yaparken en az üç kere düşünmem gerekmektedir. Ama ne olursa olsun insan hayatı söz konusu olunca tepkimi dile getiririm.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Yasir, tarafını belli etmek için bu tür paylaşımlarda bulunacağını dile getirmiştir. Görüşmeci özellikle dinine yönelik herhangi bir terör saldırı karşısında sessiz kalmayacağını şöyle aktarmaktadır:

Yasir: “Yaparım. Çünkü safımızı belli etmemiz lazım. Özellikle dinimize yönelik dünyanın her hangi bir yerinde terör saldırısı yapılıyorsa bu durum karşısında sessiz kalmam. Tepkimi göstermek için sosyal medya hesabımda paylaşım yaparım.”

Görüşmecilerden 12’si dünyada meydana gelen terör olaylarına karşı tepkide bulunmak amacıyla sosyal medya hesaplarından paylaşım yapmadıklarını ifade etmiştir. Onlara göre bu tür paylaşımlar bir göz boyama niteliği taşımakta ve bunların kayda değer hiçbir etkisi söz konusu değildir. Ayrıca bu görüşmeciler bu tür paylaşımların birtakım siyasi taraflara çekilmesinden endişe duymaktadır. Bazı görüşmeciler bu durumu şu ifadelerle özetlemiştir:

Merve: “Hiç yapmadım. Sebebi de bu tür tepkileri sosyal medya üzerinde yapmanın bir anlamı olmadığına inanmamdan kaynaklanıyor. Bu tür paylaşımların somut bir geri dönüşü yok. İnanın bana bu tür paylaşım yapan insanlar sadece o anda sayfası dolu gözüksün diye paylaşım yapıyordur.”

Yusuf: “Hayır yapmam ne bileyim bu tür paylaşımlar bana gösteriş gibi geliyor. Yani sosyal medya üzerinden bu tür paylaşımlar yapanların toplumun gözünü boyamaya çalıştığına inanıyorum.”

Gökhan: “Hayır yapmam. Çünkü bu tür paylaşımlar başkaları tarafından siyasi yöne doğru çekilebilmektedir. Bir paylaşımın siyasi yöne doğru çekilmesinden daha kötü ne olabilir ki.”

Ayşe adlı görüşmeci diğer katılımcılardan farklı olarak olaylara tepki vermek için belirli bir bilgi birikiminin olması gerektiğini savunarak kendisini bu konuda yeterli görmediği için bu tür paylaşımlarda bulunmadığını dile getirmiştir.

Ayşe: “Bu zamana kadar herhangi bir paylaşım yapmadım. Ama bu tür paylaşım yapan insanlara da saygı duyuyorum. Çünkü ses getirmek önemlidir. Bu tarz şeyleri paylaşmak insanların kendi düşünceleriyle alakalı olduğuna inanıyorum. Şimdi dünyada meydana gelen bir terör olayı olduğunu varsayalım. Benim bu terör olayına sosyal medya üzerinden tepki vermem için belli bir bilgi birikiminin olması lazım. Yoksa yapacağım tepki kuru bir sesin ötesine geçmeyecektir. O yüzden herhangi bir paylaşım yapmıyorum. Çünkü bu tarz paylaşım yapacak bilgi birikimine sahip değilim.”

Nermin, bu tür paylaşımları önceden yaptığını fakat zamanla bu tür paylaşımları yapmaktan vazgeçtiğini belirtmiştir. O sosyal medya üzerinden verilen tepkilerin bir sonuca ulaşmadığına inandığı için artık bu tür paylaşımlar yapmadığını vurgulamıştır. Sosyal medya üzerinden bu tür paylaşımlar yapanların hem ‘bu olay oluyor ben de farkındayım ve paylaşım yapıyorum’ demek hem de gerçek hayatta birilerinden tepki almamak için paylaşım yaptıklarını öne sürmüştür:

Nermin: “Yani eskiden yapardım şu an yapmam. Filistin’de yapılan zalimlikleri protesto etmek için paylaşım yapmışım. Ama zamanla yaptığım paylaşımların etkisi olmadığını fark ettim. Şu an Filistin’deki olaylarda malumunuz. Eskiden olsaydı kesinlikle paylaşım yapardım. Ama bu olaya tepki vermek adına paylaşım yapmadım. Ben paylaşım yapsam da yapmasam da bu terör olayları yaşanmaya devam edecek. Benim paylaşım yapmamın herhangi bir etkisi olacağına inanmıyorum. En fazla kuru kalabalık yapmış olacağım. Bu tür paylaşımları yapan insanları da tanıyorum. Hepsi ‘bu olay oluyor ben de farkındayım ve paylaşım yapıyorum’ demek için paylaşım yapıyorlar. Sırf herkes paylaşıyor diye paylaşıyorlar. Burada da topluma boyun eğme söz konusu. Yani gerçekten de bu olaylara tepki vermek için paylaşım yapmıyorlar. Toplum tarafından sessiz kaldıkları için tepki görmemek için paylaşım yapıyorlar. Bu ve sayabileceğimiz onlarca sebepten dolayı paylaşım yapmıyorum.”

Dünyada meydana gelen bir terör olayına tepki vermek adına sosyal medya paylaşım yaptıklarını söyleyenlere “Ne tür paylaşımlarda bulunuyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu terörü lanetlemek için birtakım yazılı içerikler paylaştıklarını ifade etmiştir.

Ebru: “Terörü lanetleyen ve aşağılayan bir yazı paylaşırım.”

Cengiz: “Yapılan bu terör eyleminin Cenab-ı Allah tarafından cezalandırılmasını dileyeceğim bir yazı paylaşırım.”

Yasir: “Terörden zarar gören mazlumlara destekleyici, terörü ise lanetleyici içeriklere sahip bir yazı paylaşırım.”

Ali: “Tepkimi güzel bir şekilde özetleyecek yazı paylaşırım.”

Emel: “Siyasi içeriğe girmeden sadece insan değerlerine uygun bir yazı paylaşırım.

Görüşmeye katılan Elif de tıpkı Emel gibi siyasi bir içeriğe girmemek adına siyah bir ekran fotoğrafı paylaştığını söylemiştir.

Elif: “Hiçbir simge kullanmadan sadece siyah bir ekran paylaşırım. Yazı ve benzeri şeyler paylaşırsam yaptığım paylaşımlar siyasi yöne doğru çekilebilir.”

Ecrin adlı görüşmeci insanların meydana gelen terör olayından haberdar olması için sosyal medya hesabından haber sitesinin linkini paylaşmayı tercih ettiğini ifade etmiştir.

Ecrin: “Terör olaylarını duyuran haber sitelerinin linkini kopyalayarak sosyal medya hesabımda paylaşıyorum. Buradaki amacım insanların bu terör olaylarından haberdar olmasıdır.”

Mehmet Ali kendi yazdığı bir şeyi paylaşmak yerine en trend olan içeriği paylaştığını söyleyerek bir nevi sürü psikolojisine uyduğunu ifade etmiştir.

Mehmet Ali: “Yani kendi yazdığım bir şeyi paylaşmıyorum. Sürü psikolojisine uyarak o gün en çok paylaşılan yazıyı veya görseli paylaşıyorum. Yani trend olan yazıyı hashtag kullanarak paylaşıyorum.”

Araştırmaya katılanların çoğunluğunun (20 kişi) sosyal medya hesaplarında bayrak, flama, tuğra gibi sembollerini kullanmadıkları anlaşılmıştır. Görüşmecilerin bu tür sembollerini siyasi yöne çekilebileceği, gerçek hayatta olduğu kadar bir anlam ifade etmeyeceği ya da gösteriş olarak algılanabileceği için kullanmadıkları belirlenmiştir.

Sosyal medya hesaplarında bayrak, flama gibi paylaşımlarda bulundukları açıklayan görüşmecilerin özellikle ülke gündemini derinden etkileyen olaylar (terör saldırısı, milli bayramlar gibi) karşısında milliyetçi kimliklerini vurgulamak amacıyla bunu yaptıkları tespit edilmiştir. Diğer fakültelere oranla İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin (6 kişi) sosyal medya hesaplarında bu tür sembollerini daha fazla kullandıkları belirlenmiştir. Bu durum İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin diğer fakültelere oranla milliyetçi kimliklerini daha fazla ön plana çıkardıkları şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma sonucunda çoğu katılımcının (21 kişi) Türkiye’de meydana gelen bir terör olayına karşı sosyal medya hesaplarında tepki verme yoluna gittiği görülmüştür. Özellikle çoğu katılımcının saldırıları kendi vatanlarına ve insanlarına yönelik olarak algıladığı için milliyetçi duygularla hareket ederek bu tür paylaşımlarda bulundukları belirlenmiştir. Türkiye’de yaşanan bir terör saldırısı karşısında sosyal medya üzerinden tepki vermediklerini açıklayan 9 kişinin sanal ortamda verilen tepkinin yüzeysel kalması eylemsel anlamda bir şey ifade etmemesi ya da siyasi anlamda birtakım taraflara çekilme olasılığından dolayı böyle bir şey yapmadıkları saptanmıştır. Bazı görüşmecilerin; ‘kan veririm’, ‘fiziksel yardımda bulunurum’ cümlelerinden anlaşılacağı üzere bu kişilerin de milliyetçi bir bakış açısına sahip olmasına rağmen sosyal medyada üzerinden tepki vermedikleri belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin Türkiye’de meydana gelen bir terör olaylarına karşı sosyal medya üzerinden farklı şekillerdeki (yazı, video, fotoğraf ve çeşitli görseller) paylaşımlarla tepkileri gösterdikleri saptanmıştır. Bazı görüşmeciler bir söz paylaşmayı tercih ederken; bazıları ise bir görsel kullanmayı tercih etmektedir. Paylaşım şekilleri değişik olsa da görüşmecilerin tamamı ‘terörü lanetleme’ ‘terörü kınama’ ve

‘birlik ve beraberlik içinde olma’ adına paylaşım yaptıklarını dile getirmiştir. Bu da insanların ülkelerinde meydana gelen terör olaylarına karşı tek vücut olmak ve tarafını belli etmek adına paylaşımlar yaptığını göstermektedir.

Araştırma sonucunda çoğu katılımcının (18 kişi) dünyada meydana gelen terör olaylarına karşı da sosyal medya hesaplarından tepki verdikleri görülmüştür. Terörün her türlüsüne karşı olduklarını belirten bu görüşmeciler, teröre tepki vermek, terör olaylarına karşı bir farkındalık yaratmak, saldırıya uğrayan insanların yanında yer aldıklarını ve onların acılarını paylaştıklarını vurgulamak amacıyla böyle bir davranış içerisine girdiklerini açıklamıştır. Dünyada meydana gelen terör olaylarına karşı sosyal medya hesaplarından tepki vermediklerini ifade eden görüşmeciler bu tepkilerin hem siyasi olarak bir takım taraflara çekilme olasılığı hem de eylemsel anlamda herhangi bir değişikliğe sebep olmaması sebebiyle tercih etmediklerini açıklamıştır. Bazı görüşmeciler, yapılan bu tür paylaşımların sadece bir ‘göz boyama’ olduğunu iddia etmiştir.

3.4.10. Sosyal Medyada Dini Kimliğin Paylaşımı

Araştırmaya katılan görüşmecilere “Sosyal medya hesabınızda dini görüşünüzle ilgili paylaşımlara yer verir misiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tablodan anlaşılacağı üzere 22 kişi (12 erkek 10 kadın) sosyal medyada dini görüşlerini paylaşma yoluna gitmediklerini açıklamıştır. Sosyal medya ortamında dini görüşünü paylaşanların sayısı 8’dir (5 kadın 3 erkek). Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (10 kişi- (yani görüşmecilerin tamamı) 5 kadın 5 erkek) ile İletişim Fakültesi öğrencilerinin (9 kişi- 5 erkek (yani erkeklerin tamamı) tamamına yakınının sosyal medya hesaplarında dini görüşlerini yansıtmadıkları ortaya çıkmıştır. İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin (7 kişi- 4 kadın 3 erkek) ise sosyal medya hesaplarında dini görüşlerini daha fazla ön planda sundukları tespit edilmiştir.

Tablo 25: Sosyal medya hesabınızda dini görüşünüzle ilgili paylaşımlara yer verir misiniz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	-	5
	Erkek	-	5
İlahiyat	Kadın	4	1
	Erkek	3	2
İletişim	Kadın	1	4
	Erkek	-	5
Toplam		8	22

Görüşmecilerden 22'si sosyal medya hesabında dini görüşlerini yansıtmayı tercih etmediğini açıklamıştır. Bu görüşmeciler dinin özel bir konu olduğunu dolayısıyla insanlara dayatma yapar gibi bunu paylaşmanın gösteriştten öteye gitmediğine vurgu yapmaktadır. İlahiyat Fakültesinde okuyan Selim, sosyal medya ortamında dini görüşünü paylaşmadığını belirterek dini görüşünü gösteriş yapmaya alet etmeyeceğini şu ifadelerle aktarmıştır:

Selim: “Hayır yer vermem. Bu ortamda dini görüşümü paylaşmam. Mesela ben İlahiyat okuyan bir insanım. Yani insanlar sosyal medyada bu tür paylaşımlar yapmamı bekliyor olabilir. Ama ben asla sosyal medya hesabımda bu tür paylaşımlara yer vermem. Yani bu tür paylaşımlar yaparsam karşıdaki insanlar üzerinde gösteriş yaptığım izlenimi yaratabilir. Ben dinimi buna alet etmem.”

Dini kimliğin sosyal medya ortamında paylaşılmasına karşı olduğunu belirten Nermin Alevi olmasına rağmen asla dini görüşünü belirten paylaşımlarda bulunmayacağı şöyle özetlemiştir:

Nermin: “Hayatta yer vermem. Ramazan ayındayız hayatta paylaşım yapmam. Ben Aleviyim, Muharrem ayında bile paylaşım yapmam. Alevililerin cemleri oluyor mesela oraya gitsem yine de paylaşım yapmam. Dini kimliğin sosyal medyada ortaya konulmasına karşıyım. Bana göre bu tür paylaşımları yapmaya gerek yoktur.”

Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencisi olan Derya din nedeniyle çok sayıda sorunun yaşandığını vurgulayarak kendi dini görüşünün kimseyi ilgilendirmedığını düşündüğünden bu konuda paylaşım yapmadığını şu sözlerle anlatmıştır:

Derya: “Hayır yer vermem. Çünkü günümüzde dinle ilgili çok fazla sorun oluyor. Dini görüşümü herkese açık bir platformda ilan etmek istemem. Sonuçta o inanç bana özel bir şey. Dini görüşüm kimseyi ilgilendirmedeği için ben de dini görüşümle ilgili paylaşım yapmam.”

Herkesin kendi dinini yaşaması gerektiğini düşünen Yusuf ise sosyal medya hesabında farklı dini görüşe sahip arkadaşlarının olması ve onların kendisini yanlış anlamalarını istemediği için bu tür paylaşımlarda bulunmayacağını söylemiştir.

Yusuf: “Hayır kesinlikle yer vermem. Herkes kendi dinini yaşar. Yani sayfamda Müslüman olan var olmayan var. Dinimle ilgili bir paylaşım yaptığımda başka dine mensup bir insan tarafından yanlış anlaşılabilirim. Bu ve benzeri sebeplerden dolayı bu tür paylaşımlara yer vermem.”

Araştırmaya katılan 8 kişi ise sosyal medya hesaplarında dini görüşünü paylaştıklarını belirtmiştir. Bu kişiler sosyal medyayı dini günlerin hatırlatılmasında ve dini bilgilerin yayılmasında önemli bir araç olarak görmektedir. İlahiyat Fakültesinde okuyan Yasir, sosyal medyanın dini bilgilerin yayılması için güzel bir mecra olduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca o dinine yönelik düşmanca tavır içerisinde olanlara karşı bu platformda mücadele içerisine girmekten kaçınmayacağını açıklamıştır.

Yasir: “İlla ki yer veririm. Ben Ehlisünnet V’el-Cemmat’e tabiyim. Yani benim yolum Peygamberimin yoludur. Kur’an-ı Kerim, Peygamber efendimizin Sünneti Seniyesi ve bu zamana kadar gelmiş tüm ehli sünnet alimlerinin görüşleri benim temel dini görüşlerimdir. Sosyal medyada insanları bilgilendirmek noktasında güzel olanaklara sahip bir yer. Dinle ilgili insanlarda bilgilensin diye paylaşım yaparım. Ayrıca sosyal medya üzerinde benim dinimle ilgili düşmanlık yapan birileri varsa mücadele etme noktasında geride durmam.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan bir başka öğrenci Cengiz ise sosyal medya ortamında Müslümanların sesinin “dinsizlerden” (onun ifadesiyle) daha fazla çıkması gerektiğini savunmaktadır. Bu nedenle bir Müslüman olarak dini içerikli paylaşımlar yaparak hem insanları bilgilendirmek hem de sevap kazanmak istediğini şu sözlerle vurgulamıştır:

Cengiz: “Kesinlikle yer veririm. Benim şöyle bir düşüncem var. Dinsizlerin Müslümanlardan çok sesini çıktığı bir yerde sessiz kalması nedeniyle hesaba çekileceği görüşündeyim. Ben bir dindar olarak dinsizlerden daha fazla sesimin çıkması için dini içerikli paylaşım yaparım. Dini içerikli paylaşım yaptığımda beni takip eden arkadaşlarım belki o dini bilgiyi bilmiyordur ve bu paylaşım sayesinde öğrenir. Bu bilgi sayesinde arkadaşım belki daha iyi bir insan olacaktır. Paylaştığım bu içerik sayesinde belki arkadaşım kendini düzeltecek belki yeni bir bilgi edinecek ve o bilgiyle bir amel edildiği zaman bana sevap yazılacak. Bunu düşündüğümden dolayı dinsizlerle olan

mücadelem ikinci sıradadır. Birinci sırada insanların yeni dini bilgileri elde etmesi için bu tür paylaşımlar yapıyorum.”

Yine İlahiyat Fakültesine okuyan bir öğrenci olan Meryem dini görüşünü paylaşma noktasında herhangi bir çekincesi olmadığına vurgu yaparak sosyal medyadaki profillinde dinini İslam olarak belirttiğinin altını çizmiştir. Bu kişi ayrıca arkadaşlarını bilgilendirmek adına kendi hocalarının dini içerikli yazılarını da paylaştığını söylemiştir.

Meryem: *“Yani paylaşıyorum. Mesela profilinde seçeneklerde dini İslam seçeneğini kullanıyorum. Hani bir aralar meşhur bir akım vardı sosyal medyada “Ne mutlu Türküm” diye. Ben de “ne mutlu Müslümanım” yazmıştım. Bu akıma farklı açıdan baktığım için bu şekilde paylaşmıştım. Ayrıca hocalarımdan paylaştığı dini içerikli yazıların arkadaşlarım tarafından okunması için paylaşıyorum. Dini görüşümü paylaşma noktasında hiçbir çekincem yoktur.”*

Meryem’in yukarıdaki ifadelerine bakıldığında “Ne mutlu Türküm” yerine “ne mutlu Müslümanım” söylemini kullanması onun dini kimliğini etnik kimliğinden daha üstün gördüğünü gösteren önemli bir unsur olarak yorumlanabilir.

Dini bilgilerde gördüğü yanlışları düzeltmek için paylaşım yaptığını belirten İlahiyat Fakültesi öğrencisi Özden, dini konuda doğru bilgileri paylaşarak yanlış bilginin yayılmasını engellemeye çalıştığını vurgulamıştır.

Özden: *“Evet paylaşıyorum. Dini konuda gördüğüm yanlış bilgilere sahip paylaşımları eleştirmek adına yorum yapar, doğru olan bilgiyi kendi profilimde paylaşıyorum. Düşünün bir kere yanlış bir bilgi etrafta yayılıyor ve siz o bilginin yanlış olduğunu biliyorsunuz. Tabii ki de doğru olanı yapar yanlış bilgiyi insanların zihninde yer edinmesini önlemek için gerçek bilgiyi paylaşıyorum.”*

Araştırmaya katılan Helin, önemli dini günlerle ilgili paylaşım yaptığını ama yaptığı ibareti vurgulayan ve başkalarını eleştiren tavırlardan uzak durduğunu aktarmıştır. Dini konularda tartışmaktan kaçındığını söyleyen Helin ancak kendi dinine ve inandığı peygambere yönelik bir saldırı olması durumunda sessiz kalmadığını bir örnek üzerinden şöyle aktarmıştır:

Helin: *“Berat Kandili, Miraç Kandili gibi özel dini günlerde bu tür paylaşımlar yapıyorum. Ben oruç tutuyorum, bu tutmuyor. Ben namaz kılıyorum, onlar kılmıyor gibi paylaşımlar yapmıyorum. Ayrıca sosyal medya üzerinden herhangi bir dini konuda tartışmaya girmemeye çalışırım. Fakat benim dinime bir saldırı olursa bu saldırıya kayıtsız kalamam. Yakın bir zamanda Peygamber efendimizin karikatürünü çizen bir dergi vardı. Ben Peygamber efendimize yapılan bu saldırıya karşı kayıtsız kalamam ki.*

Bu durumda inancıma saldırı yapan Charlie Hebdo'dan sinirimi çıkarırım. Sosyal medya üzerinde bu çizimi yapan şahıslara karşı eleştiri yaparım. Tabii burada küfürden falan söz etmiyorum sadece fikirlerine ve fiillerine yönelik eleştiri yapmaktan bahsediyorum.”

Araştırmaya katılan görüşmecilere “Günlük hayatta dinle ilgili sosyal medyada olduğu gibi düşüncelerinizi net bir şekilde ortaya koyar mısınız?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere görüşmecilerin yarısı (8 kadın 7 erkek) günlük hayatta dini görüşünü sosyal medyada olduğu gibi rahat bir şekilde dile getirdiğini söylerken diğer yarısı (8 erkek 7 kadın) bunu yapmadığını ifade etmiştir. Fakülte bazında incelendiğinde ise Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (6 kişi- 4 kadın 2 erkek) ile İletişim Fakültesi öğrencilerinin (5 erkek (yani erkeklerin tamamı), 2 kadın) günlük hayatlarında dinle ilgili düşüncelerini paylaşmadıkları görülmüştür. İlahiyat Fakültesinde okuyan kişilerin (8 kişi- 4 kadın 4 erkek) diğer fakültelere kıyasla, dini görüşlerini günlük hayatta daha fazla paylaşma yoluna gittikleri anlaşılmıştır. Bu bağlamda ulaşılan sonucun pek şaşırtıcı olmadığı söylenebilir.

Tablo 26: Günlük hayatta dinle ilgili sosyal medyada olduğu gibi düşüncelerinizi net bir şekilde ortaya koyar mısınız?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	1	4
	Erkek	3	2
İlahiyat	Kadın	4	1
	Erkek	4	1
İletişim	Kadın	3	2
	Erkek	-	5
Toplam		15	15

Görüşmecilerden 15'i günlük hayatlarında dini görüşlerini paylaşmayı tercih ettiklerini açıklamıştır. Bu kişiler özellikle günlük hayatta dini bir konu açıldığında kendi düşüncelerini hiç çekinmeden dile getirebildiklerinin altını çizmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencisi olan Yasir, insanları doğru yola sevk etmek adına dini görüşünün doğrularını aktarmaya çalıştığını vurgulamıştır.

Yasir: “Tabii ki. Bazı yanlış anlaşılmalara önüne geçebilmek için sosyal hayatımda dinle ilgili bilgileri paylaşıyorum. Buradaki amacım kişiye doğru yolu göstermek. Benim savunduğum görüşün doğrularını insanlara aktarırım ki belki insanlar da bu doğrulardan faydalanır ve kendi düşüncelerinin yanlış olduğunu görür. Bu şekilde din konusunda yanlış bilgilere sahip arkadaşlarımdan doğru bilgiye ulaşmasını sağlarım.”

İlahiyat Fakültesinde okuyan Özden okuduğu bölümden dolayı din ile sürekli içi içe olduğunu vurgulayarak insanları dini konuda bilgilendirmeyi kendisi için bir yükümlülük olarak gördüğünün altını çizmiştir.

Özden: “Evet net bir şekilde paylaşırım. Kendimce doğru olan bir bilgiyi insanların yararına sunmak için paylaşmaktan geri durmam. Zaten İlahiyat fakültesinde okuyan bir bireyim. Din ile içli dışlıyım. Hayatımın büyük bir çoğunluğu din ile ilişkili. Dini konularda insanlara bilgi vermek zorundayım. Bu benim için bir yükümlülüktür.”

Zeynep de tıpkı Özden gibi dinin hayatının çok önemli bir parçasını oluşturduğunu açıklayarak İlahiyat Fakültesinde okuması nedeniyle insanların ona dinle ilgili sorular sorduğunu kaydetmiştir. Bu bağlamda Zeynep de tıpkı Özden gibi kendisini dini konular hakkında konuşmak zorunda hissettiğini şu cümlelerle aktarmıştır:

Zeynep: “Tabii ki. En büyük etmen İlahiyat Fakültesinde okuyor olmam. İlahiyat okuduğum için çevremdeki insanlar dini konuda bana sorular soruyorlar. Okul hayatımda da çok fazla sorularla karşılaşıyorum. Yani işin aslı din benim hayat tarzım. Gündelik hayatımda bu kendimi konu hakkında konuşmak zorunda hissediyorum. Ayrıca bilgi paylaştıkça güzeldir.”

Görüşmeye katılan Hülya, dini konularda gerekirse tartışmaya dahi girdiğinin altını çizmiştir. Hülya özellikle mensubu olduğu dini inanca yönelik yargılayıcı ifadelerle karşı inancını savunmak adına harekete geçtiğini şöyle açıklamıştır:

Hülya: “Yani. Hatta dini konuda tartışmalara dahi katılırım. Aslında dini konularda tartışmayı sevmiyorum. Fakat bazı arkadaşlarımdan dinimi eleştirmeleri nedeniyle tartışıyorum. Özellikle de mensubu olduğum dine yönelik yargılayıcı kelimeler kullanılmaya başlanınca dayanamıyorum ve kendimi tartışmanın içerisinde buluyorum. Ayrıca dini bir konu açıldığında açık ve net bir şekilde karşımdaki insana bilgi vermeye çalışırım. Yani bu konuda bir sıkıntı yok ama bazıları çok saygısız oluyor. Dinimle dalga eder gibi konuşunca ben de kendimi kaybediyorum.”

Bazı görüşmeciler durup dururken din ile ilgili fikirlerini dile getirmediklerini sadece bu konu ile ilgili bir sohbet açıldığında bunu yaptıklarını söylemiştir.

Emrah: “Yani durup dururken dinle ilgili bir konu açmam. Yalnızca sohbeti açılırsa dini bir konuda o zaman konuşmayı tercih ederim. Aslında bu muhabbet adamına göre

değişir. Mesela benim inancı olmayan arkadaşlarım da var durup dururken onlara dini bir konuda sohbet açmam. Ayrıca çok inançlı olan arkadaşlarım var onlar dini konuda sohbet açarlarsa ben de bu sohbette katılırım.”

Zafer: *“Bir ortam içerisinde, bir toplum içerisinde dini bir konu gündeme geliyorsa ben de bu konuya dahil olurum. Ama durup dururken dini bir konu açmam.”*

Ecrin: *“Evet. Ama öyle durup dururken din konusuna girmem. Eğer bir soru sorulursa ya da dinle ilgili bir konuşma geçerse ben de kendi düşüncelerimi ifade ederim.”*

Araştırmaya katılan 3 görüşmeci sosyal medyaya oranla gerçek hayatta dini görüşlerini daha net bir şekilde ortaya koyduklarını ifade etmiştir. 2 görüşmeci sosyal medya ortamında dini fikirlerinin ifade edilmesi neticesinde bunların farklı yerlere çekilme olasılığının yüksek olması sebebiyle böyle bir şey yapmaktan çekindiklerini vurgulamıştır. İlahiyat Fakültesinde okuyan Meryem ise yüz yüze yapılan bilgi aktarımın daha etkili olması nedeniyle gerçek hayatta paylaşımda bulunmayı tercih ettiğini dile getirmiştir.

Elif: *“Yani çok az da olsa düşüncelerime yer veririm. Sosyal medyada düşüncelerimizi dile getirirken çok kısıtlı şartlarda maruz kalıyoruz. Günlük hayatta dini konuları çok rahat bir şekilde dile getirebiliyorum. Benim dini görüşüm çok farklı. Görüşüm insanlar tarafından başka yönlerine rahatlıkla çekilebilir. Benim davranışlarım ben ile yukarıdaki (Allah) arasında. Durup dururken dini görüşümü başkalarıyla paylaşmıyorum.”*

Cengiz: *“Sosyal medyada bazı şeyler anlatılmak istenen düşünceyi tam olarak yansıtamıyor. İnsanlar o düşünceyi çekmek istediği yere çekebiliyor. İşte bu yüzden anlatmak istediğim şeyi yüz yüze anlatmayı tercih ederim. Bundan dolayı günlük hayatımda dini konularda konuşurum.”*

Meryem: *“Evet. Sosyal medyaya oranla dini görüşümü daha net ortaya koyuyorum. Bence dini konuda bilgileri yüz yüze konuşmak sosyal medyada paylaşmaktan daha etkili. Yani bazı dini bilgiler var bunlar çok önemli. Ben kendimi bu bilgilerden arkadaşlarım da yararlansın diye paylaşmak konusunda mecbur hissederim. Zaten İlahiyat fakültesinde okuyan biriyim. Çevremdeki insanların dini konuda bilgileri paylaşmam konusunda bir beklenti içerisinde oluyorlar. Ben de bu konularda insanların bilgilenmesi için günlük hayatımda bu tür konuları konuşuyorum.”*

Meryem’in yukarıdaki ifadelerinden insanların onun İlahiyat Fakültesinde okumasından dolayı ondan dini konularda bilgi edinme noktasında bir beklenti içerisinde olduğuna inandığı anlaşılmaktadır.

Görüşmecilerden 15’i dini düşüncelerini ne günlük hayatta ne de sosyal medyada açıklamayı tercih etmediklerini ifade etmiştir.

Gökhan: “Hayır ne günlük hayatta ne de sosyal medyada dini konuda paylaşım yapmam.”

Yasemin: “Hayır dini bir konu açılrsa bile düşüncemi ifade etmem.”

Aysel: “Hayır dini düşüncemi gündelik hayatımda yansıtmıyorum.”

Murat: “Hayır dini düşüncemi paylaşmam. Paylaşmamamın özel bir nedeni yok.”

Katılımcılara “Dindaşlarınıza yönelik bir saldırı durumunda kötü hisseders misiniz? sorusu yöneltilmiştir. Görüşmecilerin tamamına yakını (29 kişi-15 erkek 14 kadın) bu durum karşısında ‘kötü hissettiklerini’ belirtmiştir. Bu kişiler dindaşlarına yönelik olan bir saldırıyı direkt kendilerine yönelik olarak algıladıklarının altını çizmiştir.

Tablo 27: Dindaşlarınıza yönelik bir saldırı durumunda kötü hisseders misiniz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	5	-
	Erkek	5	-
İlahiyat	Kadın	5	-
	Erkek	5	-
İletişim	Kadın	4	1
	Erkek	5	-
Toplam		29	1

Bu durum karşısında kötü hissettiklerini belirten 24 kişi (12 kadın 12 erkek) , böyle bir saldırı karşısında sessiz kalmamak adına sosyal medya hesaplarında paylaşım yaptıklarının altını çizmiştir. Görüşmeye katılan Zeynep aralarında binlerce kilometre mesafe olan dindaşlarına fiziksel olarak yardım edemediği için sosyal medya hesabında paylaşım yaptığını bu sayede kendisini onların yanında hissettiğini ve vicdanını rahatlattığını şu sözlerle açıklamıştır:

Zeynep: “Belki kendi canım yanmışçasına hissetmem ama en yakınımızdaki insanın canı yanmışçasına üzülürüm. Düşünün bir kere dünyanın bir noktasında aynı dine mensup olduğunuz kişi haksızlığa uğruyor ve zulüm görüyor. Aramızda binlerce kilometre var ve ne yazık ki fiziksel olarak yardım edemiyorum. Bu da kederime keder katıyor. Hiç olmazsa var olan zulme tepki vermek için sosyal medya hesabımda

paylaşım yaparım. Bu yazı veya görsel içeriğe sahip olabilir. İçerik ne kadar farklı da olsa ortak kaygı dindaşlarımıza yanlarında olduğumuzu göstermektir. Paylaşım yaptığımda onların yanında olduğumu hissediyorum ve en önemlisi bu zulme sessiz kalmadığım için vicdani olarak rahatlıyorum. Ne yazık ki çevremize olan her şeye duyarsızlaşmaya başladık. Hiçbir şey yapmıyorsak bile en azından sosyal medyada tepkimizi dile getirmeliyiz.”

Murat da dindaşlarına yapılan saldırıyı kendisine yapılmış gibi algıladığını vurgulayarak sosyal medya ortamında tepkisini “sert bir şekilde” dile getirmek adına bir yazı paylaşıp hashtag sayesinde düşüncelerini dile getireceğini ifade etmiştir.

Murat: *“Yani bu saldırı doğru bir şey değil. Bu saldırı dindaşlarıma yönelik yapılıyorsa bana da yapılıyor demektir. Buna karşı tepkimi de sert bir şekilde ortaya koyarım. Bu durumu sosyal medya üzerinde paylaşırım. Bu saldırıyı kınamak için bir yazı yazarım. Hashtag yaparak düşüncelerimi paylaşırım. Sonuçta benim dinime bir laf söylenmiş, dindaşlarıma saldırı yapmış bu durumda sessiz kalamam. Tepkimi en sert şekilde sosyal medya üzerinde paylaşırım.”*

İlahiyat Fakültesinde okuyan Ali ise bu tür saldırılara karşı sessiz kalmama nedenini Hz. Muhammed’in bir Hadis-i Şerif’ine bağlayarak açıklamıştır. Bu bağlamda dünyaya dindaşlarının yalnız olmadığını göstermek için paylaşım yaptığını şu sözlerle açıklamıştır:

Ali: *“Tabii ki nefis bakımında tepkimi gösteririm. Bayağı üzüldüğümünden dolayı sosyal medya hesabımda bununla ilgili paylaşım yapıyorum. Peygamber efendimizin hadisinde: “Bir kötülük gördüğünüzde onu elinizle, gücünüz yetmez ise dilinizle, ona da gücünüz yetmezse kalbinizle buğz ediniz. Bu da imanın en düşük noktasıdır.” buyurmaktadır. Bu hadisten yola çıkarak sessiz kalma konusunda rahatsızlık duyuyorum. Tepkimi dile getirmek için ve dünyaya dindaşlarımızın yalnız olmadığını göstermek için paylaşım yaparım.”*

Helin, Hristiyan, Musevi ve Müslüman gibi ayrımlar yapmadığını terörün her türlüşüne karşı olmasına rağmen İsrail’in Filistinlilere yaptıklarını asla kabul edemeyeceğini vurgulayarak bu yönde hashtag açarak tepkisini dile getirdiğini vurgulamıştır.

Helin: *“Terörün her türlüşü kötüdür. Bu Hristiyan bu Musevi bu ise Müslüman diye ayırım yapmak bence doğru bir davranış değildir. Ama şuan Kudüs’te olan olaylar malum. Ben bu yüzden İsrail’i sevemem hatta onları destekleyenleri bile sevemem. Sevmekten kastım insani olarak değil yönetim politikası olarak sevmem. Dünyanın birçok ülkesi başta Amerikan Birleşik Devletleri İsrail’i devlet olarak tanıyor. Ama ben onu devlet olarak tanıımıyorum ve tanımam da. Çünkü orada zulüm görenler tıpkı benim gibi Müslüman insanlardır. Kudüs Müslümanın aksi durumu asla kabul etmem. Sosyal medya üzerinden “Kudüs İslamındır.” hashtag açarak paylaşımlarda yaptım. Evet*

dünyanın herhangi bir yerinde buna benzer bir saldırı olsa tepkimi veririm ama Filistin halkı hem dindaşım hem de mazlum bir halk olduğu için tepkim daha sert olur. Dindaşlarımın en azından yalnız olmadıklarını göstermek için sosyal medya ortamında paylaşım yaparım.”

İlahiyat Fakültesi öğrencisi Yasir, Hucurât Suresinin 10. Ayetinin bir bölümünü örnek göstererek, Müslüman bir kardeşinin acı çekmesi karşısında duyarsız kalamayacağını vurgulayarak elimden hiçbir şey gelmiyorsa dahi sosyal medyada paylaşım yapıp bu durumu diğer insanlara duyurmak ve tek ses olmak için çaba göstereceğini dile getirmiştir.

Yasir: “Üzüntü hissederim. “İnnemel Mu’minune İhvetun” (Hucurât Suresi 10. Ayet). “Mü’minler ancak kardeşirler.” ayetinde anlaşılacağı üzere kardeşlikte önemli olan mezhep değil önemli olan aynı dine mensup olmaktır. Nasıl ki bir organımız acı çektiği zaman tüm vücudumuz ağrıyorsa bir mümin dahi acı çekerse tüm Müslümanların da aynı acıyı çekmesi gerekmektedir. Müslüman bir kardeşim dünyanın herhangi bir noktasında acı çekiyorsa elimden hiçbir şey gelmiyorsa sosyal medyada paylaşım yaparım. Dinimiz ferdi bir din değildir. Sadece kendimizi düşünemeyiz. Dünyada bir zulüm varsa o zulme karşı tek ses olmak gerekir. Dünyadaki bütün Müslümanlar o zulme karşı tek bir ses olması gerektiğini göstermek için sosyal medya üzerinden paylaşım yaparım. Yaptığım bu paylaşım neticesinde belki bu zulüm konusunda haberi olmayan Müslümanların da görmesini sağlarım. Bütün Müslümanların bu zulme karşı tek ses olduğunu bir düşünün.”

5 görüşmeci dindaşlarına yapılan saldırıdan dolayı kendilerini “kötü hissettiklerini” ve “üzüldüklerini” vurgulamalarına rağmen sosyal medya üzerinden tepki vermeyeceklerini dile getirmiştir. Onlar sosyal medya ortamında verilen tepkileri samimiyetsiz bularak bu ortamda tepki vermek yerine gerçek hayatta bir şeyler yapmak amacıyla çabalayacaklarını vurgulamıştır. Zira onlar sosyal medyada verilen tepkilerin işe yaramadığına inanmaktadır. Bu görüşmeciler bu durumu şöyle anlatmıştır:

Yusuf: “Elbette kötü hissederim. Ama sosyal medya hesabımda paylaşmam. Yani bu tür paylaşımlar bana göre genellikle gösteriş için yapılıyor. Yani sosyal medyada kuru kuru tepki vereceğime yardım kuruluşları aracılığıyla dindaşlarıma yardım etmem daha güzel bir davranış olur kanaatimce.”

Merve: “Kötü hissederim. Ama sosyal medya üzerinden paylaşım yapmam. Sanal bir ortamda tepki vereceğime reel bir ortamda tepki vermem daha doğru olur. Yani sosyal medya sanal hayat ve sanalda ne kazanabiliriz ki. Kazanacağımız şeyde sanal bir şey ele avuca sığmaz. çünkü adından anlaşılacağı üzere sanal.”

Zafer: “Üzülürüm. Ben de bir kırılma bir hassasiyetlik oluşur. Bu durumu sosyal medya ortamında paylaşmam. Bana göre sosyal medya bu durumu değiştirecek bir gücü yok. Yani bu konuyla ilgili bir etki yaratsaydı bu zamana kadar yaratırdı. Yani düşünün bir kere sosyal medya kaç yıldır var. Bu yıllar içerisinde dindaşlarıma yönelik

birçok saldırı oldu. Çoğu insan sosyal medya üzerinde bu konuya tepki de verdi. Ama gelin görün ki bu olaylar hala sürüyor. Yani sosyal medya üzerinde verdiğimiz tepkiler ne yazık ki bir işe yaramadı. İşte bu yüzden bende bu platformda tepkimi dile getirmem. Ama gerçek hayatta tepkimi gösteririm.”

Fatih: *“Elbette ki insan bu durum karşısında kötü hissediyor. Ama ne yazık ki eyleme geçmiyoruz. Bu olay karşısında sosyal medya hesabımda paylaşım yapmam. Paylaşım yapanların da samimi olduklarını düşünmüyorum. Her zaman dediğim gibi söylediğim şeyi eyleme geçirmem gerekiyor. Eyleme geçirmeyeceğim şeyi neden dile getireyim ki. Dile getirilen her şey eyleme de geçirilmeli çünkü fiil söylemden daha değerlidir. Samimi olanlar tepkilerini sosyal medyada değil dışarıda göstermelidir.”*

Ahmet: *“Tabii kendimi kötü hissederim. İnsan olduğumuzdan böyle bir şey hissetmemiz gayet normal. Aslında sosyal medya hesabımda yer vermem direkt olarak bir mücadele veririm. Mesela gidip dava açabilirim veya sivil toplum örgütleriyle diyalog haline geçip tepkimi dile getiririm. Yani sosyal medyada tepki verince ne olacak yalnızca arkadaşlarım bu tepkiyi görecektir yabancıların haberi dahi olmayacak.”*

Görüşmeye katılan Ayşe diğer görüşmelerden farklı olarak kimin dindar olduğuna yönelik net bir bilgiye sahip olmaması nedeniyle bu saldırılarla ilgili olarak hiçbir şey hissetmediğini dile getirmiştir. O, FETÖ Terör Örgütü’nün dindarlığı kullanarak yaptıklarına gönderme yaparak bu nedenle bu tür durumlar karşısında sessiz kalmayı tercih ettiğini şu şekilde aktarmıştır:

Ayşe: *“Sanırım hiçbir şey hissetmem. Hiç kimsenin ne kadar dindar olduğunu ben bilemem. Bu sadece Allah ile kulları arasında olan bir şey. O yüzden hiç kimseyi savunamam. Bilmiyorum vereceğim örnek çok doğru olacak mı? Geçtiğimiz senelerde toplum tarafından çok dindar bir kesim olarak görünenlerin ülkeye neler yaptığını gördük. İşin aslının öyle olmadığını daha sonra anladık. Bugün yine toplum tarafından çok güvenilen bir dindarlığın altında zamanla çok farklı şeylerde çıkabilir. İşte bu yüzden bu konuda sessiz kalmayı tercih ederim.”*

Araştırma sonucunda öğrencilerin (22 kişi) dini görüşlerini sosyal medya hesaplarında paylaşmadıkları görülmüştür. Onlara göre “din kişiye özeldir” bu nedenle başkalarıyla paylaşılması gerekmektedir. Görüşmeciler bu tür paylaşımları yapanların samimi olmadıklarına inanmaktadır. Onlara göre en doğru davranış dini görüşün sosyal medya ortamında paylaşılmasıdır. Diğer fakültelerin aksine İlahiyat Fakültesi öğrencileri (7 kişi) dini görüşlerini sosyal medya hesaplarında paylaşmaktan çekinmediklerini dile getirmişlerdir. Zira onların birçoğu insanlara dini bilgi vermeyi okudukları bölümden ötürü bir tür yükümlülük olarak görmektedir. Bu bağlamda veriler ışığında diğer fakülte öğrencilerine göre İlahiyat Fakültesinde okuyan kişilerin dini

kimliklerini sosyal medyada daha fazla ön planda sundukları gibi şaşırtıcı olmayan bir sonuca ulaşılmıştır denilebilir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin yarısının (15 kişi) günlük hayatta dini düşüncelerini paylaştıklarını, diğer yarısının (15 kişi) ise günlük hayatlarında dini görüşlerini paylaşmadıkları belirlenmiştir. Fakülte bazında incelediğimizde ise İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin (8 kişi) diğer fakültelere kıyasla günlük hayatlarında dini düşüncelerini daha fazla paylaştıkları görülmüştür. Onlara göre dini düşüncelerini paylaşmaları İlahiyat Fakültesinde okumalarıyla yakından ilişkilidir. Diğer fakültelerde okuyanların bir çoğu dini görüşlerini ancak konu açıldığına söylediklerini ifade etmiştir. Bazı görüşmeciler sosyal medya ortamında dini fikirlerinin farklı yerlere çekilmesinden endişe duydukları için dini fikirlerini gerçek hayatta daha rahat bir şekilde açıkladıklarına vurgu yapmıştır.

Araştırma sonucunda dindaşlarına yönelik bir saldırı karşısında çoğu katılımcının (29 kişi) kendisini “kötü hissettiği” ortaya çıkmıştır. Katılımcıların birçoğunun bu saldırıyı direkt kendilerine yönelik bir saldırı olarak algıladığı görülmüştür. Saldırıya uğrayanları “kardeşleri” olarak gören bu görüşmeciler, “Müslüman” olmaları nedeniyle en azından sosyal medya üzerinden tepki verme yoluna gittikleri söylemiştir. 5 görüşmeci sosyal medya ortamında verilen tepkinin gerçek hayata hiçbir etkisinin olmaması nedeniyle böyle bir şey yapmadıklarını vurgulamıştır. Onlar bu saldırılara yönelik gerçek hayatta harekete geçerek bir takım eylemlerde bulunmaya çalıştıklarını ifade etmiştir. Araştırmaya katılan yalnızca bir kişi dindaşlarına karşı yapılan saldırılara karşı hiçbir şey hissetmediğini belirtmiştir. Zira o bu kişilerin gerçekten kendisiyle aynı dini paylaşan dindar insanlar oldukları konusunda yorucu bilgi sahibi olamayacağı için hiçbir şey hissetmediğini söylemiştir. Bu görüşmeci bu durumu FETÖ Terör Örgütü’ne atıf yaparak açıklamıştır.

3.4.11. Sosyal Medyada Siyasi Kimliğin Sunumu

Sosyal medya ortamında görüşmecilerin siyasi bir konu hakkında paylaşım yapıp yapmadıklarını öğrenmek için “Sosyal medya hesaplarınızda gerçek hayatta paylaşmadığınız siyasi görüşünüzü belli eden paylaşımlarda bulunuyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere görüşmeye katılan 28 kişi (15

kadın (kadınların tamamı), 13 erkek) sosyal medya hesaplarında siyasi görüşlerini yansıtan paylaşımlarda bulunmadıklarını açıklamıştır. Sosyal medya hesaplarında siyasi görüşlerini yansıttıklarını söyleyen kişi sayısı 2'dir (2 erkek). Bu sonuçlardan yola çıkarak görüşmeye katılanların tamamına yakınının sosyal medya ortamında siyasi görüşlerini belli edecek paylaşım yapmaktan kaçındıkları görülmüştür. Bu konuda fakülte bazında belirgin bir ayrım olmadığı anlaşılmıştır.

Tablo 28: Sosyal medya hesaplarınızda gerçek hayatta paylaşmadığınız siyasi görüşünüzü belli eden paylaşımlarda bulunuyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	-	5
	Erkek	1	4
İlahiyat	Kadın	-	5
	Erkek	1	4
İletişim	Kadın	-	5
	Erkek	-	5
Toplam		2	28

Görüşmecilerin 28'i sosyal medya hesaplarında siyasi görüşlerini yansıtmadıklarını söylemiştir. Bu kişiler herkesin siyasi görüşüne saygı göstermek, farklı siyasi görüşe sahip insanlarla münakaşa içerisine girmemek ve siyasi içerikli paylaşımlar nedeniyle gelecekte sıkıntı yaşamamak adına siyasi görüşlerine sosyal medya ortamında yer vermediklerini açıklamıştır.

Görüşmeye katılan Zeynep herkesin siyasi görüşünün kendisine ait olduğunu söyleyerek kendi siyasi görüşünü açıklayıp başkalarını rahatsız etmek istemediğini söylemiştir.

Zeynep: “Ben siyasi görüşün paylaşılmasını hoş görmüyorum. Hatta sosyal medya üzerinde siyasi bir lideri takip dahi etmiyorum. Bana göre her insan siyasi düşünce yönünden özgürdür. Sosyal medya ortamında kendi siyasi görüşümü paylaşarak bana zıt olan görüşe sahip insanları rahatsız etmek istemem. Başkalarının siyasi paylaşımları beni rahatsız etmez. Ama bazı insanlar var ki siyasi düşüncelerini koyu şekilde

savunanlar. İşte bu tür paylaşımlar beni rahatsız eder. Bir konuda bu kadar rahatsız oluyorsam aynı şeyi ben de yapmam.”

Görüşmeye katılan Elif ve Cengiz ise siyasi paylaşım yapmaktan korktuğunu zira ileride memuriyete atanma sırasında bu tür paylaşımların karşısına çıkacağına ve fişleneceğine inandıklarını açıklamıştır. Nermin adlı görüşmeci sırf bu fişlenme korkusunda dolayı sosyal medyada türkü bile paylaşmadığını söylemiştir. Elif adlı görüşmeci siyasi görüşünü sosyal medyada açıkladığı için gerçek hayatta da yaşadığı bir sıkıntıları aktarmıştır.

Cengiz: *“Bu dönemde bunu yapmak pek mümkün değil. Dönemimizde fikir özgürlüğü gerçekten de baskı altında. Baskı altında olduğum için bir fikri sosyal medyada paylaşacağım zaman iki defa düşünüyorum. Ben yarın veya diğer gün atanmayı bekleyen bir öğretmen olacağım. Yaptığım bu paylaşım önüme çıkıp atanmamama neden olabilir. Güvenlik soruşturması sonucunda yaptığım bu tür paylaşımlar bir delil gibi yüzüme vurulabilir. Bu tür paylaşımlar bir nevi fişlenmeme neden olduğunu düşünüyorum. Siyasi görüşümü sosyal medya ortamında paylaşacağıma oturur arkadaşlarımla paylaşırım daha iyi.”*

Nermin: *“Asla. İlerde devlete ne olacağı belli değil. Bırakın siyasi içerikli paylaşımları bir yana türkü bile paylaşmaktan çekiniyorum. Bak bu türkü dinliyor kesin solcu şu şarkıcıyı dinliyor kesin sağcı diye hemen bir etiket yapıyorlar. Fişlenme olayı şu an mevcut. Benim yurttan kaldığım oda arkadaşım atandıktan sonra soruşturma sürecine girmişti. Genel bilgiler dışında sosyal medya üzerinden yaptığı eski paylaşımları dahi incelenecekmiş. Örnek veriyorum bu arkadaşım lise hayatında gaza gelip devlete sosyal medya hesabında sövdü. Bu paylaşımından dolayı belki de işe alınmayacak. Ben bu tür şeyler yaşamamak için siyaseten uzağım. Söz konusu olan geleceğim. Fişlenmemek için siyasi paylaşımlar yapmıyorum.”*

Elif: *“Asla yapmam. Bu tür paylaşım yapmaktan korkuyorum. Mesela ben atanmayı bekleyen biriyim. Yani paylaştığımız bu tür paylaşımlar zamanla karşımıza çıkıyor. Yani fişlenme durumu var. Bundan dolayı atanmaya bilirim de. Sosyal medya ortamında siyasi içerikli paylaşımım nedeniyle hocamla dahi tartışmıştım. İnsanlarımız ne yazık ki farklı görüşlere açık değiller. Ayrıca sosyal medya da çoğu kişi klavye erkeklği yapıyor. Bu ortamda herkes farklı kimliğe bürünüyor. Herkes vatani klavyeyle kurtarabileceğini zannediyor. Yaptığın paylaşımdan dolayı bu kişiler tarafından vatan haini ilan edilebiliyorsun. İşte sayısını artırabileceğim bu ve benzeri nedenlerden dolayı sosyal medya ortamında siyasi görüşümü yansıtmam.”*

Ahmet de tıpkı Elif gibi sosyal medyada siyasi görüşünü açıklaması neticesinde “klavye erkeği” olarak nitelendirdikleri kişilerin saldırısına uğrayacağına inanmaktadır. Bu nedenle siyasi görüşünü gerçek hayatta sosyal medyaya oranla daha rahat açıkladığına vurgu yapmıştır.

Ahmet: “Yapmam aslında. Sosyal medya hesabımda benimle ilgili özel şeyleri paylaşmam. Siyasi görüşümde özel olduğu için paylaşımında bulunmam. Mesela gerçek hayata paylaşmam daha kolay olur. X partiyi tutuyorum y görüşe sahibim demek daha kolay. Sosyal medyada paylaşırsam halk tabiriyle klavye erkeklerinin hücumuna uğrama olasılığım vardır. bu sebeplerden dolayı paylaşım yapmıyorum.”

Görüşmeye katılan Yusuf ise bu tür paylaşımlar yapmaktan çekindiğini dile getirmiştir. Zira o siyasi görüşünü beğenmeyen birilerinin profilinde yer alan bilgilerden yola çıkarak kendisine gerçek hayatta ulaşması konusunda endişe yaşadığı için siyasi görüşünü belli eden paylaşımlarda bulunmadığını vurgulamıştır.

Yusuf: “Kesinlikle hayır. Güven problemi yaşıyorum. Şimdi benim siyasi görüşümü beğenen var beğenmeyen var. Yaptığım paylaşım başkalarına dokunabilir. O kişide profil fotoğrafım ve bilgilerimi alıp beni bulabilir. Bu tür paylaşımlardan dolayı sıkıntı yaşıyorum. O yüzden siyasi görüşüm sadece bende saklıdır.”

Araştırmaya katılan yalnızca iki kişi ise sosyal medya ortamında siyasi görüşlerini paylaştıklarını söylemiştir. Derya hem görüşünü belli etmek hem de görüşünü yaymak amacıyla bunu yaptığını ifade etmiştir. Aysel ise siyasi görüşünü paylaşmasını anlık gelişen bir paylaşma isteğine bağlayarak açıklamıştır.

Derya: “Gerçek hayata siyasi görüşümü açıklıyorum bu yüzden sosyal medyada da paylaşıyorum. Herkesin bir fikri olması gerekiyor ve bu fikri etrafa yayması gerekiyor. İşte bu yüzden sosyal medya hesabımda siyasi görüşümle ilgili paylaşımlara yer veririm.”

Aysel: “Yani çok fazla değil ama bu tür paylaşımlar yaparım. Özel bir nedeni yok. O an paylaşmak istemişimdir ve paylaşmışımdır.”

Araştırmaya katılan görüşmecilere “Seçim dönemlerinde desteklediğiniz partiye ya da siyasi görüşle alakalı paylaşımlar yapıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere görüşmeye katılan 28 kişi (15 kadın(kadınların tamamı), 13 erkek) seçim dönemlerinde destekledikleri siyasi parti ya da görüşle ilgili olarak sosyal medya hesaplarında paylaşım yapmadıklarını belirtmiştir. Seçim dönemlerinde sosyal medya hesaplarında siyasi görüşleri ve partileriyle ilgili paylaşım yapan yalnızca 2 erkek görüşmecidir. Bu sonuçlardan yola çıkarak görüşmeye katılanların tamamına yakınının seçim zamanlarında destekledikleri partiyi ve siyasi görüşü sosyal medya hesaplarında paylaşmadıkları görülmüştür. Bu konuda fakülteler bazında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 29: Seçim dönemlerinde desteklediğiniz partiyle ya da siyasi görüşle alakalı paylaşımlar yapıyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	-	5
	Erkek	1	4
İlahiyat	Kadın	-	5
	Erkek	-	5
İletişim	Kadın	-	5
	Erkek	1	4
Toplam		2	28

Görüşmecilerden 28’i seçim zamanında destekledikleri siyasi görüşü sosyal medya hesaplarında paylaşmadıklarını ifade etmiştir. Bu kişiler bu tür paylaşımları hem gereksiz bulmakta hem de bu tür paylaşımların yerinin sosyal medya olmadığına inanmaktadır. Bazı görüşmeciler sosyal medya ortamında paylaşım yapmak yerine, direkt olarak desteklediği partiye oy vermeyi yeğlediğini açıklamıştır:

Selim: “Hayır hayata yapmam. Bana göre bu tür paylaşımlar gereksiz paylaşımlardır. Sadece oy kullanacağım zaman sandığa gider oyumu kullanırım. Bu tür paylaşımlar desteklediğim partiye bir yararı yoktur.”

Murat: “Oyun senin aklının içinde kalsın. Neden başkaları senin kime oy vereceğini bilsin ki. Sadece git oyunu kullan. Kalkıp da sosyal medya üzerinden; “ben şu siyasi partiye oy vereceğim” diye neden paylaşım yaparsın ki.”

Zeynep: “Siyaset bir görüş tarzıdır. Benim görüşüm bende kalmalı. Oy kullanırken bile gizli oy kullanıyoruz. Bana göre desteklediğimiz siyasi partiyle ilgili paylaşım yapmak, açık oy vermek kadar saçma bir davranıştır. Zaten desteklediğim partiye gidip oyumu vermem, siyasi görevimi yaptığım anlamına gelir.”

Emrah: “Yok bu tür paylaşımlar yapmazdım. Yani desteklediğim partiye yönelik paylaşımlar yapmayı gereksiz görüyorum. Benim sadece bir görevim var. O da desteklediğim partiye gidip oy vermektedir. Zaten partiye adam kazandırmak benim görevlerimden biri değildir.”

Emrah’ın yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun desteklediği parti ve siyasi görüşe insan kazandırmak gibi bir amacı olmadığı için sosyal medyada bu tür paylaşımlar yapmadığı anlaşılmaktadır.

Siyasi görüşünü sosyal medya ortamında paylaşmayı gereksiz olarak nitelendiren Zafer bu konuyla ilgili fikirlerini yalnızca yakın çevresiyle paylaşmayı tercih ettiğini açıklamıştır.

Zafer: “Yapmam. Yani ben bir şeyleri dışa vurma gereksinimi duymuyorum. Sosyal medya yerine yakın çevremle paylaşmayı tercih ederim. Bunu sosyal medya üzerinde paylaşmak bana göre gereksiz bir durumdur.”

Hülya sosyal medya ortamında siyasi görüşü belli eden paylaşımlar yapılmasının toplumun ayrışmasına neden olabileceğine inanmaktadır. Bu nedenle o, ülkenin birlik ve bütünlüğüne yönelik paylaşım yapmasının daha uygun bir davranış olduğunu savunmaktadır.

Hülya: “Yapmam. Çünkü bu tür paylaşımlar toplum tarafından yanlış anlaşılabilir. Bu tür paylaşımlar bence toplumu siyasi yönden parçalanmasına neden olabilir. O yüzden bu tür paylaşımlar yapmak yerine seçim döneminde ülkenin birleştirici unsurlarına yönelik paylaşımlar yapılmalıdır. Yani bir siyasi partiyi desteklemek yerine ülkemizin birlik ve bütünlüğüne yönelik paylaşım yapmamız daha isabetli bir davranış olur.”

Yasir adlı görüşmeci seçim dönemlerinde yaptığı paylaşımlarda direkt olarak siyasi parti ismi vermediğini ama uygun bir zamanda ve ifadelerle siyasi görüşünü anlatan paylaşımlar yaptığını vurgulamıştır. O ayrıca mevcut şartların gerektirmesi durumunda çekinmeden desteklediği kişinin adını da vereceğini şöyle açıklamıştır:

Yasir: “İlla ki yaparım. Seçim sürecinde ve seçim sonrasında bu tür paylaşımlar yaparım. Ama direkt olarak paylaşım yapmam. Yani ben; “şu siyasi partiyi tutarım” demem. Paylaşımımı inceleyen birine sadece siyasi görüşümü sezdiririm. Direkt siyasi parti ismi falan vermem. Geçenlerde seçim olmuştu. Seçilmesini istediğim siyasi parti liderinin kazanmasından dolayı çok sevinmiştim. Sosyal medya üzerinden sadece ‘Elhamdulillah’ yazmıştım. Emin olun o paylaşımımı kim görse desteklediğim liderin kim olduğunu tahmin eder. Bakın paylaşımında ne isim ne de siyasi parti amblemi kullandım. Sadece bir kelime. Yeri ve zaman konusunda ustaca kullanılmış bir kelime çok şey anlatabilir. Yani mevcut şartlar isim vermeyi gerektiriyorsa çekinmeden ismi de yazarım.”

Gökhan ise bu tür paylaşımları sürekli yapmadığını belirtmiştir. Sadece desteklediği siyasi görüşün desteğe ihtiyaç duyduğuna inandığı dönemde karşı görüşteki kişileri incitmemeye çalışarak paylaşımlarda bulunduğunu söylemiştir.

Gökhan: “Genelde yapmam ama bazen yaparım. O anki desteklediğim partinin ihtiyacı varsa ben de desteklemek için bu tür paylaşımlara yer veririm. Genelde karşı tarafı rencide etmeden tuttuğum siyasi partiye övmek adına paylaşımlar yaparım.”

Araştırmaya katılan görüşmecilere “Siyasi görüşlerinizi günlük hayatta net bir şekilde ortaya koyuyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere 23 kişi (12 erkek 11 kadın) günlük hayatta siyasi görüşünü net bir şekilde ortaya koyduğunu ifade etmiştir. Günlük hayatlarında siyasi görüşünü insanlara yansıtmadıklarını söyleyen kişi sayısı 7’dir (4 kadın 3 erkek). Bu sonuçlardan yola çıkarak görüşmeye katılan kişilerin çoğunluğunun günlük hayatlarında siyasi görüşlerini daha net bir şekilde ifade ettikleri belirlenmiştir. Fakülteler incelendiğinde günlük hayatlarında siyasi görüşlerini en fazla açıklayanların İlahiyat Fakültesinde (9 kişi- 5 erkek (erkeklerin tamamı), 4 kadın) okuduğu anlaşılmıştır. İkinci sırada Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi (8 kişi- 5 kadın (kadınların tamamı), 3 erkek), üçüncü sırada ise İletişim Fakültesi okuyan öğrencilerinin (6 kişi- 4 kadın 2 erkek) geldiği görülmüştür.

Tablo 30: Siyasi görüşlerinizi günlük hayatta net bir şekilde ortaya koyuyor musunuz?

Fakülte	Cinsiyet	Evet	Hayır
Güzel Sanatlar ve Tasarım	Kadın	5	-
	Erkek	3	2
İlahiyat	Kadın	4	1
	Erkek	5	-
İletişim	Kadın	2	3
	Erkek	4	1
Toplam		23	7

Görüşmecilerden 23’ü günlük hayatlarında siyasi görüşlerini net bir şekilde ortaya koyduklarını ifade etmiştir. Bu görüşmeciler durup dururken siyasi konular açmadıklarını altını çizerek sadece yakın çevreleriyle bu konuları konuştuklarını söylemiştir. Görüşmecilerin büyük bir çoğunluğu sosyal medyaya kıyasla siyasi görüşlerini gerçek hayatta daha net bir şekilde yansıttıklarını dile getirmiştir. Gerçek hayatta yüz yüze görüştüğü insanlara karşı kendini daha rahat ifade ettiğini belirten görüşmeciler sosyal medyada paylaşılan fikirlerin farklı noktalara çekilebileceğinden çekindiklerinin altını çizmiştir. Bazı görüşmeciler bu konudaki fikirleri şöyle aktarmıştır:

Selim: “Arkadaşlarımla bir araya geldiğimizde ve konu siyaseten açıldıysa illa ki görüşümü beli ederim. Siyasi görüşümle sadece tanıdığım insanlarla paylaşırım. Hayatta tanımadığım insanlarla siyasi bir konuda münakaşaya girmem. Yani lafı bile geçse konuyu değiştiririm. Tanımadığın insanın ne düşündüğünü bilemiyorsun. Senin fikirlerini anlayışla mı karşılayacak yoksa karşılamayacak mı? O yüzden sadece tanıdığım insanlarla konuşmayı tercih ederim.”

Elif: “Evet paylaşırım. Sosyal medyaya kıyasla bu ortamda daha rahat ve özgürce kendimi ifade edebiliyorum. Sosyal medyada paylaşım yapmam yaptığında paylaşımın farklı yönleri çekebiliyor. Ama günlük hayatta bu problemle karşılaşmasın. Çünkü gerçek hayatta sadece arkadaşlarıyla diyalog halindesin. Onların verecekleri tepkiyi az çok biliyorsun. İşte bu yüzden günlük hayata daha rahat bir şekilde siyasi görüşümü paylaşırım.”

Merve: “Yani sosyal medyaya oranla gerçek hayata daha netim. Benim fikirlerim benim için değerlidir ve bu yüzden fikirlerimi reel hayatta çekinmeden paylaşırım. Siyasi bir meseleyi sanal yüzlerle karşı tartışacağıma gerçek yüzlerle karşı tartışmayı tercih ederim. Çünkü reel dünya daima sanal dünyadan daha samimidir. Ayrıca gerçek dünyada insanların ne yapacağını kestirebiliyorsun.”

Hülya: “Gerçek hayata siyasi görüşümü belirtme noktasında daha net oluyorum. Şimdi gerçek hayatta yüz yüze görüştüğünüz insanlarla daha rahat kendinizi ifade edebiliyorsunuz. Siyasi ifadenizi karşı taraftaki insana rahatlıkla anlatabiliyorsunuz. Sosyal medyada böyle bir şey söz konusu bile değil. Sizin sadece paylaştığınız bir söz veya bir resim hakkında çok rahat farklı yorumlar çıkarabilir. Bu da sizin üzerinizden farklı bir algı yaratmalarına neden olur. Bu durum bizlerde hem kişisel kimlik hem de imaj açısından bir çöküntüye neden olur. Ama gündelik hayatta siyasi görüşümü rahatlıkla ifade edebiliyorum. Çünkü beni dinleyen insanlar sanal değil gerçek insanlar.”

Yasemin: “Yani siyasi bir konu açılırsa ben de geride durmam. Siyasi görüşümü belirtirim. Sosyal medyada bu tür paylaşımlar yaptığında yanlış anlaşılabilir. Sanal bir ortam olduğu için fikrini tam olarak anlatamayabilirsin. Ama gerçek hayatta kontrol tamamen sende. Kontrolüm altında olan bir düşüncüyü çekinmeden paylaşırım.”

Yasemin adlı görüşmecinin yukarıdaki ifadelerine bakıldığında onun sosyal medya ortamında fikrini tam olarak anlatamadığına ve gerçek hayatta kontrolün kendisinde daha fazla olduğuna inandığı için böyle bir tercihte bulunduğu anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan 7 kişi ise günlük hayatlarında siyasi görüşlerini paylaşmadıkları için sosyal medyada da böyle bir şey yapmayı uygun görmediklerini ifade etmiştir. Onlara göre bu tür paylaşımlar insanlar arasındaki ilişki zedeleyebilmektedir. Ayşe adlı görüşmeci bu durumu şöyle açıklamıştır:

Ayşe: “Hayır. Siyasi görüşüm bana aittir ve paylaşma gereği duymam. İnsan ilişkilerinde siyaset söz konusu olduğu zaman bölünmeler söz konusu olur. Siyasi düşüncenizi öğrendiğim zaman aynı siyasi düşüncede değilsem size karşı bir tepki

geliştiririm. Bu tepki istemli ya da istemsizde olabilir. Siyasi görüşünüz nedeniyle en ufak hatanızda yüzünüze vurabilirim de. İşte bu yüzden bu zamana kadar hiçbir siyasi meseleyi konuşmadım ve muhtemelen de hiç konuşmayacağım.”

Mehmet Ali: *“Hayır günlük hayatımda siyasetin yeri yoktur. Siyaset siyasilerin işi. Ben siyaseti sevmediğim için bu tür paylaşımlara da yer vermem. Yani illa ki bir siyasi düşüncem var. Bunu kamuoyuna yansıtarak ifşa olmanın bir anlamı yok. İfşa olursam toplum gözünde şu siyasi görüşe sahip biri diye algılanırım. İnsanlar siyaset yüzünden benle olan ilişkilerini askıya alabilirler. Bu duruma düşmemek için siyaseti içimde yaşar, dışarıya yansıtmam.”*

Siyasi konular açıldığında sessiz kaldığını belirten Nermin, insanların kendisini siyasi görüşü nedeniyle yargılamalarından çekindiğinin altını çizmiştir.

Nermin: *“Hayır siyasi görüşüm bende saklıdır. Toplum içinde siyaset konuşmam. Arkadaşlarımın hepsi konuşur ben sessiz kalırım. Çünkü insanlar sizi hemen siyasi görüşünüze göre yargılamaya başlıyor. En iyisi siyaseti hayatımızdan çıkarmak. Siyasete sessiz kalmak en sağlıklı olanı.”*

Siyasi görüşü olamadığını belirten Helin siyasetin altında her türlü yalan, dolan ve riyakarlığın yattığını iddia ederek hiç bir ortamda bu konuyla ilgili fikir beyanında bulunmadığını dile getirmiştir.

Helin: *“Benim siyasi bir görüşüm yok. Benim görüşüme göre siyaset yok. Yalan, dolan, riyakârlık ve her türlü kötülüğün altında siyaset vardır. Ne aile ortamında ne de arkadaş ortamında siyasi konuşmalara girmiyorum. Siyasi bir konuşma olduğunda ila ki birileri kırılıyor. Bu yüzden bu tür konularda sessiz kalmayı tercih ediyorum.”*

Araştırma sonucunda görüşmecilerin tamamına yakınının, (28 kişi) ilginç bir şekilde sosyal medya hesaplarında siyasi görüşlerini yansıtmamaya çalıştıkları ortaya çıkmıştır. Görüşmecilerin ‘fışılma’ ve arkadaşlarından ‘tepki’ görme korkularından dolayı bu yönde paylaşım yapmamayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu durum katılımcıların kendilerini sosyal medya ortamında yeterince özgür ve rahat hissetmediklerini göstermektedir. Bu durum Kılıç’ın (2015: 157) sosyal medyada insanların genellikle siyasi içerik paylaştığı ya da siyasi içerik paylaşma eğilimi gösterdiği teziyle örtüşmemektedir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin tamamına yakını (28 kişi) seçim dönemlerinde desteklediği siyasi görüş veya siyasi partiyle ilgili paylaşım yapmayı tercih etmediğini vurgulamıştır. Onlar seçim dönemlerinde destekledikleri partiye ya da siyasi görüşe yönelik paylaşım yapmak yerine, gerçek hayatta harekete geçerek oy vermeyi yeğlediklerini ifade etmiştir. Seçim dönemlerinde siyasi görüşlerini sosyal

medyada yansıttıklarını belirten görüşmeciler ise kimseyi rencide etmeden, siyasi parti ismi kullanmadan, yani dolaylı olarak bunu yapmayı tercih ettiklerinin altını çizmiştir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin çoğunluğunun (23 kişi) siyasi görüşlerini gerçek hayatta sosyal medyaya oranla daha rahat bir şekilde açıkladıkları ortaya çıkmıştır. Bu durum görüşmecilerin sosyal medya ortamında siyasi görüşlerini yansıtmada konusunda daha çekingen davrandıklarını göstermektedir. Bu görüşmeciler sosyal medya ortamında paylaşılan siyasi görüşlerin farklı yönleri çekilebileceğine ve ilerleyen dönemde mesleki hayatlarını olumsuz yönde etkileme ihtimali olduğuna inandıklarının altını çizmiştir. Ayrıca bu kişiler gerçek hayatta da siyasi fikirlerini herkesle paylaşmak yerine sadece yakın çevreleriyle konuştuklarını vurgulamıştır. Görüşmecilerden sadece 7'si siyasi görüşlerini ne sosyal medyada ne de günlük hayatlarında paylaştıklarını dile getirmiştir. Bu kişiler günlük hayatta siyasi fikirlerin açıklanması neticesinde insan ilişkilerinin zedelenmesi ve birleri tarafından yargılanma durumunun söz konusu olması nedeniyle böyle bir şey yapmadıkları açıklamıştır.

SONUÇ

Günümüzde sosyal medyanın önemi gün geçtikçe artmaktadır. Birey bu ortamın pasif bir üyesi olmaktan çıkarak aktif bir hale gelmiştir. Bu çalışma, İnönü Üniversitesi özelinde sosyal medyanın gençlerin hayatları ve kimlikleri üzerindeki etkisini incelemeyi ve onların sosyal medya ortamında kendi kimliklerini nasıl sunduklarını tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın amacına yönelik oluşturulan sorular İnönü Üniversitesinde (İletişim Fakültesi, İlahiyat Fakültesi ile Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde) okuyan toplam 30 kişiye (15 kadın ve 15 erkek) yöneltilmiştir. Derinlemesine görüşme tekniğiyle toplanan veriler fakülte ve cinsiyet bazında kıyaslanarak irdelenme yoluna gidilmiştir.

Bu çalışma, hem nitel bir araştırma olması hem de 30 kişi ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilerden yola çıkılarak oluşturulduğu için genellenebilirlik noktasında kesin sonuçlar içermemektedir. Fakat bu konuda gerçekleştirilen az sayıda çalışmadan biri olması sebebiyle ileride yapılabilecek olan kapsamlı çalışmalara ön bilgi sunması açısından önem arz etmektedir.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin tamamı sosyal medya kullanmaktadır. Araştırma sonucunda görüşmecilerin çoğunun internet kullanımını belirli saat aralığıyla sınırlandırdıkları, bazı görüşmecilerin ise bu sınırlamaya gitmedikleri, sürekli olarak internet kullandıkları tespit edilmiştir. İnternet siteleriyle beraber sosyal medya sitelerini kullandıklarını belirten görüşmeciler bu ortamda haber ve bilgi alma, alışveriş yapma gibi ihtiyaçlarını gidermektedir. İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin diğer fakültelere kıyasla internette daha fazla vakit geçirdiği belirlenmiştir.

Bazı görüşmeciler sosyal medya kullanımını herhangi bir saat dilimiyle sınırlandırmamıştır ve özellikle İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin diğer fakültelere kıyasla sosyal ağlarda daha fazla vakit geçirdikleri anlaşılmıştır. Verilen cevaplardan yola çıkarak sosyal medya ortamında geçirilen vaktin çok fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılan tüm görüşmecilerin sosyal medya sitelerini ziyaret ettikleri ortaya çıkmıştır. Görüşmecilerin çoğu güncel bilgileri takip etmek ve alışveriş yapmak için haber sitelerini kullanmak yerine sosyal medyayı kullanmayı tercih ettiklerini

belirtmiştir. Bu durum kişilerin sosyal medyayı sadece sosyalleşmek için kullanmadıklarını gösteren önemli bir unsurdur. Görüşmecilerin büyük bir çoğunluğunun sosyal medyayı hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. Bu durum Eraslan'ın (2016: 27) hızla gelişen toplumsal yaşamda sosyal medyanın artık insanların temel ihtiyacı olduğu tezini destekler niteliktedir.

Görüşmecilerin çoğunluğunun sosyal ağlara arkadaş çevresinin etkisiyle katıldığı belirlenmiştir. Bireyin arkadaşlarının sosyal ağları kullanması durumunun onun arkadaşlık ilişkilerini zayıflatacağı korkusuyla bu ortama mecburi olarak katılmasına sebebiyet verdiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda Vural ve Bat'ın (2010: 3374) gençlerin gerçekte fazla seçeneklerinin olmadığı için sosyal ağlarda yer aldığı ve bir şekilde dijital ortama bağlanma mecburiyeti hissettiği tezinin katılımcılar tarafından onaylandığı tespit edilmiştir.

Güzel Sanatlar Fakültesinde okuyan bazı görüşmeciler, sosyal ağlara katılma sebeplerini yaptıkları eserleri insanlara göstermek ve onların beğenilerini alarak beğenilme isteklerini tatmin etme arzusuna bağlayarak açıklamıştır. Bu durum onların sosyal medyayı sanatçı kimliklerini göstermek amacıyla bir araç olarak gördükleri anlamına gelmektedir.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin en fazla kullandıkları sosyal ağın Instagram olduğu saptanmıştır. Instagram'ın daha kolay ve anlaşılır bir yapıya sahip olması, göze hitap etmesi, son zamanların en popüler sosyal mecrası olması nedeniyle katılımcılar tarafından daha fazla tercih edildiği belirlenmiştir. Görüşmeye katılan sadece 3 kişi genellikle Facebook'u kullandığını söylemiştir. Bu durum Digital2019 Turkey raporu (Tablo 2) istatistikleriyle uyuşmamaktadır. Raporda Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformu Youtube ve Facebook olarak gözükmektedir. Araştırma sonucunda katılımcılar tarafından Youtube hiç tercih edilmezken, Facebook'un ise sadece 3 görüşmeci tarafından kullanıldığı görülmüştür. Araştırma verilerinden yola çıkarak Facebook kullanımının azaldığı, Instagram kullanımının ise arttığı söylenebilir. Bu da gençler arasında Instagram'ın Facebook'a kıyasla popüler hale geldiğini göstermektedir.

Görüşmeciler, sosyal medya hesaplarında kendilerine ait görsellerin yanı sıra beğendikleri içerikleri de paylaşmaktadır. Ayrıca görüşmecilerin bazılarının dünya ve

Türkiye gündemiyle alakalı bilgileri de paylaştıkları da görülmüştür. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan bazı görüşmecilerin kendi yaptıkları eserleri insanların beğenisine sunmak ve onlara alıcı bulmak amacıyla sosyal medyayı kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda özellikle erkek görüşmecilerin sosyal medya ortamında yabancılarla daha fazla iletişim kurma yoluna gittikleri saptanmıştır. Kadınların ise erkeklere oranla sosyal medya üzerinden yabancılarla ilişki kurma konusunda daha çekimser ve dikkatli davrandıkları görülmüştür. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya ortamında tanımadıkları insanlarla daha fazla iletişime geçtikleri tespit edilmiştir. İletişim Fakültesi öğrencilerinin zaman zaman sosyal medya vasıtasıyla mesleki anlamda kendilerini geliştirmek için tanımadıkları kişilerle iletişim kurdukları ortaya çıkmıştır. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin ise sosyal medyada tanımadıkları kişilerle iletişime geçme noktasında diğer fakültelere kıyasla daha çekimser kaldıkları belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin sosyal medya hesabı açarken ilk dikkat ettikleri şeyin profillerinde doğru bilgilere yer vermek olduğu anlaşılmıştır. Görüşmeciler bu bilgiler sayesinde sosyal medyada arkadaşları tarafından tanınarak onlarla iletişim içerisine gireceklerine inanmaktadır. Bazı görüşmeciler tanımadığı insanların kendilerine ait bilgilere ulaşmasından rahatsızlık duydukları için hesaplarını ilk açtıklarında gizli hesap özelliğini aktifleştirdiklerini belirtmiştir. Görüşmeciler, bu sayede kendilerine ait olan profilin yalnızca arkadaşları tarafından görüntülenmesine izin verdiklerini ifade etmiştir. Görüşmecilerin çoğu profil fotoğrafı olarak kendi fotoğraflarını kullanmayı tercih ettiklerini açıklamıştır. Bu görüşmeciler sosyal medya hesaplarının kendilerine ait bir 'vitrin' olarak gördüklerinden profil fotoğrafı olarak kendi görsellerini kullandıklarını ifade etmiştir. Bazı görüşmeciler, kendi fotoğraflarının başkaları tarafından çalınma olasılığı olması ve sahip oldukları dini inanç nedeniyle kullanmamayı tercih ettiğini açıklamıştır. Dini nedenlerle profilinde kendi fotoğraflarını kullanmayan kişilerin büyük çoğunluğunu İlahiyat Fakültesinde okuyan kişiler oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan çoğu görüşmeci sosyal medyanın hayatlarının merkezinde yer aldığını belirtmiş ve yaşamlarının her anında sosyal medyaya ihtiyaç duyduklarını

vurgulamıştır. Bazı görüşmeciler ise sosyal medyanın öneminin farkında olduğunu fakat bu ortam olmadan da yaşayabileceğini vurgulamıştır. Kimi görüşmeci için ise sosyal medyanın hiçbir önemi yoktur. Onlara göre sosyal medya sadece bir iletişim aracıdır.

Çoğu görüşmeci arkadaş/takipçi ve beğeni sayısının kendisi için hiçbir önem arz etmediğini söylemiştir. Bu kişiler sosyal medyada arkadaş/takipçi ve beğeni sayısını arttırmak gibi bir amaçlarının olmadığını açıklamıştır. Görüşmeciler paylaşım yapmaktaki amaçlarının beğendikleri içeriklerin ve yaptıkları çalışmaların, arkadaşları tarafından görünmesini sağlamak olduğunu ifade etmiştir.

Görüşmeciler sosyal medyanın insanları günlük hayatta yaşanan sıkıntılardan kurtaracağına inanmamaktadır. Onlara göre sosyal medyanın kendisi bizzat sıkıntılara neden olmaktadır. Zira bu kişiler sosyal medyanın zaman kaybına sebebiyet vermesi, üzücü olaylardan anında ve ayrıntılı bir şekilde haberdar olunmasını sağlaması nedeniyle daha fazla sıkıntı yaşadıklarına vurgu yapmıştır.

Bazı görüşmeciler ise ders noktasında yaşadıkları sıkıntılardan sosyal medya sayesinde kurtulduklarını vurgulamıştır. Bazıları ise sosyal medya sayesinde gitmeyi çok isteyip gidemedikleri yerleri gördüklerini ve bu sayede kendilerini mutlu hissettiklerini belirtmiştir.

Görüşmecilerin çoğu zaman zaman sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündükleri belirtmiştir. Zira onlar sosyal medyanın çok fazla dikkatin dağılmasına ve zaman kaybına neden olduğunu düşünmektedir. Fakülte bazında kıyaslama yapıldığında İlahiyat Fakültesi ve İletişim Fakültesinde okuyan öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündükleri anlaşılmıştır. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan öğrencilerin ise sosyal medya hesaplarını kapatmayı hiç düşünmedikleri saptanmıştır. Yaptıkları eserlere sosyal medya hesapları üzerinden alıcı bulduklarını belirten bu görüşmeciler, beğenilme arzularını da bu platformda giderdikleri için sosyal medya hesaplarını kapatmayı hiç düşünmediklerini açıklamıştır.

Sosyal medya hesabını kapatmayı düşünen veya kapatan görüşmecilerin okul arkadaşları ve ortamıyla ilgili olarak önemli bilgilere ulaşmak istedikleri için tekrar hesap açtıkları belirlenmiştir. Bu da sosyal medyanın günümüz koşullarında vazgeçilmez bir ihtiyaç haline dönüştüğünü göstermektedir. Bu bağlamda bazı

görüşmecilerin sosyal medyayı kurgulanmış hayatların yaşandığı ve sahte mutlulukların paylaşıldığı bir yer olarak görmesine rağmen bu ortamı kullanmayı hala tercih etmesini daha anlaşılır bir hale getirmektedir denilebilir.

Yapılan araştırma neticesinde görüşmecilerin siyasi ve dini konularda paylaşım yapmadıkları için tepki almadıkları ortaya çıkmıştır. Bu noktada görüşmecilerin tepki almamak için, yaptıkları paylaşımlarda birtakım kısıtlamalar yaptığı belirlenmiştir. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesinde okuyan öğrencilerin diğer fakültelere kıyasla sosyal medya ortamında daha fazla tepki alması kendilerini paylaşım noktasında daha az kısıtladıkları anlamına gelebilir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin, arkadaşlarının sosyal medya hesaplarında yaptıkları paylaşımlar sonucunda dünya ve siyasi görüşleriyle ilgili bilgiler elde ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların arkadaşlarıyla olan ilişkilerinin bu görüşlerden negatif yönde etkilendiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca görüşmeciler paylaşımlarından rahatsız oldukları kişileri sosyal medyada engellediklerini söylemiştir. Görüşmecilerin büyük çoğunluğu bu engelleme durumun günlük hayattaki ilişkilerine de yansımaya bazı kişilerle arkadaşlık ilişkilerini bitirdikleri tespit edilmiştir.

Görüşmecilerin çoğu sosyal medya ortamını güvenilmez buldukları için özel hayatlarıyla ilgili paylaşımlar yapmadıklarını belirtmiştir. Bu kişiler tanımadıkları kişilerin de yer aldığı bu platformda özel hayatın paylaşılmasını doğru bulmamaktadır. Onların, insanlar tarafından hesaplarının çalınma ve başkaları tarafından gözetlenme ihtimalinin olması ile çevrelerinde oluşabilecek dedikoduların önüne geçmek gibi nedenlerle özel hayatlarını bu ortamda paylaşmadıkları ortaya çıkmıştır. Görüşmecilerin bazıları ise aslında sosyal medya ortamında özel hayatın paylaşılmasına karşı olmalarına rağmen bu tür paylaşımda bulunanları da saygı ile karşıladıklarını dile getirmiştir.

Araştırmaya katılan görüşmecilerin çoğunluğunun kimliği din, etnik ve geleneksel yapıdan bağımsız olarak kişilik özellikleri üzerinden tanımladıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan, çoğunluğunu İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin oluşturduğu görüşmeciler kimliklerini tanımlarken mensubu oldukları dinin etkisinden

bahsetmiştir. Bu bağlamda araştırma sonucunda hiç de şaşırtıcı olmayan bir sonuca ulaşılmıştır denilebilir.

Görüşmecilerin büyük bir çoğunluğu kimliklerinin bir parçası olarak siyasi ve dini görüşlerini görmesine rağmen bir takım tartışmaların içerisine girmemek ya da kendileriyle ilgili bu tür bilgilerin kötü niyetli kimseler tarafından kullanılmasını engellemek amacıyla siyasi ve dini içerikli paylaşımlar yapmadıkları saptanmıştır.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin çoğunluğunun sosyal medya hesaplarında bayrak, flama, tuğra gibi sembolleri kullanmadıkları belirlenmiştir. Görüşmecilerin bu tür paylaşımların siyasi içerikli ve gösteriş yapma olarak algılanma ihtimalinin yüksek olması nedeniyle bu tür sembolleri sosyal medya hesaplarında paylaşmadıkları görülmüştür. Bazı görüşmeciler özellikle ülke gündemini derinden etkileyen olaylarda milliyetçi kimliklerini bu tür paylaşımlarla vurgulamak istediklerini ifade etmiştir. Diğer fakültelerin aksine İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin sosyal medya hesaplarında bu tür sembolleri paylaşmayı tercih ettikleri saptanmıştır. Bu da İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin sosyal medyada diğer fakültelere oranla milliyetçi kimliklerini fazla ön planda sundukları şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin çoğunun Türkiye’de meydana gelen bir terör saldırısına karşı en azından sosyal medya üzerinden tepki vermeyi tercih ettikleri anlaşılmıştır. Bu görüşmeciler “kendi vatanına” “kendi insanına” karşı yapılan saldırılara karşı sessiz kalmayacaklarını belirtmiş yazı, video, fotoğraf ve çeşitli görseller kullanarak tepkilerini dile getireceklerinin altını çizmiştir. Bu durum görüşmecilerin büyük çoğunluğunun ülkelerinde meydana gelen terör olayına sessiz kalmayarak sosyal medyada milliyetçi kimliklerini sunduklarını göstermektedir. Bazı görüşmeciler sosyal medya ortamında verilen tepkinin bir anlam ifade etmediğini öne sürerek eylemsel anlamda bir şeyler yapmaya çalıştıklarını vurgulamıştır. Bazıları ise yapmış oldukları bu tür paylaşımların farklı yöne çekilme ihtimalinden çekindiklerinden bu tür saldırılardan üzüntü duymalarına rağmen böyle paylaşımlar yapmadıklarını kaydetmiştir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin çoğunun dini görüşlerini sosyal medya hesaplarında paylaşmayı tercih etmedikleri görülmüştür. Görüşmecilerin büyük

çoğunluğuna göre din kişiye özeldir bu nedenle onu herkese açık olan bir ortamda paylaşmak doğru değildir. Araştırma sonucunda diğer fakültelerin aksine İlahiyat Fakültesinde okuyan görüşmecilerin dini görüşlerini sosyal medya hesaplarında daha fazla paylaştıkları ortaya çıkmıştır. Bu kişiler insanlara dini konularda bilgi vermek istedikleri ve okudukları bölümden ötürü bunu bir tür yükümlülük olarak gördüklerinden dolayı böyle bir davranış içerisine girdiklerini açıklamıştır. Bu bağlamda diğer fakültelerle kıyasla İlahiyat Fakültesinde okuyan kişilerin dini kimliklerini sosyal medyada daha fazla ön planda sundukları gibi çok da şaşırtıcı olmayan bir sonuca ulaşılmıştır denilebilir.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin yarısının günlük hayatta dini düşüncelerini paylaştıklarını, diğer yarısının ise günlük hayatlarında da dini görüşlerini paylaşmadıkları belirlenmiştir. Fakülte bazında incelendiğinde İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin diğer fakültelere kıyasla günlük hayatlarında dini düşüncelerini daha fazla paylaşma eğilimi gösterdikleri tespit edilmiştir. Bu kişilerin gerçek hayatta da dini düşüncelerini daha net bir şekilde ortaya koyması İlahiyat Fakültesinde okumalarıyla yakından ilişkilidir denilebilir. Kısaca İlahiyat Fakültesinde okuyan öğrencilerin hem sosyal medyada hem de günlük hayatta dini görüşlerini daha rahat ve net bir şekilde paylaştıkları saptanmıştır.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin çoğunun dindaşlarına yönelik bir saldırı karşısında kendilerini kötü hissettikleri ortaya çıkmıştır. Onlar bu saldırıları direkt kendilerine yönelik bir saldırı olarak yorumlamıştır. Görüşmeciler saldırıya uğrayanları ‘kardeşleri’ olarak gördüklerini açıklayarak bir ‘Müslüman’ olarak en azından sosyal medya üzerinden tepki vermeye çalıştıklarını dile getirmiştir. Bazı görüşmeciler sosyal medya ortamında verilen tepkinin gerçek hayata hiçbir yansıması olmadığına inanmakta ve bu saldırılara karşı gerçek hayatta bir tepki vermek gerektiğini savunmaktadır.

Araştırma sonucunda görüşmecilerin tamamına yakınının, sosyal medya hesaplarında siyasi görüşlerini yansıtmada konusunda çekimser davrandıkları görülmüştür. Görüşmecilerin, birileri tarafından fişlenme ve arkadaşlarından tepki görme ihtimalinden dolayı siyasi görüşleriyle ilgili paylaşım yapmadıkları tespit edilmiştir. Bu durum görüşmecilerin kendilerini sosyal medyada yeterince özgür hissetmediklerini göstermektedir.

Araştırmada görüşmecilerin tamamına yakınının seçim dönemlerinde desteklediği siyasi görüş veya siyasi partiyle ilgili paylaşım yapmadığı belirlenmiştir. Bu görüşmecilerin başkalarının siyasi görüşüne saygı göstermek, farklı siyasi görüşe sahip insanlarla tartışma içerisine girmemek ve siyasi içerikli paylaşımlar nedeniyle gelecekte mesleki anlamda sıkıntı yaşamamak adına siyasi görüşlerine sosyal medya ortamında yer vermedikleri tespit edilmiştir. Seçim dönemlerinde siyasi görüşlerini sosyal medyada paylaşan kişilerin ise kimseyi rencide etmeden, siyasi parti ismi kullanmadan, yani dolaylı olarak bunu yapmayı tercih ettikleri ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucunda çoğu görüşmecinin sosyal medyada siyasi görüşlerini paylaşmazken gerçek hayatta yakın çevreleriyle paylaşma eğilimi gösterdikleri ortaya çıkmıştır. Bu görüşmecilerin yüz yüze görüştüğü kişilere karşı kendilerini daha rahat ifade etmeleri ve sosyal medyada olduğu gibi fikirlerinin farklı yönlere çekilme ihtimalinin olmaması nedeniyle konu açıldığında siyasi fikirlerini daha açık yürekli bir şekilde paylaştıkları saptanmıştır. Bu durum Engin'in (2015: 73) yaptığı çalışmada ulaştığı sonuç olan, öğrencilerin sosyal medyada düşüncelerini özgür bir şekilde ifade ettiği ve kendilerini rahat hissettikleri teziyle örtüşmemektedir. Fakülteler bazında bakıldığında günlük hayatlarında siyasi görüşlerini en fazla açıklayanların İlahiyat Fakültesinde (9 kişi- 5 erkek (erkeklerin tamamı), 4 kadın) okuduğu anlaşılmıştır. Bu durum İlahiyat Fakültesinde okuyanların hem sanal hem de gerçek hayatta dini kimliklerini daha rahat bir şekilde ifade ettiklerini göstermektedir.

Araştırmada sosyal medya kullanıcılarının, 'fişlenme', 'tepki görme', 'arkadaşlarıyla olan ilişkilerinin kötüleşmesi olasılığı' gibi nedenlerle kimliklerini bu mecrada tam olarak paylaşmadıkları ortaya çıkmıştır.

Yapılan bu araştırma nitel bir çalışma olması nedeniyle örneklem olarak sadece İnönü Üniversitesinde okuyan kişiler seçilmiştir. Bu araştırmadan sonra yapılacak çalışmalarda örneklem seçiminin farklılaşması ve genişletilmesi ile nicel veriler ışığında elde edilen sonuçların kıyaslanması söz konusu olabilir. Bu sayede sosyal medyanın kimlik sunumuyla olan ilişkisiyle ilgili farklı ve yeni bilgilere ulaşmak mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akbayır, Z., (2015) “Sosyal Medyada Güvenlik Sorunu: İnanmak ya da İnanmamak İşte Tüm Mesele Bu!”, *Ağdaki Şüphe “Bir Sosyal Medya Eleştirisi”*, (1. baskı), Der. Tolga Kara ve Ebru Özgen, Beta Yayınları, İstanbul.
- Akkaş, İ., “Küreselleşme ve Kimlik”, *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2013/ 2, (1), ss. 67-79.
- Aktaş, İ., (2008)*Küreselleşme Sürecinde Kimlikler*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Elazığ.
- Akyazı, E., Ateş, D., (2012) “Kültürel Kimlik Farkındalığı Yaratmada Sosyal Ağların Rolü: Manav Türkleri Üzerine Bir Araştırma”, *Sosyal Medya Akademi*, (1. Baskı), Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Alioğlu, N., “Duygusal Tatmin Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Alan Araştırması”, *BUJSS Dergisi*, 2016/9, (2), ss. 1-27.
- Algül, L., “Sosyal Ağ Kullanıcılarının “Abartılı Paylaşım”, “Benlik Sunumu” Ve Mahremiyet Tüketimleri”, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 2018/13, (49), ss. 21-44; <<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/441621>> (Erişim Tarihi: 07.03.2019).
- Anık, M., (2012), *Kimlik ve Çokkültürcülük Sosyolojisi*, (1. baskı), İstanbul, Açılım Kitap.
- Arık, E., (2013) “Sosyal Medyada Mahremiyet Görünümleri”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey*, (1. baskı), ed. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Çizgi Kitapevi, Konya.
- Armağan, A., “Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları: Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma”, *Akademik Bakış Dergisi*, 2013/7, (37), ss. 1-20.
- Attikan, Z., Tunç, A., (2011) *Blogdan Al Haberi: Haber Blogları, Demokrasi ve Gazeteciliğin Geleceği Üzerine*, (1. baskı), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- Aydoğan, F., (2010) “İkinci Medya Çağında Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet”, *İkinci Medya Çağında İnternet*, (1. Baskı), Der. Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz, Alfa Yayıncılık, İstanbul.
- Bedir, A., (2016) *Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana Bilim Dalı, Erzurum.
- Biletska, Y., Şahin, C., Şükür, İ., “Kolektif Hafıza ve Milli Kimlik Bağlamında Türkiye de Resmi Tarih Yazıcılığı”, *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2014/3, (1), ss. 94–116.
- Bilgin, N., (2007), *Kimlik İnşası*, (1. baskı), Aşina Kitaplar, İzmir.
- Boz, N., (2012) *Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik Ve Benlik Sunumu*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Bilişim Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Çakır, A., (2009) *Yeni İletişim Ortamlarıyla Değişen Gazeteler ve Gazetecilik Anlayışı*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Genel Gazeteciliği Bilim Dalı, İstanbul.
- Çakmak, V., “Online Benlik Sunumu ve Narsisizm Arasındaki İlişki Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”, *AJIT-E: Online Academic Journal of Information Technology*, 2018/9 , (40), 137–152; <www.ajit-e.org/download_pdf.php?id=338&f=338_rev1.pdf> (Erişim Tarihi: 02.25.2019).
- Çekiç Akyol, M., Akyol, A., Yılmaz, “Yeni Medya Araçlarında Görsel İletişim: Otomobil Markalarının Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir İnceleme”, *Selçuk İletişim*, 2014/8 , (2), ss. 119-131; <<http://josc.selcuk.edu.tr/article/view/1075000345/1075000335>> (Erişim Tarihi: 07.03.2019).

- Durak, H., “İlköğretim Ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımında Dijital Kimliklerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2016/9, (44), ss. 902-912.
- Durante, M., “The Online Construction of Personal Identity through Trust and Privacy”, *Information*, 2011, (2), ss. 594-620; <https://www.researchgate.net/publication/220121535_The_Online_Construction_of_Personal_Identity_Through_Trust_and_Privacy> (Erişim Tarihi: 08.11.2017).
- Dülgerbaki, T., (2015), Yerel yönetimlerde Sosyal Medya Planlaması ve Uygulama Stratejileri: Sosyal Medyayı Yerel Yönetimlerde Etkili Kullanma; Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu, (1 baskı), Erguvan Yayınları, İstanbul.
- Düvenci, A., (2012) *Ağ Neslinin İnternet Kullanımı Üzerindeki Sosyal Medya Etkisinin Sosyal Sapma Yaklaşımı İle İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Bilişim Bilim Dalı.
- Eraslan, L., (2016), Sosyal Medyayı Anlamak: Bir Sosyal Medya Rehberi, (2 baskı), Nobel Yaşam, Ankara.
- Eraslan, L., Eser D. Ç., (2015), Sosyal Medya Toplum Araştırma: Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş,(1. baskı), Beta, İstanbul.
- Eryentü, M., (2015) *Küreselleşme Sürecinde Kimliksizlik*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Erzurum.
- Eldeniz, L., (2010) “İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2”, *İkinci Medya Çağında İnternet*, (1. baskı), Der. Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz, Alfa Yayıncılık, İstanbul.
- Engin, Y., (2015) *Sosyal Medya Kullanıcılarında Dijital Kimlik Olgusu Ve Toplumsal Olaylar Bağlamında İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi),İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul.

- Ferreras, E. M., (2013) “İspanya’da Kasım 2011 Genel Seçimleri’nde 15-M Hareketi’nin Twitter Analizi”, *Sosyal Medya ve Ağ Toplumu II: Kültür, Kimlik, Siyaset*, (2. baskı), Ed. Can Bilgili ve Gülüm Şener, Reklam Yaratıcıları Derneği, İstanbul.
- Filiz, O., O., Erol, F., İnan Dönmez vd. ..., “BÖTE Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 2014/3, (2), ss.17-28; <https://www.researchgate.net/profile/Osman_Erol4/publication/316861461_BOT_E_bolumu_ogrencilerinin_sosyal_ag_siteleri_kullanim_amaclari_ile_internet_bagimliliklari_arasindaki_iliskinin_incelenmesi/links/5942361fa6fdcc13d689bd0a/BOT_E_bolumu_ogrencilerinin-sosyal-ag-siteleri-kullanim-amaclari-ile-internet-bagimliliklari-arasindaki-iliskinin-incelenmesi.pdf> (Erişim Tarihi: 11.09.2018).
- Göksu, V., “Siyasal Kimlikler Ve Merkez-Çevre Dikotomisi Bağlamında Türkiye’de Merkez Sağ Ve Merkez Sol”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2013/8, (2), 69-93; <<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/17718>> (Erişim Tarihi: 08.03.2019).
- Gönenli, G., Hürmeriç, P. (2012) “Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook Kullanımı”, *Sosyal Medya Akademi*, (1.baskı), Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Gül, S. U., (2010) *Küreselleşme ve Kimlik*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Malatya.
- Gündüz, U., Engin, Y., (2016) “Sosyal Medya ve Dijital Kimlik Olgusu”, *Göz(et)lenen Toplumdan Göz(et)lenen Bireye*, (1. baskı), ed. Büyükaslan, A. ve Kırık, A.M., Çizgi Kitapevi, Konya.
- Gündüz, U., (2013) “Toplumsal Hareketler, Sivil İtaatsizlik ve Sosyal Medya Yansımaları”, *Sosyal Medya Araştırmaları “Sosyalleşen Birey”*, (1. baskı), ed. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Çizgi Kitapevi, Konya.

- Herring, S.C., Kapidzic, S., (2015) “Teens, Gender, and Self-Presentation in Social Media, In: Wright JD (ed.) International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences”, 2nd ed. Oxford: Elsevier, pp. 1–16.
- İlhan, S., “Akışkan Toplumda Kimlik İnşası: Geçişken, Eklektik, Ben Odaklı Kimlikler”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2013/23, (2), ss. 233-246; <<https://docplayer.biz.tr/19046858-Akiskan-toplumda-kimlik-insasi-gecisken-eklektik-ben-odakli-kimlikler.html>> (Erişim Tarihi: 09.03.2019).
- İsmayılzade, L., “Sanal Dünyada Sanal Dönüşüm”, *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 2017/1 (3), ss. 227-236; <yenimedya.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2017/06/ejnm_v01i3102.pdf> (Erişim Tarihi: 11.11.2018).
- Jarvis, J., (2011), E-Sosyal Toplum: Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi, Çev. Çağlar Kök, (1. baskı), Mediat, İstanbul.
- Jukuri, K., (2013) *Identity Projects of Design Professionals – Identity Construction Using Social Media*, Teheis, Aalto University School of Business.
- Kara, T., (2015) “Sahte Düşler: Benliğin Araçsallaşması ve Sosyalleşme Yanılgısı”, *Ağdaki Şüpheler “Bir Sosyal Medya Eleştirisi”*, (1. baskı), Der. Tolga Kara ve Ebru Özgen, Beta, İstanbul.
- Karaduman, S., “Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü”, *Journal of Yasar University Dergisi*, 2010/17, (5), ss. 2886-2899.
- Karakaş, M., “Türkiye’nin Kimlikler Siyaseti ve Sosyolojisi”, *Akademik İncelemeler Dergisi* (Journal of Academic Inquiries), 2013/8, (2), ss. 1-44; <<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/17716>> (Erişim Tarihi: 12.11.2018).
- Karakoç, E., Taydaş, O., (2013) “Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey*, (1. baskı), ed. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Çizgi Kitapevi, Konya.
- Karaoğlu, B., (2015) *Gündelik Hayatta Benlik Sunumunun Sosyal Paylaşım Ağı Facebook Üzerinden İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı, Erzurum.

Karataş, Z., “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri”, *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 2015/1, (1), ss. 62-80; < <https://docplayer.biz.tr/7858074-Sosyal-bilimlerde-nitel-arastirma-yontemleri.html>> (Erişim Tarihi: 02.08.2019).

Kardaş, S., (2017) *Sanal Kimlik Ve Spiritüel İyi Oluşun Üniversite Öğrencilerinin Narsistik Eğilimlerini Yordayıcılığı*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı, İstanbul.

Keyman, E., F., (2009) “Sistem Kurucu ve Sistem Dönüştürücü Bir Toplumsal Gerçeklik Olarak Kültürel Kimlik Olgusunu Yeniden Düşünmek”, *Kimlikler Lütfen: Türkiye Cumhuriyeti’nde Kültürel Kimlik Arayışı ve Temsili*, (1. baskı), Der. Gönül Pultar, ODTU Yayıncılık, Ankara.

Kılıç, Ç., (2015) *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi) İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı, İstanbul.

Kırık, A. M., (2017) “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey*, (2. baskı), ed. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Çizgi Kitapevi, Konya.

Kırık, A. M., (2013) “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey*, (1. baskı), ed. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Çizgi Kitapevi, Konya.

Korkmaz, İ., Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 2012, (5), ss. 107-122.

Krombholz, K. vd. ..., Fake Identities in Social Media: A Case Study on the Sustainability of the Facebook Business Mode,. *Journal of Service Science Research*, 2012, (4), ss. 175-212.

- Kuşay, Y.,(2013), Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık: Facebook Üzerine Bir Araştırma, (1 baskı), Beta, İstanbul.
- Kuyucu. M., (2015) “Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye’deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı”, *Sosyal Medya Araştırmaları 2: “Sosyalleşen Olgular”* , (1. baskı), ed. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Çizgi Kitapevi, Konya.
- Kuyucu, M., Zinde T., (2013), Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, (1. Baskı), Zinde Reklam Yayıncılık, İstanbul.
- Mavnacıoğlu, K., (2015), Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi: Kurumsal Blog Odaklı Bir Yaklaşım, (1 baskı), Beta, İstanbul.
- Melucci, A., (2014) “Süreç Olarak Kolektif Kimlik”, *Kimlik Politikaları: Tanıma Özdeşlik ve Farklılık*, (1. baskı), Ed. Fırat Mollaer, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Ogidi, J.D., (2015) *Social Media as a Source of Self-Identity Formation: Challenges and Opportunities for Youth Ministry*, Stellenbosch University.Tehesis,
- Ondailymotion.com (2019). Dailymotion Nedir?, <<https://press.ondailymotion.com/en/company/>> (Erişim Tarihi: 06.08.2019).
- Özdemir, Z., “Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı”, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2015/2, (1), ss. 112-131.
- Öztürk, Ş., “Sosyal Medyada Etik Sorunlar”, *Selçuk İletişim*, 2015/9, (1), ss. 287-311; <<http://josc.selcuk.edu.tr/article/view/1075000641/5000124937>> (Erişim Tarihi: 08.03.2019).
- Özutku, F., vd. ..., (2014), Sosyal Medyanın ABC’si,(1. baskı), Alfa Yayınevi, İstanbul.
- Pinterest.com (2019). Pinterest Nedir?, <<https://help.pinterest.com/tr/guide/all-about-pinterest>> (Erişim Tarihi: 01.02.2019).
- Pamuk, A., (2014), Kimlik ve Tarih: Kimliğin İnşasında Tarihin Kullanımı, (1 baskı), Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul.

Sapçı, A. A., (2015), Sosyal Medyadaki Yüzümüz, (1. baskı), Beyaz Yayınları, İstanbul.

Smith, A. D., (2009), Milli Kimlik, çev. Bahadır Sina Şener, (5. baskı), İletişim Yayınları, İstanbul.

Slideshare.net (2019a): Dünya’da Aktif Sosyal Medya Platformu Kullanıcı Sayısı, <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01?ref=https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>> (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

Slideshare.net (2019b): Türkiye’de Aktif Kullanılan Sosyal Medya Platformları, <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01?ref=https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>> (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

Slideshare.net (2019c): Türkiye’de Aktif Sosyal Medya Kullanıcı İstatistiği, <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01?ref=https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>> (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

Slideshare.net (2019d): Türkiye’de Sosyal Medya Araçları Kullanıcı İstatistiği, <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01?ref=https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>> (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

Sütlüoğlu, T., Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği, *Folklor/Edebiyat*, 2015/21, (83), ss. 125-147.

Şener, G., (2013) “Toplumsal Mücadele Alanı olarak Sosyal Medya”, Sosyal Medya ve *Ağ Toplumu- II: Kültür, Kimlik, Siyaset*, (2. baskı), Ed. Bilgili, C., Şener, G., Reklam Yaratıcıları Derneği, İstanbul.

tdk.gov.tr (2018): Bağımlılık Nedir?, <http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=31452> (Erişim Tarihi: 14.12.2018).

- tdk.gov.tr (2018): Kimlik Nedir?, <http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5877ee3a2eed40.94529014> (Erişim Tarihi: 10.10. 2017).
- Tekin, H. H., “Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme”, *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakóltesi Sosyoloji Dergisi*, 2006/3, (13) ss. 101–116; <<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/4163>> (Erişim Tarihi: 01.03.2019).
- Timisi, N., (2003), *Yeni İletişim ve Demokrasi*, (1. baskı), Dost, Ankara.
- Tiryaki, S., (2015), *Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı*, (1. baskı), Literatürk Academia, Konya.
- Tokgöz Bakıroğlu, C., “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları” *Akademik Bilişim Konferansı*, 23-25 Ocak 2013. Antalya.
- Toprak, A., vd. ..., (2014), *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görüyorum Öyleyse Varım*, (2. basım), Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Tuncer, E., (2014), *Sosyal Medya İmparatorluğu: Patron*, (1. baskı), Akis Yayınları, İstanbul.
- Turan, Y., “Sosyal Medyanın Kimlik Gelişimindeki Rolü”. *Kişilik ve Karakter İnşasında Dinin Yeri*, 10-12 Haziran 2016. Ordu.
- Türkkan, Z., (2011) *Kimliğin Oluşumunda ve Korunmasında Dinin Rolü*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalı, Ankara.
- Uzundumlu, Ö., (2015) *Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşımı: Selfie Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı, Erzurum.
- Ünür, E, Didem D. D, “Sosyal Kimlik Olarak İslam’ın Sosyal Medyaya Yansıması: #Gerçekİslam”, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 2016/16 (3), ss. 37-61;

<<https://docplayer.biz.tr/36885338-Sosyal-kimlik-olarak-islam-in-sosyal-medyaya-yansimasi-gercekislam.html>> (Erişim Tarihi: 22.02.2019).

Vardarlier, P., (2016), Sosyal Medya Stratejisi, (1 baskı), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

Varol, S. F., “Medyada Yer Alan Temsilerin Kimlik Edinme Sürecindeki Rolü”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 2014/8(26), 301–313; <https://www.jasstudies.com/Makaleler/48274618_21Yrd.%20Do%C3%A7.%20Dr.%20Sibel%20F%C3%BCgan%20VAROL.pdf> (Erişim Tarihi: 01.06.2018).

Mayfield, A., (2010) What is Social Media, iCrossing, e-book; s. 6’dan aktaran, Vural, Z., Bat M., “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 2010/ 20, (5), ss. 3348-3382; https://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/08/3_BVural_MBat.pdf20. (Erişim Tarihi: 12.2018).

Yamamoto, G. T., Şekeroğlu, Ö. K., (2014), Sosyal Medya ve Blog, (1. Baskı), Kriter Yayınevi, İstanbul.

Young, K. S., (2007) Cognitive behaviour therapy with internet addicts: treatment outcomes and implications, *CyberPsychology*; s.134’ten aktaran, Yılmaz, E., Şahin, vd., (2014) “Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: Balıkesir İli Örneği”, *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 133-144; <https://docplayer.biz.tr/1640271-Lise-ogrencilerinin-internet-bagimlilik-duzeylerinin-cesitli-degiskenlere-gore-incelenmesi-balikesir-ili-ornegi.html> (Erişim Tarihi: 02.01.2019).

Zıllıoğlu, M., (2008), ”Kimliğin Kavramsal Serüveni”, *Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor musun*, (1. baskı), Ed. Hülya Uğur Tanrıöver, Hil Yayın, İstanbul.