

Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım (*)

Lokman CERRAH (**)

Öz: Bireylerin birbirleriyle yazılı veya görsel olarak iletişim kurmalarını kolaylaştıran sosyal medya farklı inanç, milliyet ve kültürlere sahip insanların diğerlerini tanımalarına ve aynı zamanda kendilerini sorgulamalarına da yol açmıştır. Dolayısıyla sosyal medya birey ve toplumların değişmesine imkân tanımış bununla beraber toplumlarda ki değişimlerin de anlık olarak göz önüne çıkmasını sağlamıştır. Bu gün artık insanlar sosyal medyayı takip ederek dünyayı tanıma, kendini dünyaya anlatma imkân ve fırsatına her zamankinden daha çok sahiptirler. Yine günümüzde bir toplumun veya grubun zihinsel değişiminin ele alındığı bir çalışma kapsamında o toplum veya gruptaki bireylerin sosyal medya hesaplarının değerlendirilmesi sonucu bu değişimle ilgili önemli veriler elde edilebilir. Çünkü sosyal medya bütün insanlara açık bir platformdur. Yapısı itibarıyla de çoğunluğun benimsediği, takip ettiği veya onayladığı düşünce ve davranışlarda ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya kamuoyunu yansıtan bir işleve bürünmektedir. Aynı zamanda kamuoyunu etkileyen bir işleve sahip olan sosyal medya, birey ve toplumla ilgili pek çok kavram ve kurum ve olguyu da değiştirmektedir. Bu değişiklikler, toplumsal yapıyı değiştirmekte ve adeta toplumu yeniden inşa etmektedir. Sosyal medyanın bu yapısı beraberinde eleştirileri de getirmektedir. Özellikle bu eleştiriler, mahremiyetin ortadan kalkması, kimlik problemleri, aile içi ilişkileri olumsuz etkilemesi ve insan psikolojisi üzerine olumsuz etkileri olarak sıralanabilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Aile, Sosyal Kurum, Siyaset, Eğitim, İnternet, Facebook, Youtube, İletişim, Kültür, Kimlik

Some Corporate Social Media and Interaction and Critical Approach to Social Media

Abstract: The social media, that facilitate individuals to communicate with each other visually and in writing, let the individuals to learn about the other people from different religions, cultures and nations and also led to question themselves at the same time. Therefore, the social media enabled the individuals and the society to change and also provided to these society changes to emergence transiently. Today, people have the opportunities and possibilities to acknowledge the world, to tell the world about themselves more than ever before by following the social media. Yet today, in the extent of a study that dealt with the mental changes of a society or a group in the evaluation of that society or groups' social media accounts, one can obtain important data about this change. Because social media is a platform open to all people. It comes into prominence as of it's structure in the thought or behavior adopted or followed by the majority. Which is a function of social media it is also affecting the public, many individuals and institutions and concepts and facts

*) Bu makale doktora tezinden çıkarılmıştır.

**)Dr.,Atatürk Üniversitesi Oltu Beşeri ve Sosyal Bilimler Fakültesi (e-posta: lokmancerrah@atauni.edu.tr)

related with the society is changing. These changes alter the social structure and society is almost rebuilt. It brings together the criticisms of the structure of social media. In particular, these criticisms, the disappearance of privacy, identity problems, negatively affecting family relationships and negative effects on the human psyche as it can be listed.

Keywords: Social Media, Family, Social Institutions, Politics, Education, Internet, Facebook, Youtube, Communication, Culture, Identity

Makale Geliş Tarihi: 05.04.2016

Makale Kabul Tarihi: 29.11.2016

I. Giriş

Sosyal medya günümüzde en önemli kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Fakat sadece iletişimi sağlamakla kalmamış aynı zamanda veri saklama ve bilgi edinme açılarından da insanların ilk başvurdukları kaynak olmuştur. Gerek iletişim kurma, gerek veri saklama ve gerek bilgi edinme işlevleri ile sosyal medya artık günümüz insanları için hem bireysel hem de toplumsal olarak vazgeçilmez bir araçtır.

Bütün bu işlevleri ile birey ve toplum hayatının her bir parçasına ve kurumuna etki etmekte ve hemen hemen her şeyi olumlu/olumsuz olarak etkilemekte ve çoğunlukla da değiştirebilmektedir. İşte biz de bu çalışmamızda sosyal medyanın birey ve toplum hayatının önemli birer parçası olan bazı kavram ve kurumlarla etkileşimini ele almaya çalıştık.

Sosyal medya her ne kadar insanlık için önemli bir kazanım olarak görülse de ve daima olumlu bir gelişme olarak değerlendirilse de pek çok kimse ve kurum tarafından da eleştirilmekte ve bazı yönleriyle olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma aynı zamanda sosyal medyayı eleştirenleri ve eleştiri noktalarını ikincil bir konu olarak ele almaktadır.

II. Kavram Olarak Sosyal Medya

Sosyal medyanın internet tabanlı bir platform olması sebebiyle sosyal medya araştırması bir anlamda interneti de içine alan bir araştırma olmaktadır. Dolayısıyla öncelikle internetin başlangıcı ve gelişimine kısaca bakmak gerekmektedir.

İnternet, Amerikan Savunma bakanlığı ve çeşitli Amerikan Üniversiteleri tarafından başlatılmış bir projedir. Araştırma ve araştırmacıları birbirine bağlamak amacıyla geliştirilen ARPANET¹ adlı bu proje sadece on beş bilgisayarın birbirine bağlı olduğu bir ağdan ibaretti. 1970'li yıllara gelindiğinde internet fikri yaygınlaşmış, 1980'li yıllar internet fikrinin teknoloji ile harmanlandığı yıllar olmuş, 2000'li yıllara gelindiğinde ise tıpkı televizyon gibi internet gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiştir (Kara, Özen, 2012, s.VII) .

21.Yüzyılın çok önemli oluşumlarından birisi olan sosyal medya, insanların birbirleriyle çevrimiçi sosyal etkileşimlerini uygun kılan "Web" tabanlı platformlar,

¹Arpanet, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Arpanet> (Erişim Tarihi: 24.06.2015).

uygulamalar ve teknolojilerin çeşitlerini tanımlamak için kullanılan bir terimdir¹. Aslında sosyal medya için birçok tanım yapılmasına karşın genel kabul görmüş ortak bir tanıma rastlanmamıştır. Bu konu ile ilgili yapılan en önemli çalışmalardan birisi Danah M. Boyd ve Nicole B. Ellison adlı iki akademisyene ait çalışmadır. Bu çalışmada yazarlar sosyal paylaşım sitelerini, bireylerin; sınırlı bir sistemde dışarı açık ya da yarı açık bir profil oluşturmalarına, aynı sistem içerisinde bağlantıda oldukları diğer kullanıcıların profillerini listelemelerine, kendilerinin ya da sistem içerisindeki diğer kullanıcıların oluşturdukları bağlantı listelerine bakmalarına ve takip etmelerine imkan veren “Web” tabanlı servisler olarak tanımlamaktadırlar (Boyd, Ellison, 2007, s.1). Diğer bir tanıma göre ise sosyal medya, “Web 2.0” üzerinde her türlü içeriğin, kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamalar bütünüdür (Kaplan, Haenlein, 2010, s.53) ve hem bireylerin hem de kurumların hayatlarını değiştirmiştir (Thurau, Malthouse, Friege, Gensler, Lobschat, Rangaswamy, Skiera, 2010, 13)

“Web 1.0” uygulamasından “Web 2.0” uygulamasına geçişle birlikte, etkileşimli bir hal alan internet uygulamaları, dönüşümün ilk adımlarını oluşturmuştur. (Altunay, s.35). “Web 2.0” teknolojileri tamamen etkileşimli bir temele oturtulduğu için bireyler pasiflikten sıyrılmakta ve aktif kullanıcılar haline almaktadır. Sosyal paylaşım ağlarında var olan birey bilgiye, veriye daha rahat ulaşabilmektedir (Kırık, s.93). “Web 2.0” ayrıca kullanıcılara eğlenme fırsatı sunması ve kişisel yönlendirmelere olanak tanınması bakımından da toplu çekim alanı yaratabilmektedir (Vural, s.3355).

“Web 2.0” kavramı ilk kez 2004 yılında, bir Web konferansında, web alanında yaşanan gelişmeler ve Web dünyasının geleceği tartışılırken ortaya çıkmıştır (Genç, 2010, s.238). Basit bir dille “Web 2.0”, Vikipedi, YouTube, Flickr, Del.icio.us, Ekşi sözlük, pilli network, Facebook arkadaşlık siteleri gibi kullanıcıların, diğer kullanıcılar için ziyaret ettikleri internet siteleri veya bunların kullandıkları programlardır. “Web 2.0”, ikinci nesil toplumsal iletişim sitelerini, vikileri, folksonomileri, diğer bir deyişle internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak oluşturduğu sistemi anlatır (Gürsakar, 2009, s16)

Çevrimiçi sosyal ağ siteleri, dünyada en çok kullanılan “Web 2.0” hizmetlerinden birini teşkil etmekle birlikte, günümüzde en önemli iletişim araçları haline gelmişlerdir (Ada, s.2). Öyle ki iletişim araçlarında ki bu değişim diğer pek çok alanda geleneksel alışkanlıkları yıkmış ve yerine sosyal medyaya dayanan yeni yöntemler getirmiştir. Sosyal medya yayıncılık, pazarlama, halkla ilişkiler ve medyayı bile değişikliklere uğratmış ve insanları etkin özneler olarak güçlendirmiştir (Zafarmand, 2010, s.7).

Sosyal paylaşım ağları gündemin nabzını tutan internet siteleridir. Günümüzde sosyal medya, bireylerin ihtiyaçlarına yönelik bir şekilde gelişim göstermekte ve interaktivite oranı sürekli artmaktadır. Hatta kitle iletişim araçları tarafından sansürlenmiş içeriklerde sosyal medyada yer bulabilmektedir. (Kırık, 94).

¹ Social Media, http://www.webopedia.com/TERM/S/social_media.html (Erişim Tarihi: 14.01.2014).

Sosyal Medyanın temel özellikleri şunlardır: Katılım, Açıklık (Zafarmand, 10.), Karşılıklı konuşma: Topluluk: Bağlantısallık(Gürsakar, 23), Medyada içerik oluşturma (Zafarmand, 11), Yeni etkileyenler tabakası oluşturma (Zafarmand, 10)

Sosyal medya, yeni medya ve internet teknolojisi ile beslenmekte ve bireyselliği ön plana çıkarmakta (Kırık, 93), sınırsız bir etkileşim ortamı sunmakta ve sansür oranını minimum düzeye indirmektedir. (Kırık, 95) Bunlarla beraber sosyal medyanın çift taraflı etkileşim ve çevrimiçi iletişime uygun bir ortam sunması, arkadaş sohbetlerinin yerine internet üzerinden farklı bir şehirde yaşayan farklı sosyo-kültürel özellikteki insanlarla iletişime elverişli bir ortam sağlıyor olması, sosyal medyanın kişileri cezbeden diğer yönüdür (Akçay, s.157).

İngiltere’de yapılan bir araştırma ile 12 farklı sosyal medya kullanıcı tipi belirlemişlerdir (Tuncer, s.118). Bunlar; Aşırılar, Reddedenler, Dalgıçlar, Bakirler, Gözlemciler, Gösteriş meraklıları, Klavye meraklıları, Hayaletler, Değişenler, Soru soranlar, Muhabirler ve Onay arayanlardır.

A. Türkiye ve Dünyada Sosyal Medya Kullanımı

We Are Social Singapore tarafından hazırlanan Sosyal Medya, İnternet ve Mobil Kullanımı İstatistikleri 2014 raporu Türkiye dahil 24 ayrı ülkenin internet penetrasyonu, sosyal medya kullanımı, online geçirilen süre ve mobil cihaz kullanımı verileri sunmaktadır.¹Bu verilere göre:

- Türkiye’de 35 milyonun üzerinde internet kullanıcısı bulunuyor ve internet kullanımının tüm nüfusa oranı %45 ve toplam 36 milyon aktif Facebook hesabı var.
- Günde ortalama 4,9 saatimizi kişisel bilgisayarlar üzerinden, 1,9 saatimizi mobil cihazlar aracılığıyla internette harcıyoruz.
- Günde ortalama 2 saat 32 dakikamızı sosyal medyada geçiriyoruz.
- Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook’u (%93), sırayla Twitter (%72), Google+ (%70) ve LinkedIn (%33) takip ediyor.

Harvard Üniversitesi, Siyasal Bilimler Enstitüsü’nde yapılan bir araştırmaya göre, gençlerin %84’ü Facebook üyesidir.İkinci sırayı Google+, üçüncü sırayı ise Twitter alıyor.² Ayrıca yine Kleiner Perkins Caufield Byers tarafından açıklanan rapora göre 2014 yılında yıllık düzeyde Google %8, Facebook %57 ve Twitter %80 oranda büyümüştür. Buna nazaran kullanıcı başı gelirden Google %45’lik oranla başı çekmekte ve Google’ı ise sırasıyla Facebook ve Twitter takip etmektedir.³

¹ <http://semsector.com/sosyal-medya-internet-ve-mobil-kullanimi-2014-sunum/> (Erişim Tarihi: 26.09.2014).

² <http://www.silikonvadisi.tv/sosyalmedya/facebook-hala-genclerin-gozdesi-29333.html> (Erişim Tarihi: 29.09.2014).

³ İnternet Trends 2014, <http://www.kpcb.com/internet-trends> (Erişim Tarihi: 14.01.2014).

Google'ın, Türkiye'nin de dâhil olduğu 46 farklı pazarda internet kullanım alışkanlıklarını ölçtüğü ve karşılaştırdığı Tüketici Barometresi araştırmasına göre 2014 yılında Türkiye, sosyal medya kullanımı konusunda dünyada ilk sırada yer alıyor.¹

2012 yılı için GoGlobe ve PrDaily'nin yaptığı araştırmaya göre dünyada sosyal medya kullanımı ile ilgili elde edilen rakamlardan bazıları aşağıda verilmektedir²

Facebook'ta;

- Bir kullanıcının ortalama 130 arkadaşı var.
- Facebook kullanıcılarının %25'i gizlilik ayarlarından habersiz
- Dünya çapında 350 milyondan fazla kişi Facebook'a neredeyse bağımlılığı hale gelmiş durumda.
- Paylaşılan bağlantıların yüzde 90'ı cinsel içeriklidir.

Twitter

- Eğer Twitter bir ülke olsaydı nüfus bakımından dünyanın en büyük 12. ülkesi olurdu.
- Twitter'a her saniyede 750 yeni tweet gönderiliyor.

Dünya kupasında Almanya, Brezilya'yı 7-1 mağlupederken, Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri dünyanın dört bir yanından insanların maça ilgili attığı 672 milyondan fazla tweet ve 3 milyara yakın paylaşıma sahne oldu. İlk defa sosyal medya insanlar tarafından aynı anda bu kadar yoğun kullanılmıştır.³

III. Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler

İnternet teknolojisi bireysel yaşantıda büyük değişiklikler oluşturduğu gibi kavramlarda ve değerlerde de önemli dönüşümlere kapı araladı (Arslan, s.1). Öyle ki, kitle iletişim araçları, basit, kolay ama etkili iletişim öğeleri seçerek, kısa zamanda sürekli tekrarlar yaparak, kesin prensip bilgiler ve slogan değerler kullanarak kitlelere yeni değerler sunmakta, benimsetmekte ve böylece toplumdaki değerler sistemini yeniden üretmektedirle (Şengün, 2007, Ss.201-221). Zaten bugün enformasyon çağı, ekonominin, siyasetin, kültürün ve bunlara bağlı olarak tüm toplumsal düşünüş ve pratiklerin yeniden şekillendiği ve bunun ağlar üzerinden yeniden yapılandırıldığı bir süreci de kapsamaktadır (Çoban,2014, s.10). Örneğin sosyal medya, mikrodan makroya pek çok yaşam alanında, yeni bir kültürün, siyasetin, yaşam biçiminin kurgulanması ve yaşama geçirilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır (Çoban,2014, s.10). Dolayısıyla

¹ *Aims to Quantify and Understand Internet Usage and Attitudes Across Various Devices*, <https://www.consumerbarometer.com/en/insights/?countryCode=GL> (Erişim Tarihi: 14.01.2014).

² <http://www.silikonvadisi.tv/sosyalmedya/2012-sosyal-medya-istatistikleri-2887.html>, (Erişim Tarihi: 14.01.2014).

³ <http://www.silikonvadisi.tv/genel/dunya-kupasinin-sosyal-medyadaki-dev-etkisi-34820.html> (Erişim Tarihi: 29.09.2014).

bütün bu değişimler beraberinde pek çok sosyolojik kavramın hem form hem de içerik olarak değişmesine ve dönüşmesine yol açmaktadır.

A.Sosyal Medya- Kimlik ve Kültür

Kimlik, insanın var olmasıyla beraber var olan bir olgu olsa da, özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren Sosyal bilimlerde giderek popüler hale gelmiştir (Anık, 2012, s.10). Bu süreçte kimliğin tanımı ve oluşumu ile ilgili farklı yaklaşımlar ve görüşler ortaya konmuştur. Bu yaklaşımlardan özellikle psikanalitik ve sosyolojik yaklaşımlar diğer yaklaşımların aksine kimliği tutarlı ve yaşam boyunca az çok aynı kalan eşsiz bir öz olarak değerlendirmek yerine onun yaratılmış ve kurulmuş bir karakteri olduğunu iddia etmişlerdir (Marshall, 2014,s.405). Sosyolojik kuramlar, insanın her şeyden önce sosyal bir varlık olması dolayısıyla kimliğinin ortaya çıkmasında ve şekillenmesinde organizmanın iç dinamiklerinin yanında, sosyal yaşamın da belirleyici fonksiyonları olduğunu ileri sürmüştür (Aşkın,2014, ss. 13-220). Yani birey kendi kimliğini inşa ederken, içinde yaşadığı toplumun değer yapısından da etkilenir Böylece Bireysel kimlik ile başlayan bu süreç, çok sayıda farklı toplumsal kimlik türelerini de (ulusal kimlik, medeniyet kimliği..) içererek devam eder (Anık, s.9). Sosyal medya bu anlamda bireylerin çok farklı siyasi, dini, etnik sosyal ortamlarda bulunmasını mümkün kıldığı için sahip olunan kimliğin sorgulanmasına ve dolayısıyla yeniden şekillenmesine yol açmaktadır. Çünkü kimlik sorunu esas olarak coğrafi sosyal hareketlilik ile sosyal değişime bağlı olarak ortaya çıkan bir meseledir (Özyurt, 2012, s.181).

Kültür ise genel olarak insan türüne özgü bilgi, inanç ve davranışlar bütünü ile bu bütünün parçası olan maddi nesnelere şeklinde tanımlanır (Subaşı, 2014, s.203). Kültür, insan tarafından, toplum halinde yaşamının bir gereği olarak toplumsal yaşamı kolaylaştırmak üzere oluşturulan ve geliştirilen düşünceler, davranışlar, değer yargıları, araçlar, aletler vb. şeyleri içeren bir bütün, insanoğlunun tüm toplumsal mirasıdır (Kirman, 2011, s.196). Kısaca insan toplumunda biyolojik olarak değil, toplumsal araçlarla aktarılıp iletilen her şeyi anlatan bir terimdir (Marshall, s.442). Kültürün, kimliklerin temel belirleyicisi olduğu düşünüldüğünde kültürün katılığı ve esnekliği, kimliğin katılığı ve esnekliğini doğurmaktadır. Kültürün tanımına bağlı olarak farklı aidiyetler ön plana çıkmakta, kimlik de bu unsurlara göre şekillenmektedir (Aşkın, ss.21-220)

Kültür, toplumsal bir özellik taşır ve o toplumun fertlerinin bireysel ve ortak ihtiyaçlarını karşılar. Devamı bu tatmini ne kadar sağladığıyla doğru orantılı olduğu için zamanla ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar doğrultusunda değişebilme özelliğine sahiptir (Akyazı, Ateş, 2012, s.175). Dolayısıyla insanlar ve toplumlar arası ilişkiler ve etkileşimler devam ettiği müddetçe kültürlerde ve dolayısıyla kimliklerde değişim ve yenilenme kaçınılmaz olacaktır. Örneğin hem modern, hem de post-modern kimlik değişken bir özellik taşıdığından, bireyler için değişen moda rüzgârlarına kapılmak ve kimliklerini değiştirmek kolaylaşmakta ve doğallaşmaktadır. Kimlik her an değişebilir ve yeniden inşa edilebilir bir hale gelmektedir. Kimlik biçimlenme süreci ise artan bir biçimde kitle iletişim mesajlarına bağımlı bir hale gelmiştir (Baban, 2012, s.74). Nitekim

Bauman' da modern kültür ile kimlik ilişkisini şu ifadelerle ortaya koyar “günümüzün her şeyi kapsayan kültürü, kimliğinizi (en azından bunun kamusal ifade edilişi) gömleğinizi ya da çoraplarınızı değiştirdiğiniz sıklıkta ve çabuklukta değiştirme yeteneği kazanmanızı ister”(Bauman, 2015, s.29)

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki büyük gelişmeler beraberinde insanların ve toplumların birbirleriyle hiç olmadığı kadar sıkı ve geniş çaplı ilişki ve etkileşimler içerisine girmesine yol açmıştır. Bu gelişmelerden en dikkat çeken ve etkileşime en çok imkân veren şeylerden birisi de internet ve devamında ortaya çıkan sosyal medya ve sosyal ağlardır. İletişim ortamlarının etkileşimli mecralar haline gelmesiyle başlayan ve iletişim tarihinin belki de niteliği gereği en hızlı dönüşümünü bizlere yaşatan her gün sayıları artan sosyal paylaşım ağları, hayatın her alanına sızmakta ve gündelik yaşamın vazgeçilmezi haline gelmektedir. Bilgisayar ve bilgisayar aracılığıyla internet, iletişim serüveninde yarattığı dönüşümle beraber toplumsal yapının bütün unsurlarına dokunarak yatay ve dikey bütün geçişlerin yönünü de değiştirmektedir (Babacan, s.65). Yani iletişim teknolojilerinin değişmesiyle birlikte toplumsal konumların inşası da değişmektedir (Acun, s.69). Gündelik yaşama bu denli nüfuz etmesiyle, sosyal paylaşım ağları bireyin sosyalleşme sürecinde ve kimlik oluşumunda etkileyici olmaktadır(Bakıroğlu, s.1). Kendine özgü bir kültürel dünya yaratan söz konusu bu yeni ortam, beraberinde yeni toplumsal ve bireysel ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin ortaya çıkmasının ve yeni bir kültürel ortamın oluşmasının itici gücü olmuştur (Babacan, s.65). Özellikle bu yeni ortam, kültürlerarası etkileşimi ve iletişimi artırdığı için farklı kültürlerle ait ahlaki değerlerin üzerinde hassasiyetle durulması gereğini gündeme getirmiştir (Gülbuğ, s.38).

İnternette, son yıllarda çevrimiçi toplulukların bir türü olarak sosyal ağ siteleri gittikçe popüler hale gelmiştir. Teknolojinin soğukluğunu Web' de insanların bir araya toplanmasıyla ortadan kaldıran sosyal ağ siteleri, geleneksel ortamda insanlar arasında gerçekleşen yüz-yüze iletişimin yarattığı etkinin benzerini sanal ortamda meydana getirmektedir (Akar, s.108). Online sosyal ağlar kişiler arası etkileşimin dramatik olarak artış gösterdiği mekânlardan biridir. İnsanların bir araya gelip fikirlerini paylaşabilecekleri, etkileşimde bulunabilecekleri her yer kişiler için anlamlıdır. Bu yüzden de mekân, ister gerçek olsun ister “sanal”, yeni kurumlar ve kişisel kimliklerin oluşmasında son derece güçlü bir etkiye sahiptir (Acun, s.67). Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde bir yandan birbirlerine yaklaşırken bir yandan da gittikçe yalnızlaşan modern insanlar için medya, içinde yaşanılan dünyayı kavrayıp anlamlandırmanın, toplumsal meselelerden haberdar olmanın, diğer insanlarla bağlantı kurmanın, kendi kimliğini oluşturmanın, yani bir anlamda var olmanın temel araçlarından biri haline gelmiştir. (Özgül, s.4530).

Sosyal medya internet kullanıcılarının hayatının ayrılmaz birer parçası haline gelmiştir. Özellikle artık sosyal medyada yer almak veya onu takip etmek için bir bilgisayara ihtiyaç olmaması sosyal medyanın ulaşılabilirliğini üst düzeye çıkarmıştır. Her insanın rahatça sahip olabileceği akıllı telefonlar sosyal medyaya ulaşmada büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Sokakta, evde, çarşıda, yemekte, sporda ve hatta derslerde bile insanlar ellerinde telefonlarla görülebilmekte, o esnada Facebook veya Twitter 'da

yazışmakta ve dolayısıyla sosyal medya içerisinde yer alabilmektedirler. Bireylerin maddi, manevi, düşünsel, eylemsel bütün ihtiyaçlarını bu sanal ortamda karşılama isteği, beraberinde bir kimlik oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Öyle ki bu sanal ortam ve ilerleyen süreç beraberinde yeni mantıki (sanal) roller ortaya çıkarmaktadır. Kimlik oluşumu ve değişmesi başkaları ile etkileşimle gerçekleşir. Role dayalı kimlik bir anlamda bu etkileşimler sonucu öğrenilen ortak “anlam” ve “beklentiler” standardıdır (Acun, s:69) Gerçek hayatta ki role dayalı kimlikler gibi, mantıki rollere dayalı kimliklerinde oluşabileceği düşünüldüğünde çoklu sanal kimlikler sorununu ortaya çıkaracaktır. Çoğu kez sanal bir nitelik taşıyan ve gerçek hayatta karşılık bulamayan bu kimlikler, gerçek hayatta bireyin ulaşamadığı, olmak isteyip olamadığı durumları yansıtmaktadır. Bu durum ise beraberinde sanal kimlik-gerçek kimlik çatışmaları sorununa yol açmaktadır (Acun, s:73). Fakat bireylerin, çoğu kez gerçek hayattan ve ilişkilerden koparak sanal ortamda bir kimlik geliştirme ve sosyalleşme çabaları, onları sosyalleşmekten uzaklaştırdığı gibi kin, öfke ve nefret gibi duygularla kullanım pratiği geliştirebilmelerine de olanak tanımaktadır (Babacan, 65)

Sosyal medya ile sürekli kontrol altında tutulan, iletileri, üyelikleri, katıldığı grup yapıları takip edilen bireyler, gerçek hayatta kendilerine getirilen kısıtlamayı sosyal ağlarda farklı kimlikler ile kırmak istemekte, ancak bu durum da kendi kimliklerini kaybetmelerine ve sanal yaşama adapte olmalarına neden olabilmektedir (Baban, 77). Sonuç olarak sosyal medya- kimlik-kültür ilişkisine baktığımızda; sosyal medyanın gerek kültür ve gerekse kimlik üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Kültür ve kimlik olgularının toplumsal oluşu onları topluma ve toplumun izlediği değişime bağımlı hale getirmektedir. Günümüzde ise toplumlar iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimlere paralel olarak her yönden değişim göstermektedirler. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkışı ve kısa sürede devasa bir etki alanına ulaşması toplumlar ve dolayısıyla kültürler arasındaki sınırları ortadan kaldırmış ve bütün kültürleri birbirlerine komşu haline getirmiştir. Dolayısıyla bu durum bilgiye ulaşımı hızlandırmış ve kolaylaştırmış, kültürlerarası etkileşimi artırmış, hatta zaman zaman aralarındaki sınırları belirsiz bir hale getirmiştir. Bütün bu süreç sonunda kültürler birbirlerinden etkilenecek değişim yoluna gitmiş, kültüre bağlı kimlikler de bu değişimden kurtulamamışlardır. Ayrıca sosyal medyanın yarattığı özgür ve kontrolsüz ortam beraberinde çoklu kimlikleri getirmiş. Bunun sonucunda ise hem bu sanal çoklu kimlikler ve hem de sanal kimlikler ile gerçek kimlik arasında problemler ortaya çıkmaya başlamıştır.

B. Sosyal Medya-Siyaset

Sosyal medya diğer birçok alanda olduğu gibi siyasi alanda da yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle twitter dünyada pek çok seçimde gerek siyasetçiler gerekse seçmenler için önemli ve yaygın bir platform olarak kullanılmış, hatta bütünüyle sosyal medya, siyasi kampanyaların vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Tumasjan, Sprenger, Sandner, Welp, 2010, s.178). Gerek siyasetçilerin seçmene ulaşmalarında gerekse seçmenin siyasetçilere ulaşmasında farkındalık yaratan yöntemler ortaya koyması sosyal medyayı bu anlamda daha da önemli bir araç haline getirmektedir. Çünkü klasik anlamda siyasetçi-seçmen ilişkisi tek yönlü ve geri bildirim sadece

seçimle test edilebilen bir ilişkidir. Fakat sosyal medya, bireyler arasında etkileşimli iletişim sağladığı için (Çıldan, 2012) bu tek yönlülük ortadan kalkmış, siyasetçi zaman ve mekân sınırlamasına sıkışmadan herkesle ve her zaman iletişim kurabilir hale gelmiştir. Aynı zamanda semen kitlesi de sadece seçim sürecinde karşısında görüp iki kelime ile derdini anlatabildiği siyasetçiye istediği zaman ve mekânda ulaşabilme ve sesini duyurabilme imkânını elde etmiştir. Yine sosyal medya ile birlikte siyasetçiler söylemlerinin seçmen üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerini anında alabilme ve bu tepkilere göre değişikliğe gitme imkânını elde etmişlerdir.

Sosyal medyanın siyaset üzerindeki diğer bir etkisi ise politik katılım sürecinde insanlar arasındaki çeşitli farklılıkları ve engelleri ortadan kaldırarak politik katılım oranını artırmasıdır. Mesela geleneksel politik katılım sürecinde olumsuz birer faktör olabilen cinsiyet, inanç ve ırk sosyal medyanın herkese açık olması dolayısıyla artık birer engel olmaktan çıkabilmektedir (Steinberg, s.153). Yine sosyal medya, insanlara politik açıdan pek çok kaynaktan ve hızlı bir şekilde bilgilenme imkânı sunduğundan dolayı seçmen kitlesini etkilemekte ve daha bilgili seçmenlerin oluşumuna yol açabilmektedir (Steinberg, 171) Bu avantajından dolayı sosyal medya araçları, siyasi partiler ve siyasetçiler tarafından insanları siyasi katılıma yönlendirmek için kullanılırlar. Nitekim Amerika’da yapılan bir araştırma sonucuna göre, kolej öğrencilerinin %85’i çevrimiçi politik katılımın bazı biçimlerini kullanırken aynı kesimin geleneksel politik katılım biçimlerine katılım oranı %59’a düşmektedir (Steinberg, 154). Bunun yanı sıra, sosyal ağlar özellikle seçim dönemlerinde bir propaganda aracı olarak kullanılmaktalar (Çıldan, 2012). Dolayısıyla sosyal medyanın kullanımı arttıkça, halka ulaşmak için oldukça ucuz ve kolay bir yol olarak siyasi seçimlerde depropaganda aracı olarak kullanılması kaçınılmaz hale gelmiştir.¹ Nitekim siyasetçinin bu tür farklı iletişim kanallarını kullanarak yaptığı siyasal iletişimi “dijital siyaset” olarak adlandıranlarda vardır (Ünüvar, 2013, s.9). Mesela eskiden halk günü vs. çalışmalarla vatandaşla yüz yüze görüşme yapan birçok belediye, şimdilerde bu iletişimi güçlendirmek amacıyla, haftada bir gün ya da başka rutin periyotlarla bir de sosyal medya üzerinden vatandaşla iletişim halinde olabileceği çalışmalar düzenlemektedir (Sanlav, 124). Fakat sosyal medya sadece propaganda aracı olarak kullanılmakla kalmamış aynı zamanda taraftarları bir araya getirme, onları mobilize etme ve gerektiğinde onlardan maddi destek alma noktasında da yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Mesela ABD başkanlık seçimlerinde Obama için gerçek dünyada 156 milyon üzerinde bağış toplanırken, sanal dünya aracılığı ile 500 milyon dolar toplanmıştır (.Tuncer, 176).

Sosyal medya kullanıcıları, her türlü konu hakkında sınırsızca yorum yapabilmekte, randevu bile alamayacakları kişilerle konuşabilmekte, sevdiklerini övüp, sevmediklerini kıyasıya eleştirebilmekte ve hatta dalga geçebilmektedirler. Siyasiler açısından ise milyonlarca kişinin sosyal medyayı kullanıyor olması oldukça önemli bir imkândır, bu

¹ Ömer Özkan, *Dünya Siyasetinde Sosyal Medya*, http://www.gelisimplatformu.org/19_74154_74154_Dunya_Siyasetinde_Sosyal_Medya-OMER_OZKAN (Erişim Tarihi: 29.09.2014).

sayede siyasetçiler popülerliklerini arttırma imkânı bulmaktadırlar.¹ Fakat bu durum yani sosyal medya aracılığı ile popülerliği arttırmak için yapılan çalışmalar avantaj olabilirken aynı zamanda sosyal medyanın özelliklerinden dolayı (Denetimsizlik, özgürce paylaşım, fake (sahte) hesaplar aracılığı ile özel hayata saldırı) risk haline de gelebilmektedir.

Sosyal medyanın siyasete etkisi sadece seçim zamanlarında katılımı arttırmak ve siyasetçi-seçmen iletişimini kolaylaştırmak ve zenginleştirmek değildir. Sosyal medya aynı zamanda toplumsal hareketleri her yönden etkilemektedir. Gerek oluşum sürecinde kendini anlatma, tanıtma ve taraftar toplama olanağı yaratması gerekse faaliyetlerini oluşturma ve topluma duyurması noktasında toplumsal hareketlere büyük kolaylıklar sağlamaktadır. İşte bu yolla kendini oluşturan, taraftar toplayan ve harekete geçen toplumsal hareketler toplumda kendilerine yer bulmakta, dolayısıyla bu durum da siyaseti ve siyasetçileri etkilemektedir. Özellikle ana akım medyanın bu anlamda toplumsal hareketlere karşı seçmeci davranması sosyal medyanın önemini daha da arttırmaktadır. Bu sebepten dolayı günümüzdeki toplumsal hareketler alternatif yeni medya üzerinden kendisini ifade edebilmektedir (Çoban, 10). Nitekim son yıllarda dünyanın pek çok bölgesinde bu tür hareketler sosyal medya üzerinden kitleselleşme ve mobilize olma imkânını bulmuşlar ve bu vasıtalarla kendi toplumlarında da karşılık bulabilmişlerdir. Alternatif yeni medya ağları üzerinden yerel ve uluslararası bağlamda yürütülen toplumsal hareketler iktidarları etkileyebilecek düzeye erişebilmektedir (Çoban, 20). Mesela; İran’da ki “Yeşil Devrim”, Tunus ile başlayıp bütün Ortadoğu’yu etkisi altına alan “Arap Baharı”, Venezüella’da ABD’ye karşı Hugo Chavez taraftarlarının başarıya ulaşan hareketi (Çoban, 14) ABD’de “Wall Street’i İşgal Et” eylemleri ve son olarak Türkiye’de ki “Gezi Olayları” hep sosyal medya üzerinden topluma ulaşmış ve kitleselleşmiştir. Hatta bu hareketler eylemleri süresince mobilize olma imkânını da yine sosyal medya üzerinden bulmuşlardır. Bütün bu toplumsal hareketler buldukları toplumların siyasetini etkilemiş ve iktidar hatta rejim değişikliklerine sebep olmuşlardır.

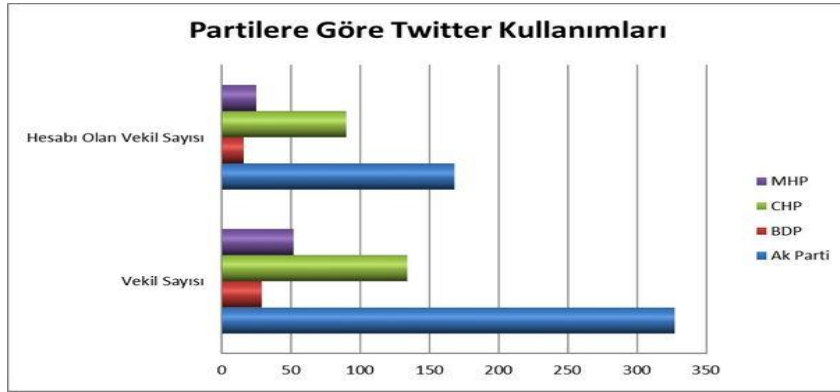
Uluslararası Sosyal Medya Derneği (USMED) Sosyal Medya ve Çalışma Grubu, 18 Mart – 1 Nisan 2013 tarihleri arasında Twitter ’da hesabı bulunan 301 milletvekilinin hesaplarından elde edilen veriler temel alınarak TBMM’deki milletvekillerinin Twitter’deki performanslarını ölçümleyen bir araştırmayla “Milletvekillerinin Twitter Kullanımı Raporu”nu hazırlamıştır.² Bu rapora göre partilere göre sosyal medya kullanımını aşağıdaki grafikte görülmektedir;

Sosyal medya uzmanı Serhat Nazlı sosyal medyanın Türkiye’de seçimlere etkisi ile ilgili bir soruya şu cevabı veriyor; “Savaşlar da seçimler de artık Twitter ’da oluyor. Dolayısıyla sosyal medyada olmayan seçim kazanamaz. İnsanlar için yalnızca seçmek de yetmiyor artık. Seçtikten sonra da takip etmek istiyor. Belediye ile ilgili bir sorun olduğunda hemen elinin altındaki telefona 140 karakterle derdini anlatıyor ve anında

¹ Deniz Ergürel, “Siyasetçiler İçin Sosyal Medya Hem Baş Tacı, Hem Baş Belası”, <http://www.denizergurel.net/siyaset-politika-ve-sosyal-medya/> (Erişim Tarihi: 29.09.2014).

² <http://usmed.org.tr/sosyal-medya-ve-siyaset/> (Erişim Tarihi: 29.09.2014).

yanıt almak istiyor. Yani tweetler artık yeni şikâyet dilekçeleri gibi... Üstelik belediye binasına gitmeden ya da belediye başkanından randevu almaya çalışmadan bir tweetle direk başkana ulaşabiliyor. Örneğin; İstanbul Büyükşehir Belediyesi her birimine ayrı Twitter adresi açtı. Böylece ilgili kurumlar daha çabuk harekete geçebiliyor. Sosyal medya, özellikle büyükşehirlerde yerel seçim sonucunu yüzde 20-25 etkiler”¹



Resim 1. Partilere Twitter Kullanımları

Sosyal medyanın siyasete etkisini kısaca özetlemek gerekirse;

1. Sosyal medya politik katılımı yükselten bir işlev görmektedir. Bunu hem geleneksel politik katılım önündeki engelleri (yaş, cinsiyet, ırk) ortadan kaldırarak hem de politik katılımı hızlı, kolay ve ucuz hale getirerek gerçekleştirmektedir.
2. Geleneksel siyasetçi-toplum iletişimini değiştirmiştir. Hem iletişimin yönü ve hem de niteliği bakımından geleneksel siyasetçi-seçmen iletişimini karşılıklı ve canlı bir hale getirmiştir.
3. Siyasetçiler için uygun propaganda imkânı sunmuştur. Bu ise hem maddi açıdan daha uygundur hem de geniş kitlelere en kısa zamanda ulaşabilme fırsatını doğurmuştur.
4. Sosyal medyanın kontrolsüz, özgür ve manipülasyona açık ortamı sebebiyle siyasetçiler açısından çeşitli risklere ve olumsuz sonuçlara sebep olabilmektedir.
5. Arap baharı, Gezi olayları ve ABD’de ki işgal hareketleri gibi toplumsal hareketlerin oluşum ve gelişme süreçlerinde çok etkin olarak kullanılması dolayısıyla ülke ve dünya siyasetini olumlu/olumsuz etkileyebilmektedir.
6. Siyasetçilere özellikle seçim süreçlerinde hem maddi açıdan hem de eleman sağlama noktasında büyük imkânlar sunmaktadır.

¹ Türkiye'deki Siyasi Partilerin Sosyal Medya Analizi, <http://www.aktuel.com.tr/ozel/2013/10/16/turkiyedeki-siyasi-partilerin-sosyal-medya-analizi> (Erişim Tarihi: 29.09.2014).

C. Sosyal Medya-Aile

Modern antropoloji aileyi mevcut en küçük sosyal birlik olarak değerlendirmektedir (Wach, 1995, s.93). Bununla beraber aile kurumu, iç dinamikleri veya içinde paylaşılan roller bakımından çeşitli değişimlere uğramıştır (Karakoç, 2013, s.209). Özellikle sanayi devrimi bu dönüşümün en keskin ve etkili olduğu dönemdir. Çünkü bu dönem ile beraber geniş aile yerini çekirdek aileye bırakmıştır. Daha sonra ise bu değişim devam etmiş özellikle iletişim teknolojileri alanında ki gelişmeler gerek aile içi iletişim gerekse aile birliğini etkilemiştir. Televizyonla başlayan ve internetle devam eden bu gelişme cep telefonları ve sosyal medya ile zirveye ulaşmıştır. İlk olarak televizyon aileyi pek çok yönden etkilemiştir. Özellikle başta çocuklar olmak üzere tüm aile içi izolasyona sebep olarak iletişimi olumsuz etkilediği ileri sürülmüştür.¹ Daha sonra ise internetin ortaya çıkışı ve yaygınlaşması beraberinde daha farklı ailevi problemleri getirmiştir. Özellikle internetin bağımlılık yaratması nedeniyle aileleri iletişimsizliğe iten bir araca dönüştüğü araştırmacılar tarafından sıklıkla dile getirilmiştir (Karakoç, Taydaş, 2013, s.209). Günümüzde ise aileyi her yönden etkileyen en önemli olgu olarak sosyal medya gösterilmektedir. Çünkü sosyal medya yapısı itibariyle bir internet ortamıdır. Dolayısıyla zaten internetin aile kurumuna yönelik olumlu/olumsuz etkilerini birebir göstermektedir. Bunun yanında kendine özgü nitelikleri itibariyle bu etki daha farklı boyutlarda ve şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bu etkileri şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Aile içi iletişimsizliğe yol açmak: Bireylerin sosyal ilişkiler kurmasına imkân veren sosyal medya aynı zamanda bu ilişkileri sanal ortama hapsedebilmektedir. Dolayısıyla bu tür sosyal ilişkilere kendini kaptırmış bireylerin içinde buldukları aileler, kendi içerisinde kopukluk ve yabancılaşma yaşayabilmektedirler.
2. Çocukların kontrol ve takibini zorlaştırması: Hem ebeveynlerin hem de çocukların iletişim teknolojilerini kullanmayı öğrenmesi ile birlikte aile içi ilişkiler farklı boyutlara taşınmaya başlamıştır. Artık çocukların sadece gerçek arkadaş çevresini tanımak veya gerçekte nerelere gittiğini ve kimlerle takıldığını bilmek ebeveynler için yeterli olmamaktadır. Zira günümüzde özellikle genç kesim zamanının çoğunu sanal âlemde geçirmekte, gerçek hayatta edindiğinden kat be kat fazla arkadaşı bu âlemde edinmekte ve gerçek hayatta katıldığı etkinliklerle kıyaslanmayacak etkinlikleri bu âlemde gerçekleştirmektedir. Bu sebepten dolayı ebeveynlerin de bu teknolojiyi bilmesi, tanınması ve etkin kullanabilmesi bir zorunluluk haline almıştır. Çünkü ebeveynle ancak modern iletişim araçlarının en popüler ve en günceli olan sosyal medya yoluyla çocuklarını ve onların arkadaş çevrelerini daha yakından tanıma olanağına kavuşurlar (Tuncer, 14). Özellikle Facebook'un doğru ve bilinçli kullanılması, onu aile bireyleri ve arkadaşlar arasında etkili bir iletişim ve paylaşım aracı haline dönüştürebilir (Tuncer, 38).
3. Aile birliğini tehdit etmesi: Son 10-15 yılda, yani internet kullanımının yaygınlaşması, özellikle de anlık görüntülü yazışmaların başlaması ile birlikte evlilik

¹ İvet Albukrek, *Çocuklar Televizyonu Çok Seviyor Ama...*, <http://www.ekipnormarazon.com/makaleler/9-tv-ve-cocuk/39-cocuklar-televizyonu-cok-seviyor-ama>, (Erişim Tarihi: 07.01.2014).

birlikteliğini sarsacak çok yeni boşanma gerekçeleri ortaya çıkmıştır (Özsoy, 2010, s.69). İtalya’da hazırlanan bir raporda dijital ortamın eş zamanlı etkileşim alınmasını sağladığı için ilişkilerde güvenin sarsılmasına yol açtığı, Facebook ile başlayan yıpranma sürecinin şimdilerde WhatsApp ile devam ettiğine artık yetişkinlerin de gençler kadar sosyal medyada aldatmaya ve kandırmaya yönelik ilişkiler kurduğu yer almıştır.¹Amerikan Boşanma Avukatları Akademisi tarafından yapılan araştırmaya göre, flört içeren mesajlar ve fotoğraflar, Facebook yüzünden boşanmaların nedenlerinin başında geliyor.²Kayseri 3. Aile Mahkemesi Hâkimi Ali Akın, Türkiye geneli ayda binlerce kişinin boşandığını ve özellikle boşanma sebeplerinin başında sosyal paylaşım ve sohbet sitelerinin geldiğini kaydetmiştir.³ Yine bu alanda yapılan bazı araştırmalara göre Türkiye’deki her 5 boşanma davasının 4’ün sebebi olarak Facebook ‘un gösterildiği ortaya çıkmıştır.⁴

D. Sosyal Medya-Eğitim

Bilgi aşıl原因 ve bilgiyi yönlendiren ideolojileri, müfredat programlarını ve pedagojik teknikler ile ilişkilerin ve kültürlerin toplumsal bakımdan yeniden üretilmesini kapsayan eğitimin, bireylerin toplumsal kişilik kazanmasında ki rolü göz ardı edilemez (Subaşı, 2014, 201). Dolayısıyla eğitimin kendisi toplumsal bir faaliyet olduğu için hem toplumu etkileme özelliği ve amacı vardır hem de toplumda ki değişimlerden etkilenir. Toplum ise bütün özellikleri ile değişim halindedir. Günümüzde bu değişim daha hızlı ve keskin bir şekilde gerçekleşmektedir. Bu değişimi sağlayan önemli faktörler arasında iletişim teknolojilerindeki gelişmeler yer almaktadır. Özellikle sosyal medya hem bireylerde hem de toplumda gerek kültür gerekse kimlik değişikliklerine yol açmakta ve böylece tüm toplumsal yapının değişmesine kapı aralamaktadır. Böyle bir toplumsal değişim ve dönüşümden eğitim sisteminin ve anlayışının uzak kalacağı düşünülemez. Dolayısıyla eğitim sistemi, eğitim sisteminin bileşenleri olan eğitimciler, öğrenciler, eğitim araç ve gereçleri, eğitim materyalleri ve eğitim mekânları da bir değişim ve dönüşümün geçirmek zorunda kalmaktadır.Nitekim artık bilinen eğitim ortamları ve sistemlerinin dışında yeni eğitim ortamları ve sistemleri oluşmaya başlamıştır. Bunlardan birisi de “Ağ” tabanlı öğrenmedir. “Ağ” tabanlı öğrenme bilgi ve iletişim teknolojisi araçlarının öğrenci-öğrenci, öğrenci-öğretici, öğrenme topluluğu ve kaynakları arasındaki bağlantıları desteklemek için kullanıldığı ortamda öğrenme olarak tanımlanabilir (Ekici, Kıyıcı, 2012, s.157). Sosyal medya-Eğitim ilişkisini ve etkileşimini şu şekilde sıralayabiliriz:

¹ Ayşe Aydoğmuş, “*Sosyal Medya, Boşanmalar ve Aldatmalar*”, <http://www.teknolojioku.com/haber/gunun-yazisi-sosyal-medya-bosanmalar-ve-aldatmalar-23777.html>, (Erişim Tarihi: 07.01.2014).

²http://www.sabah.com.tr/dunya/2010/12/02/bosanmalarin_5te_biri_facebook_yuzunden (Erişim Tarihi: 07.01.2014).

³ <http://yasam.bugun.com.tr/facebook-artik-bosanma-nedeni-haberi/113518>, (Erişim Tarihi: 07.01.2014).

⁴<http://www.turkiyegazetesi.com.tr/yasam/99832.aspx> (Erişim Tarihi: 07.01.2014).

1. Sosyal medya, bilgiye erişim imkânını ve hızını artırarak eğitimi daha kolay, hızlı ve maddi açıdan uygun bir hale getirmektedir. Fakat bu durum beraberinde bazı olumsuzlukları da getirmektedir. Araştırmalara göre hızlı ve hazır bilginin kolaylıkla bulunabildiği bir ortam olan internet, yaratıcılığı ve düşünme kabiliyetini köreltiyor. Artık daha önce öğrenilen bir bilgiyi hatırlamaya çalışmak yerine internetten araştırmak tercih edilmekte ve bu da akılda tembelliğe yol açmaktadır.¹
2. Zaman ve mekân sınırlaması olmadan, paylaşımın ve etkileşimin esas olduğu bir insani iletişim şekli olan sosyal medya bu açıdan resmi olmayan eğitim yollarından bir tanesidir (Tuncer, 12). Dolayısıyla sosyal medya ortamı resmi olmayan eğitim yollarına ilgiyi artırmakta ve ayrıca bu yolları çeşitlendirmektedir. Sınıf ortamı ve ders saati gibi resmi eğitim olgularının dışında öğrencilerin ve öğretmenlerin sosyal ağlar aracılığıyla basit adımları takip ederek eğitim amaçlı bir topluluk oluşturması, kendi aralarında paylaşımları gerçekleştirmeleri, iletişim ve geri dönüş alabilmeleri kolaylıkla yapılabilmektedir (.Toğay, Akdur, Yetişken, Bilici, 2013, s.2)
3. Bilgi üretim tekeli kırılmaktadır. Bilgiye erişmek için belirli bir dönem ve aşamalardan geçmiş olma koşulunu ortadan kaldıran sosyal medya, bir yandan bilgi üretiminde tekeli kırarken, diğer taraftan bilgiyi ve bilginin kaynağını sıradanlaştırmaktadır (Petekoğlu,2012, s.8). Yani artık bilgi, herkesin çok fazla emek harcamadan ulaşabileceği bir konuma indirilmektedir.
4. Kütüphanelere ulaşımı kolay ve hızlı bir hale getirmekte ve hatta sosyal medya ortamı dijital kütüphanelere imkân vermektedir.İnternet ve Web, zaman ve mekân engellerini ortadan kaldırarak 7 gün 24 saatbilgi hizmetlerine erişimi mümkün hale getirmiş ve böylece kütüphaneleri artık sadece tuğla ve harçtan oluşan işletmeler olmaktan kurtarmıştır (Tonta,2009, s.743). Bu sebepten dolayı kütüphaneler bilgi gereksinimlerine daha iyi cevap vermek için Web 2.0 teknolojilerini kullanmak veFacebook gibi sosyal ağların sunduğu hizmetlerle karşılaştırılabilir hizmetler vermeyeçin uğraşmaktadır. Her geçen gün daha fazla kütüphane kişiye özel içerik ve RSSbesleyiciler, günlükler ve Wikiler aracılığı ile kişiselleştirilmiş haberler sunmaktadır (Tonta, 749).
5. Bilgi ve tecrübelerin gerek metin olarak gerekse multimedya türünde paylaşılmasında imkân verdiği için öğrenmeyi kolaylaştırıcı bir işleve sahiptir.Araştırmacılara göre, sosyal ağlar iletişim becerilerini geliştirir, katılımı ve sosyal bağlılığı genişletir, akran desteğini güçlendirir ve işbirliğine dayalı öğrenmenin gerçekleşmesini sağlar (Gülbahar, ,Kalelioğlu, , Madran,2010,ss.-4). Özellikle Facebook işbirlikli öğrenme, araştırma, sorgulama, tartışma becerileri, eleştirel düşünme ve problem çözmeye becerilerini desteklemek, etkili bir şekilde materyalleri paylaşmak, gündelik olayları, haberleri, kişileri veya grupları takip etmek, tartışma ortamlarına dâhil olmak için kullanılabilir (Gülbahar vd., 2010).
6. Sosyal medya bağımlılığı beraberinde internet bağımlılığına yol açarak eğitimi olumsuz yönde etkileyebilmektedir.Çünkü İnternet kullanımıyla sosyal medya

¹ Ümit Sanlav, *Gençler Sosyal Medya Bağımlılığı Girdabında*, <http://www.istanbulajansi.com/haber/16852/Gencler-Sosyal-Medya-Bagimliliği-girdabında.html#.VK5mOZ8og1I>, (Erişim Tarihi: 08.01.2014).

kullanımlarındaki paralel sonuçlar, sosyal medya kullanımının internet uygulamaları içinde önemli bir yere ulaştığını göstermektedir (Hazar,2009). İnternet bağımlılığının sebepleri olarak, gerçek dünyadan uzaklaşan, toplumdan soyutlanan bireylerin sanal dünyada gerçek olmayan faaliyetler ve ilişkiler içine girerek, alkol, sigara ve uyuşturucu bağımlılığı gibi bilgisayar ve internet bağımlısı olmaları gösterilmektedir (Kır, Sulak, 2014,ms.155). İnternette bu özellikleri en fazla gösteren ortamlar ise sosyal medya ortamlarıdır. Nitekim ortaöğretim öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada katılımcıların %10,10'u internet bağımlısı bulunmuştur (Kayri, Günüç, 2010, s.2482)

7. Sosyal medyaya artık cep telefonlarından da erişilebilmesi beraberinde öğrencileri cep telefonu kullanımına itmekte bu ise farklı problemlere yol açmaktadır. Mesela okulda cep telefonları ile kopya çekilmekte, röntgencilik yapılmakta, uygunsuz anlar yayınlanmakta, ders dinlemek yerine mesajlaşmakta ve hatta cep telefonu uğruna öğrenciler birbirlerini bıçaklamaktadır. Kısacası, her öğrencinin cebindeki telefon yüzünden eğitim zarar görmektedir.¹

IV. Sosyal Medya ve Eleştirel Yaklaşım

Sosyal medya; getirdiği yenilikler, bilgiye her yerden ve her zaman en kolay şekilde ulaşım imkânı sağlaması, sınırları ortadan kaldırıp adeta küresel köy kavramına hayatiyet sağlaması, sosyalleşmeyi sağlaması ve daha pek çok yönden olumlu eleştiriler almakta ve faydalı olarak değerlendirilmektedir. Fakat aynı platformlara farklı açılardan bakan kişiler tarafından da olumsuzluklara sebebiyet verdiği ifade edilmekte ve pek çok açıdan eleştiriye uğramaktadır. Sosyal medya yapısı itibarıyla, hem bir sosyalleşme aracı, toplumsal tepkiler için bir buluşma ortamı hem de güvenlik için bir tehdit olabilmektedir (Yıldırım, 2012, s.264).

Sosyal medyaya yönelik eleştirileri şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Kontrol edilememe özelliği ya da otorite eksikliği: Sosyal medya ortamı, güvenilir bilgi kaynaklarının olmadığı ve düzenleyici otoritelerin eksik olduğu bir ortamdır. Böyle bir ortam ise, bilgi kirliliği, içinden çıkılmayacak bir karmaşa oluşturur (. Tuncer, 211). Sosyal medya ile ilgili oluşan bilgi kirliliği ve yanıltılma riski algısı, onun en büyük handikapı ve dezavantajı sayılabilir (Sanlav, 38). Ayrıca sosyal medyanın özellikle de Twitter'ın (Sanlav, 130) olumlu ya da olumsuz çok büyük oranda bilinçaltında şartlanmalar oluşturduğu ileri sürülmektedir. Bu sayede kitleler harekete geçirilebilir, manipülasyon yapılabilir, insanlar sanal gündem maddeleriyle uğraştırılıp gerçek gündemden uzaklaştırılabilir (.Sanlav, 132). Hem otorite eksikliği, hem manipülasyon imkanı vermesi ve bunlarla bir algı oluşturmayı kolaylaştırması dolayısıyla sosyal medya gerek bireyler ve gerekse kuruluşlar ve şirketler için oluşturduğu algılarla bazen büyük zararlar sebep olabilmektedir. Mesela United Airlines adlı havayolu şirketi ile ilgili olumsuz bir videonun sosyal medyada yayınlanması, şirketin dört günde hisse senedi

¹ <http://www.dersimiz.com/haber-965-Ogrencilere-cep-telefonu-yasagi-egitim-haberleri.html#VK5p5Z8ogII> (Erişim Tarihi: 08.01.2014).

değerinde %10 düşüşe ve 200 milyon dolara yakın bir zarara sebep olmuştur (Tuncer, 162). Ayrıca kullanıcının oluşturduğu içeriklerin, sosyal medyada yayınlanan her içerik gibi eninde sonunda halka mal olması ve çıkar grupları tarafından kullanılabilir hale gelmesi sosyal medyayı tartışılmalı konulardan biri haline getirmektedir (Tuncer, 15).

2. Çoklu kimlikler ya da Kimliksizlik: Sosyal medyanın kimliği gizlemeye veya birden fazla kimlik kullanmaya elverişli olması beraberinde pek çok olumsuzluğu da beraberinde getirmiştir. Bu anlamda online sosyal ağlarda kurulan ilişkiler ve bunlardan kaynaklanan kimlikle ilgili tecrübelerin kişilerin ruh sağlığı üzerinde yaptığı etki araştırılması gereken önemli bir konudur (.Acun, 73)

3. Mahremiyetin ortadan kalkması ve etik dışı davranışlara ortam hazırlaması: Sosyal medya araçlarında kullanıcıların çoğu mahremiyet sınırlarını kaldıran tarzda içerik oluşturduğu ve kişisel bilgilerini paylaştıkları için birbirlerinin özel alanlarına müdahale edebilmektedirler. Bu müdahale, birçok etik dışı davranışın kaynağını oluşturmaktadır. Sosyal medyada yer alan etik dışı davranışlar incelendiğinde başlıca etik dışı davranışların şunlar olduğu görülmektedir (Mavnacıoğlu, 2009, s.64).

- Kişisel verileri izinsiz kopyalamak ve kişisel verilerde tahrifat yapmak.
- Ticari firmaların sırlarını ifşa etmek.
- Sahte içerik hazırlayarak kullanıcıları yanıltmak.
- Reklam ve sponsorluk almak için manipüle edici içerik yayımlamak.
- Telif haklarının göz ardı edilmesi.
- Genel ahlaka aykırı içerik oluşturmak ve yaymak.
- Firmalara zarar vermek için firmanın sahte bloğunu oluşturmak.
- Kaynak göstermeden içerik kullanmak
- Kişilerin gerçek kimliklerini gizleyerek sahte profiller oluşturmaları.
- Kurumların tüketicilerini yanıltmak için ücret ödeyerek yanlış içerik hazırlatmaları.
- Spam blog oluşturmak

Sosyal medyada adalet, etik ve ahlak konulu bir çalışma da kendisine yöneltilen bir soruya Doç. Dr.İdil Sayımer "*Olumsuz yönü, ifade özgürlüğü sanal ortamda ve sosyal medyada nerede başlar bunun bilinmezliği, ahlaksızlık ve etiksizliğin ortaya çıkmasına sebep olabilir. Bundan kişiler ve markalar zarar görebilir, ki gördüğünü gözlemliyoruz*" cevabını vermiştir. Yine aynı çalışmada Teakolik yazarı Hamza Şamlıoğlu "*Klavyenin arkasına geçmiş kişiler, bastırılmış duygularını yalan yanlış bir şekilde ortaya çıkarmaktalar. Bunun en büyük örneği ise birilerine saldırmak için FAKE kullanıcılar açıp, kendi ismi ile yazmaktan korkanlardır. Bu ne etiğe girer ne de ahlaka; Çünkü sosyal medya da kurallar yok, sosyal medya da kanunlar yok, her ne kadar etik olanlar da olsa her ne kadar araştıranlar da olsa sosyal medya konusunda cahil olmamız bunları büyük bir şekilde destekliyor.*" Cevabını vermiştir.¹

4. Aile içi ilişkileri olumsuz yönde etkilemesi: Missouri Üniversitesinde yapılan araştırmaya göre, aktif Twitter kullanıcıları, eşleriyle Twitter-bazlı çatışmalar yaşama

¹ Ali Yıldırım, *Sosyal Medya'da Adalet, Etik ve Ahlak Kavramı*, <http://www.alyldrm.com/sosyal-medyada-adalet-etik-ve-ahlak-kavrami/> (Erişim Tarihi: 26.06.2014).

eğilimi gösteriyorlar. Bu çatışmalarsa sadakatsizliğe ve boşanmaya kadar gidebiliyor.¹2013 yılındaki boşanmaların üçte birinde Facebook'un bir sebep olarak yer alması bu gerçeği somut bir şekilde ortaya koymaktadır (Sanlav, 91)

5. İnsan psikolojisi üzerindeki olumsuz etkileri:Sosyal medyanın negatif etkileri arasında dikkat bozukluğu, bağımlılık, depresyon², narsist kişilik bozukluğu, şizofreni gibi psikolojik bozukluklar gösterilebilir (Sanlav, 28). ABD'li psikoloji profesörü Rowland Miller 'in yapmış olduğu bir araştırmaya göre; Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinin insan karakteri üzerinde çeşitli etkileri vardır. Miller'e göre, insanların bütün hayatlarının detaylarını tüm dünyayla paylaşmalarını sağlayan Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri, utanma duygusunu yok etmektedir. Bununla birlikte sosyal medya sağlık problemlerine yol açmasından, gelecekteki iş fırsatlarının kaçmasına neden olmakta, kullanıcılarının kıskançlık duygusunu derinleştirip 'canavar'a dönüştürmesinden narsistleştirilmesine kadar birçok bilimsel iddianın hedefinde bulunmaktadır.³ Yine Facebook üzerine yapılan benzer araştırmalarda bazı olumsuz sonuçlara ulaşılmıştır (Tuncer, 39). Bunları, Facebook ve video oyunlar ile çok fazla vakit geçiren çocuklarda daha fazla uyku ve kaygı problemleri, depresyon ve mide ağrıların görülmesi, Facebook'u daha çok kullanan insanların, alkol kullanma oranlarının da yüksek olması, sosyal platformlardaki hesaplarını çok sık kontrol eden öğrencilerin akademik performanslarının düşmesi ve Facebook'ta fazla zaman geçiren ergenlik dönemindeki gençlerde daha çok psikolojik bozukluklar, asosyal davranışlar ve saldırgan hareketlerin gözlemlenmesi şeklinde sıralayabiliriz. Ayrıca Facebook, kullanıcılarını daha mutsuz, daha az tatminkâr etmektedir ve Facebook'ta ki en baskın duygu kıskançlıktır (Sanlav, 28).

6.İnsanları asosyalleştirilmesi: Pek çok kişi sosyal ağların insanları asosyalleştirdiğini belirtirken, buradaki kimliklerin utanma duygusunu yok ettiğinden ve insanların narsisizm gibi birçok farklı psikolojik etki ortaya çıkardığından yakınmaktadır (Sanlav, 87). Özellikle sosyal medyanın insanları sosyalleştirdiği mi yoksa asosyalleştirdiğini sorusu oldukça yaygın bir şekilde sorulmaktadır. Mesela Atatürk Üniversitesi'nde yapılan bir araştırma da araştırmaya katılan öğrencilerden bazıları Facebook kullanımının bireyleri asosyalleştirdiğini ve gerçek hayatta iletişim sorunları ortaya çıkardığını ifade etmişlerdir. Ayrıca sanal ortamda ki paylaşımların çok fazla olmasının gerçek hayatta insanlarla sosyal paylaşımlarda bulunma duygusunu körelttiğini belirtmişlerdir. Yine katılımcılar, Facebook'ta bireylerin çok fazla etkileşim, iletişim içerisinde bulunmasının insanları süreç içerisinde değiştirdiğini, sanal dünyadan gerçek hayata yönelirken insanların konuşacak bir şeylerinin kalmadığını ve bambaşka insanlar haline dönüştüklerini belirtmişlerdir (Turan, Göktaş, 2011). Ancak Gümüşhane

¹ <http://www.silikonvadisi.tv/genel/twitter-iliskileri-bozuyor-27092.html> (Erişim Tarihi: 29.09.2014).

² http://www.medyaforesi.com/haber/Kiskanc-Facebook-kullanicilari-depresyonda_450703.html (Erişim Tarihi: 04.02.2014).

³ Onur Fırçasıgüzel,Sosyal Ağların İnsan Yaşamına Etkisi: Facebook Örneği, <http://www.yenimakale.com/sosyal-aglarin-insan-yasamina-etkisi-facebook-ornegi.html> (Erişim Tarihi: 14.01.2015).

Üniversitesi'nde yapılan bir araştırma sonucunda sosyal medya kullanımında etkili faktörler sırasıyla, “sosyal çevre edinme/sosyalleşme”, “eğlence/boş vakit geçirme”, “rahatlama/stresten uzaklaşma”, ve “bilgi edinme/hayatı tanıma” şeklinde olmuştur (Akçay, 157). Yani sosyal medyanın kullanım amaçlarının başında kişinin sosyalleşme isteği yer almaktadır. Yine aynı araştırmaya göre kişiler arası ilişkilerin daha yoğun yaşanabileceği ortamlar olan üniversitelerde, özellikle gençlerin arkadaşlarıyla zaman geçirmek yerine sosyal medya sitelerini tercih etmeleri ve zamanın büyük bölümünü orda geçiriyor olmaları, günümüzde sosyal medyanın kişiler için önemli bir sosyal çevre edinme ve sosyalleşme aracı olduğunu göstermektedir (Akçay, 157). Öte yandan tek bir Facebook ve Twitter mesajı ile saniyeler içinde binlerce kişiye ulaşılabilmesi, sosyal medyayı sosyalleşme açısından önemli bir araç durumuna getirmektedir (Akçay, 157).

V. Sonuç

Sosyal medya, artık bir gerçeklik olarak hayatımıza girmiş bulunmaktadır. Bu gerçeklik bireysel ve toplumsal hayatımızı derinden etkilemeye devam etmektedir. Bu çalışmada da ortaya konulduğu gibi öncelikli olarak kültür ve kimlik boyutuyla toplum ve bireyler bu etkiyi hissedebilmektedirler. Popüler kültürün etkisi sosyal medya kullanıcıları arasında yaygınlaşmakta bu beraberinde toplumun diğer unsurlarına da sirayet etmektedir. Sosyal medyanın yapısı dolayısıyla kimlikler saklanabildiği için bireylerin bu mecrada farklı kimliklere bürünmesine yol açmakta bu ise kimlik problemlerine sebep olmaktadır. Yine her şeyin sınırsızca ve kontrolsüzce sergilenebildiği bu ortam, mahremiyetin ortadan kalkmasına, hakaret ve hatta küfürlerin kolayca kullanılmasına zemin hazırlamaktadır. Aynı zamanda bir bağımlılığa yol açması beraberinde psikolojik rahatsızlıkları, asosyalleşmeyi ve hatta şiddeti doğurmaktadır. Birer sosyal kurum olan siyaset, eğitim ve aile bu değişimi en net olarak tespit edebileceğimiz yerlerdir. Sosyal medyanın etkisi ile yeni kavramlar ortaya çıkmakta, yeni siyaset ve eğitim modelleri gündeme gelmekte ve aile içi iletişimsizlik ile beraber aile içi şiddet artmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya geleneksel olan her şeyi değiştirme potansiyeline sahiptir ve bu potansiyelini de gün be gün artırmaktadır. Geleneksel kültürden popüler kültüre, geleneksel siyasetten online/dijital siyasete, geleneksel eğitimden online eğitime ve geleneksel aile ortamından iletişimsiz bir aile ortamına doğru bir yönelmenin olduğu her kes tarafından gözlenebilmektedir.

Sosyal medyanın bütün bu kurumlar üzerinde ki etkisi engellenemez bir şekilde artmaya devam etmektedir. Dolayısıyla bu noktada birey, toplum ve devlete çok sayıda ve farklılıkta görevler düşmektedir. Birey ve toplum olarak yapılması gereken sosyal medya kullanıcılarını çocukluktan yani aileden başlayarak bilinçlendirmek, farklı alanlarda yetenekler geliştirmelerine yardımcı olup bilgisayar başına mahkûm olmamalarını sağlamaktır. Devlete düşen ise sosyal medya üzerine yerli bir politika geliştirmek, kurumları bu politika çerçevesinde yeniden şekillendirmektir.

Kaynaklar

- Acun, R.(2011). “Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik”, *Milli Folklor*, 23, 89, 66-77
- Ada, S.,vd..(2013). “Çevrimiçi Sosyal Ağ Sitesi Kullanımını Etkileyen Motive Edici Faktörler Üzerine Bir Araştırma”, (<http://ab.org.tr/ab13/bildiri/206.pdf>).
- Aims to Quantify and Understand Internet Usage and Attitudes Across Various Devices,
<https://www.consumerbarometer.com/en/insights/?countryCode=GL> (Erişim Tarihi: 14.01.2014).
- Akar, E.(2010). “Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri- Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10,1,107–122
- Akçay, H.(2011). “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-161
- Akyazı, E. -Ateş, D. (2012). “Kültürel Kimlik Farkındalığı Yaratmada Sosyal Ağların Rolü: Manav Türkleri Üzerine Bir Araştırma”, 173-194, (Editör: Tolga Kara, Ebru Özgen), *Sosyal Medya/Akademi*, İstanbul: Beta Yayınları
- Albukrek, İ.(2014). “Çocuklar Televizyonu Çok Seviyor Ama...”, <http://www.ekipnormarazon.com/makaleler/9-tv-ve-cocuk/39-cocuklar-televizyonu-cok-seviyor-ama>, 07.01.2014
- Altunay, M. C.(2010). “Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da “Pıt Pıt Net””, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Akademik Yayını*, 12, 31-56
- Anık, M.(2012). *Kimlik ve Çokkültürcülük Sosyolojisi*.İstanbul: Açılım Kitap
- Arpanet, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Arpanet> (Erişim Tarihi: 24.06.2015).
- Arslan, E.(2014). “*Sosyal Ağlar, İletişim Ahlakı ve Din*”, www2.diyadin.gov.tr/StratejiGelistirme/Sayfalar/DergidenSecmelerDetay.aspx?rid=14 26.06.2014
- Aydoğmuş, A.(2014). “*Sosyal Medya, Boşanmalar ve Aldatmalar*”, <http://www.teknolojioku.com/haber/gunun-yazisi-sosyal-medya-bosanmalar-ve-aldatmalar-23777.html>, 07.01.2014
- Babacan, M. E., vd.(2011). “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6 (2), 63-92
- Baban, E.(2012).“Mc Luah ve Baudrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu”,57-82, (Editör: Tolga Kara, Ebru Özgen), *Sosyal Medya/Akademi*, İstanbul: Beta Yayınları
- Bakıroğlu, C. T.(2014). “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları”,<http://ab.org.tr/ab13/bildiri/228.pdf> 28.11.2014
- Zygmunt B.(2015). *Akışkan Modern Dünyada Kültür*, (1. Baskı), (Çev. Çapcıoğlu, İ., Ömek, F.). Ankara: Atıf Yayınları

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). "Social Network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*", 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- Çıldan, C. vd.(2013). "Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü", *Akademik Bilişim*, Erişim 5 (2012): 2013. E-adres: <http://ab.org.tr/ab12/bildiri/205.doc> 29.09.2014
- Çoban,B.(2014). *Sosyal Medya Devrimi*, İstanbul: Su Yayınları
- Ekici, M., Kıyıcı, M.(2012). "Sosyal Ağların Eğitim Bağlamında Kullanımı", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5/2, 56-167
- Ergürel, D.(2014). "Siyasetçiler İçin Sosyal Medya Hem Baş Tacı, Hem Baş Belası", <http://www.denizerguel.net/siyaset-politika-ve-sosyal-medya/> 29.09.2014
- Fırçasıgüzel, O.(2015).,Sosyal Ağların İnsan Yaşamına Etkisi: Facebook Örneği, <http://www.yenimakale.com/sosyal-aglarin-insan-yasamina-etkisi-facebook-ornegi.html> 14.01.2015
- Genç, Z.(2010). "Web 2.0 Yeniliklerinin Eğitimde Kullanımı: Bir Facebook Eğitim Uygulama Örneği", *Akademik Bilişim'10-XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* 10-12 Şubat, Muğla Üniversitesi
- Gülbahar, Y. vd. (2010). "Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı", *XV. Türkiye'de İnternet Konferansı*, 2-4.
- Gülbuğ, E.(2009). "Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik", *Medya ve Etik Sempozyumu*, Mustafa Yağbasan (Ed) , Fırat Üniversitesi, Ekim, Elazığ, 33-49.
- Gürsakal, N.(2009). *Sosyal Ağ Analizi*. Bursa: Dora Yayınları,
- Hazar, M.(2009). "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Bahar, 7(2).
- İnternet Trends.(2014). <http://www.kpcb.com/internet-trends> 14.01.2014
- Kaplan, A. M., Haenlein, M.(2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media", *Business Horizons*, 53, 59—68
- Kara, T., Özgen, E.(2012). *Sosyal Medya/Akademi*. İstanbul: Beta Yayınları,VII.
- Karakoç, E., Taydaş, O. (2013). "Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Aile Kavramı", (Editörler: Büyükaslan, A., Kırık, A..(2013). *Sosyalleşen Birey- Sosyal Medya Araştırmaları-*, Konya: Çizgi Kitabevi, 2013, ss:207-224
- Kayri, M., Günüş, S.(2010). "Türkiye'deki Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeyini Etkileyen Bazı Faktörlerin Karar Ağaçları Yöntemleri İle İncelenmesi", *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri / Educational Sciences: Theory & Practice* 10 (4), Güz / Autumn, 2465-2500
- Kır, İ., Sulak, Ş. (2014). "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Güz-2014/51, 150-167
- Kırık, A.M.(2012). "Arap Baharı Bağlamında Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm", *21.Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 1(3), Kış, 87-98
- Kirman, M.A.(2011). *Kültür Maddesi, Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*, (2. Baskı, İstanbul: Rağbet yayınları

- Marshall, G.(2014). (Çev.: Osman Akinhay, Derya Kömürçü), *Kültür Maddesi, Sosyoloji Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve sanat Yayınları
- Mavnacıoğlu, K.(2009).“İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açısından İncelenmesi: Sosyal Medya Örnekleri”, *Medya ve Etik Sempozyumu*, Fırat Üniversitesi, Elazığ Ekim
- Aşkın,M.(2014). “Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler”, *A.Ü.S.B.E.Dergisi*, 10,2, 213-220.
- Subaşı, N.(2014). *Din Sosyolojisi*. İstanbul :DEM Yayınları
- Şengün, M.(2007). "Ahlaki Gelişimin Psiko-Sosyal Dinamikleri." *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 23, 201-221.
- Özkan, Ö.(2014) “Dünya Siyasetinde Sosyal Medya”, http://www.gelisimplatformu.org/19_74154_74154_Dunya_Siyasetinde_Sosyal_Medya-OMER_OZKAN 29.09.2014
- Özyurt, C.(2012). *Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma*. (2. Baskı), İstanbul: Açılım Kitap
- Özgül, G.E.(2012). “Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Bir Alan İmkânının Araştırılması”, *Journal of Yasar University*, (4526-4547), 26(7)
- Özsoy, =.(2010). *İnternetin Kararttığı Hayatlar*, Pozitif Yayınları, İstanbul: Pozitif Yayınları
- Petekoğlu, F.B.(2012). “Sosyal Medya, Sosyal Değişim”, *Sosyal Medya/Akademi*, (3-8), (Editör: Tolga Kara, Ebru Özgen), *Sosyal Medya/Akademi*, İstanbul: Beta Yayınları
- Sanlav, Ü.(2014). “Gençler Sosyal Medya Bağımlılığı Girdabında”, <http://www.istanbulajansi.com/haber/16852/Gencler-Sosyal-Medya-Bagimliliği-girdabında-.html#.VK5mOZ8og1I>, 08.01.2014
- Social Media,(2014). http://www.webopedia.com/TERM/S/social_media.html 14.01.2014
- Steinberg, A.(2014). “Genç Seçmenler ve Web 2.0 İle Politik Katılım: Facebook Genç Vatandaşların Seçime Katılımını Artırabilir mi?”, *Sosyal Medya Devrimi*. (Barış Çoban (Ed.)), 154-172
- Thurau, H, vd.(2010). “The impact of new media on customer relationships”, *Journal of Service Research*, 13(3), 311-30.
- “Türkiye'deki Siyasi Partilerin Sosyal Medya Analizi” (2014). <http://www.aktuel.com.tr/ozel/2013/10/16/turkiyedeki-siyasi-partilerin-sosyal-medya-analizi> 29.09.2014
- Toğay, A. vd.(2013). “Eğitim Süreçlerinde Sosyal Ağların Kullanımı: Bir MYO Deneyimi”, *Akademik Bilişim 2013 Konferansı*. Akdeniz Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Antalya
- Tonta, Y.(2009).“Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği”, *Türk Kütüphaneciliği*, 23, 4 ,742-768
- Turan, Z., Göktaş, Y.(2011, September). “Çevrimiçi Sosyal Ağlar: Öğrenciler Neden Facebook Kullanmıyor?”, *5.International Computer & Instructional Technologies 22-24*, Fırat Universty, Elazığ, Turkey.
- Tumasjan, A. Vd. (2010). “Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters” *Reveal about Political Sentiment, ICWSM* 10, 178-

185, <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/viewFile/1441/1852> 11.08.2015

Tuncer, E.(2014). *Sosyal Medya İmparatorluğu-Patron*-.İstanbul: Akis Yayınları

Ünüvar, N.(2013). *Dijital Siyaset*. İstanbul: Pozitif Yayınları

Vural, B.A., Bat, M.(2010) “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.

Wach, J.(1995). *Din Sosyolojisi*, (Çev. Günay, Ü.), İstanbul: İFAV Yayınları

Yıldırım, A. (2014). Sosyal Medya’da Adalet, Etik ve Ahlak Kavramı, <http://www.alyldrm.com/sosyal-medyada-adalet-etik-ve-ahlak-kavrami/> 26.06.2014

Yıldırım, A.(2012) “Sosyal Ağlar ve Kişisel Gizlilik Çatışması”, *Sosyal Medya/Akademi*, 243-268, (Editör: Tolga Kara, Ebru Özgen), *Sosyal Medya/Akademi*, İstanbul: Beta Yayınları

Zafarmand, N.(2010). Halkla ilişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve PR2.0, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara

http://www.sabah.com.tr/dunya/2010/12/02/bosanmalarin_5te_biri_facebook_yuzunde_n_07.01.2014

<http://yasam.bugun.com.tr/facebook-artik-bosanma-nedeni-haberi/113518>, 07.01.2014

<http://www.turkiyegazetesi.com.tr/yasam/99832.aspx> 07.01.2014

<http://www.dersimiz.com/haber-965-Ogrencilere-cep-telefonu-yasagi-egitim-haberleri.html#.VK5p5Z8og1I> 08.01.2014

<http://www.silikonvadisi.tv/genel/twitter-iliskileri-bozuyor-27092.html> 29.09.2014

http://www.medyafaresi.com/haber/Kiskanc-Facebook-kullanici-lari-depresyonda_450703.html

<http://semsector.com/sosyal-medya-internet-ve-mobil-kullanimi-2014-sunum/> 26.09.2014

<http://www.silikonvadisi.tv/sosyalmedya/facebook-hala-genclerin-gozdesi-29333.html> 29.09.2014

<http://www.silikonvadisi.tv/sosyalmedya/2012-sosyal-medya-istatistikleri-2887.html>, 14.01.2014

<http://www.silikonvadisi.tv/genel/dunya-kupasinin-sosyal-medyadaki-dev-etkisi-34820.html> 29.09.2014

<http://usmed.org.tr/sosyal-medya-ve-siyaset/> 29.09.2014