

Sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı üzerine sosyoloji alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin analizi

Özge Çelik*

Öz

Sosyal medya, gündelik hayat içerisinde insan ilişkilerinin sürdürülmesine büyük oranda aracılık etmektedir. Çevrimdışı yaşamın çevrimiçi alana etkisi olduğu gibi çevrimiçi alan da çevrimdışı yaşamı etkilemektedir. Bu etkiler sosyoloji bilim dalının başlıca konuları olan birey, kurum ve toplum ilişkilerine tesir etmektedir. Bu nedenle çalışmada, sosyoloji bilim dalında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konularında hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinin bu konuları nasıl ele aldığı ortaya konulması amaçlanmaktadır. Sosyal medya kavramının sosyoloji alanında yayınlanan lisansüstü tezlerinde nasıl ele alındığını analiz etmenin alanda yapılacak yeni araştırmalara katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Yükseköğretim Kurumu'nun web sayfasındaki Ulusal Tez Merkezi'nde sosyoloji bölümünde yayınlanan sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konularında hazırlanan lisansüstü tezlerin betimsel analizi yapılmıştır. Tezlerin yayınlanma yılı, kullanılan yöntem, incelenen uygulamalar, veri toplama araçları ve yöntemi, tez konusu, örneklem grubu, hangi illerde uygulama yapıldığı değerlendirilmiştir. Sosyoloji alanında ilk tez 2009 yılında yapılmıştır. 2009 yılından itibaren hazırlanan 79 yüksek lisans ve 11 doktora tezi olmak üzere 90 lisansüstü tez incelenmiştir. Araştırma sonuçları; sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konularında hazırlanan lisansüstü tezlerin çoğunluğunun yüksek lisans tezi olduğu; en fazla yüksek lisans tezinin İnönü Üniversitesi'nde, doktora tezinin ise Selçuk Üniversite'sinde hazırlandığı tespit edilmiştir. Lisansüstü tezlerde çoğunlukla nitel yöntem kullanılmıştır. En fazla kullanılan veri toplama tekniği ankettir. Tezler konu olarak en fazla sosyal medya kullanımını, mahremiyet kavramı, sosyalleşme, beden inşası/algısı üzerinedir. Tezlerin çoğunluğu saha araştırması yapılan tezlerdir ancak kuramsal çalışmalar da bulunmaktadır. Tezlerde en fazla tercih edilen örneklem grubu üniversite öğrencileridir. Saha araştırmasının en fazla yapıldığı il Konya'dır. Araştırma sonucuna bağlı olarak, sosyal ağ analizi vb. dijital yöntemlere tezlerde yer verilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, sosyal ağ, sosyal paylaşım sitesi, sosyal paylaşım ağı, lisansüstü tezler, sosyoloji

Analysis of postgraduate theses prepared in the field of sociology on social media, social networking and social networking sites/networks

Abstract

Social media largely mediates the maintenance of human relations in daily life. Just as offline life affects the online space, online space also affects offline life. These effects affect individual, group and social relations, which are the main subjects of the discipline of sociology. For this reason, the study aims to reveal how the master's and doctoral theses prepared on the subjects of social media, social networking and social networking site/network in the field of sociology deal with these issues scientifically. It is aimed to analyze how the concept of social media is discussed in the postgraduate theses published in the field of sociology. It is anticipated that it will contribute to new research. A descriptive analysis was made of postgraduate theses prepared in the sociology department on the subjects of social media, social networking and social networking sites/networks published in the National Thesis Center on the website of the Council of Higher Education. The year of publication of the theses, the method used, the applications examined, data collection tools, thesis topic, sample

* Doktora Öğrencisi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Ana Bilim Dalı, e-posta: ozge_celik18@hotmail.com, ORCID-ID: 0000-0001-8354-6057

group, and in which provinces the application was carried out were evaluated. The first thesis in the field of sociology was done in 2009. Since 2009, 90 graduate theses, 79 master's theses and 11 doctoral theses, have been examined. Research results; The majority of postgraduate theses prepared in the field of sociology on the subjects of social media, social networking and social networking sites/networks are master's theses; It was determined that most master's theses were prepared at İnönü University and doctoral theses were prepared at Selçuk University. Qualitative methods were mostly used in postgraduate theses. The most commonly used data collection technique is the survey. The topics of theses are mostly about social media use, the concept of privacy, socialization, and body construction/perception. The majority of theses are field research theses, but they are also theoretical studies. The most preferred sample group in theses is university students. The province where the most field research was conducted is Konya. Depending on the research results, it is recommended to include digital methods such as social network analysis in theses.

Keywords: Social media, social network, social networking site, social networking network, postgraduate theses, sociology

Giriş

Sosyal medyanın yaygın kullanımı çevrimdışı hayattaki insan ilişkilerini çevrimiçi alana taşımaktadır. Bireyler yaşamları hakkında bilgiler paylaşırken bu paylaşımlar sadece kişisel veri olarak kalmamakta toplumsal yaşamın devam etme biçimine tesir etmektedir. Sosyal medyada kullanıcı sayısının ve geçirilen sürenin artması disiplinleri sosyal medyanın etkileri konusunda araştırma yapmaya yöneltmektedir. Sosyal medya iletişim, medya ve bilgisayar alanları başta olmak üzere birçok alanın ortak konusudur. Hampton ve Shin (2023) iletişim araştırmaları çevrimiçi yaşamın çevrimdışı yaşamla bağlantısı yokmuş gibi ele almaktadır. Sosyoloji ise çevrimiçi platformlara katılımı tarih ve toplumsal yapılar bağlamında incelemektedir. Böylece araştırmalara benzersiz bir bakış açısı katmaktadır.

Türkiye’de sosyal medya kullanım istatistikleri nüfusun çok büyük bir bölümünün kullanıcı olduğunu göstermektedir. Türkiye İstatistik Kurumu Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2023 raporuna göre internet kullanım oranı, 16-74 yaş grubundaki bireylerde %87,1’dir. Cinsiyete göre internet kullanım oranı; erkeklerde %90,9 kadınlarda %83,3 olarak ölçülmüştür. Bireylerin en fazla kullandıkları sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları %84,9 ile WhatsApp, %69,0 ile YouTube ve %61,4 ile Instagram’dır. En fazla kullanılan sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları cinsiyete göre incelendiğinde; erkeklerin en fazla %88,7 ile WhatsApp, %72,6 ile YouTube ve %63,5 ile Instagram uygulamalarını, kadınların %81,1 ile WhatsApp, %65,4 ile YouTube ve %59,3 ile Instagram uygulamalarını kullandığı görülmüştür (TÜİK, 2023). Bu yoğun kullanım sonucu ekonomi, iletişim, eğitim, sanat, eğlence, politika, kültür vb. insanın sosyal yaşamına ait pek çok şey ağlarda sürdürülmeye ve inşa edilmeye devam ettiği için sosyal medyaya olan akademik ilgi artmıştır. Disiplinler sosyal medyanın kendi alanlarına getirdiği yenilikleri ve değişimleri anlamaya çalışmaktadır.

Sosyal, ekonomik ve politik bağlamı nedeniyle sosyal medya uygulamaları farklı bilim dallarında ele alınan bir konu haline gelmiştir. Gün geçtikçe farklı bilim dallarında hazırlanan sosyal medya konulu tez çalışmalarının sayısı artmaktadır. Yapılan çalışmalar da artan ilgiyi göstermektedir. Sosyal medya konulu 148 doktora tezini inceleyen Kiran’ın (2021) çalışmasında tezlerin disiplinlere göre dağılımına bakıldığında %28,1’inin işletme alanında, %19,33’ünün halkla ilişkiler ve tanıtım alanında, %7,4’ünün iletişim bilimleri alanında ve %7,4’ünün gazetecilik alanında olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya konulu doktora tezlerinin %68,8’i iletişim ve işletme alanlarında hazırlanmıştır (Kiran, 2021, s. 1075). Sosyal medya konulu tezlerin farklı alanlarda yapıldığı görülmektedir. Ancak sosyal medyanın iletişim ve işletme alanlarında ele alınma oranları sosyoloji alanından oldukça fazladır. Bu durum, sosyal medyanın ekonomi ve iletişim alanlarındaki etkisinin daha fazla hissedilmesinden kaynaklanmış olabilir. Örn. sosyal medyanın reklamcılıkta aldığı pay artmıştır (We are social, 2023). Sosyal medya, kullanıcıların ürün satın alma tercihleri

üzerinde etkili olmuştur. Ayrıca sosyal medya aracılığıyla ürün satışının yapılması kendine has dinamikleri olan bir ekonomi modeli ortaya çıkarmıştır.

Sosyal medya konulu tezleri inceleyen diğer bir araştırmada 348 lisansüstü tez incelenmiştir. Çalışmada incelenen sosyal medya konulu yüksek lisans tezlerinin en çok yapıldığı alanlar işletme, halkla ilişkiler ve tanıtım ve gazeteciliktir. Doktora tezlerinde ise ilk üç alan sırasıyla halkla ilişkiler ve tanıtım, işletme ve bilişim bölümleridir. Halkla ilişkiler ve işletme programlarında sosyal medyaya yoğun bir eğilim olduğu bulgulanmıştır (Batu & Ayaz, 2018, s. 299).

Sosyoloji disiplinde sosyal medya konusunda yapılan çalışmaları inceleyen çalışma olmadığı için literatürde boşluk bulunmaktadır. Bu nedenle sosyoloji alanında yayınlanan lisansüstü tezlerin sosyal medya konusunu nasıl ele aldığı ile ilgili bir durum analizi yapmanın alan için faydalı olacağı öngörülmektedir. Çalışma, sosyoloji alanında sosyal medya konusundaki tezlerin sayısı, yılı, seçilen araştırma yöntem ve teknikler, örneklem, uygulamalar, seçilen konular, araştırma yapılan yerler açısından şimdiye kadar neler yapıldığını göstermek için bir çerçeve sunmaktadır. Sosyal medya konulu lisansüstü tezlerine yönelik bazı çıkarımlarda bulunan bu araştırmanın, ileriki dönemlerde sosyal medya konusunda tez yazacak ve araştırma yapacak araştırmacılara yol gösterici olacağı öngörülmektedir.

1. Teorik çerçeve

İnsan ilişkilerinin kurulma biçimi toplum yapılarının gelişimi ve değişimi ile ilişkilidir. Toffler (2008), *Üçüncü Dalga* kitabında tarım toplumundan sonra endüstri toplumunun da ömrünü tamamlayıp yeni bir toplum düzeninin doğduğunu savunmaktadır. İnsanlık tarım ve endüstri olarak iki büyük değişim dalgası geçirmiş ve her değişim önceki kültür ve yaşam tarzlarını yok edip yerine yeni toplum yapısı, aile ilişkileri, iş yaşamı, yaşam tarzı, yeni bir ekonomi, siyasal anlayış getirmiştir. Sosyal bilimlerde ise sosyoloji bu değişimlerin özellikleri ve toplumlardaki yansımalarını belirlemeye çalışmaktadır.

20. yüzyılın son çeyreğinde toplumların maddi temeli enformasyon kaynaklı teknoloji devrimi ile yeniden şekillenmeye başlamıştır. Sanayi toplumundaki emek ve sermaye, enformasyon toplumunda yerini enformasyon ve bilgiye bırakmıştır (Kumar, 1999, s. 25). Castells (2020, s. 31-32), enformasyon teknolojisi devrimini 18.yüzyıl sanayi devrimi çapında bir tarihsel olay olarak kabul etmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojisindeki ilerlemelerin toplumsal yansımalarının ağ toplumu olarak tanımladığı yeni bir sosyal yapıyı meydana getirmektedir. Ağ temelli toplum olarak tanımladığı ağ toplumu kavramsallaştırmasını 1970'ler itibariyle üç sürecin bir araya gelmesine bağlamaktadır. Bunlar; bireysel özgürlük, küreselleşme, bilginin ve iletişimin sistemler üzerinden aktarımında meydana gelen büyük gelişmelerdir. Endüstri toplumunda elektrik nasıl her şeyin temeliyse enformasyon toplumunda da internet bu temele denk gelmektedir. Ağ toplumu temelindeki internet, insanların birbirleri arasında ağlar kurmasını, onları zaman ve mekân kısıtlamasından uzaklaştırarak sosyalliğin daha hızlı yaşanması ve insanların birbirlerine erişmesini kolaylaştırmaktadır.

Castells (2008, s. 621); "Ağlar, toplumlarımızın yeni sosyal morfolojisini oluşturur; ağlar oluşturma mantığının yayılması da üretim, deneyim, iktidar ve kültür süreçlerinde işleyişi, sonuçları, ciddi biçimde değiştirir." Sosyolog Castells, yeni toplum yapısının ortaya çıkmasında internetin icadını itici güç olarak görmektedir. İnternet icadına kadar gerçek yaşamda var olan ekonomi, kültür, iktidar kurum ve ilişkilerinin, internet ortamında tekrar yapıldığını, fiziksel olarak mümkün olmayan eş zamanlılık ve mekânsızlaşmanın sosyal yaşamı tekrar inşa ettiğini vurgulamaktadır.

İnternet alt yapısına bağlı ortaya çıkan sosyal medya uygulamalarında ilk başlarda çevrimiçi insan davranışları sanal olarak nitelendirilmiştir. Çevrimiçi alanın gerçek mekâna

bağlı olduğunun kabul edilmesi 2000'lerin başlarında ancak gerçekleşmiştir. Başlarda siber uzam olarak ifade edilen çevrimiçi alan artık aktörler tarafından şekillendirilen bir ağ olarak benimsenmiştir (Arora, 2012, s. 600). Bilgisayar aracılı iletişim ağları insanları, kurumları ve bilgileri birbirine bağladığından bilgisayar temelinde yükselen sosyal ağlardır. İnsanlar çevrimiçi alanda akrabaları ile bağlantı kurdukça çevrimiçi etkinliklerine anlam, aidiyet ve kimlik eklerler, bu bağlar siber uzayı siber yerlere dönüştürmektedir (Wellman, 2001, s. 228-229). İnternetin başlarda gerçek yaşamdan bağımsız olduğu algısından uzaklaşıp sosyal yaşam içerisindeki kişi ve yapılarla, sosyal yaşamla olan ilgisi fark edilmeye başlanmıştır. İnternet teknolojisindeki gelişmelerle Web 2.0 teknolojisine geçilmiş ve internette kullanıcılar arası etkileşim kurma özelliği zenginleşmiştir.

İnternetteki bu değişimi Zuckerman (2008), “Sevimli Kedinin Dijital Aktivizm Teorisi” makalesinde “Web 1.0, fizikçilerin araştırma makalelerini paylaşmasına izin vermek için icat edildi. Web 2.0, insanların sevimli kedilerin resimlerini paylaşmasına izin vermek için oluşturuldu” şeklinde ifade etmektedir. Web 1.0 internetin ilk hali doküman aktarımı, dosya alışverişi gibi insandan insana iletişim ilişkilerinin daha sınırlıdır. Web 2.0 ise insanlar arasında ilişkilerin ve içeriklerin paylaşıldığı alan olarak sosyal ağ/medya ismi ile nitelenmiştir.

İnternette artan içerik paylaşımı ve kullanıcı etkileşimi nedeniyle Web 2.0 “sosyal ağlar” ve “sosyal medya” kavramları ile tanımlanmaktadır (Koçer, 2020, s. 19). Peki, neden aynı içerik üretimi ve paylaşım özelliğine sahip uygulamalar için farklı iki kavram kullanılmaktadır? Hatta Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg'in Facebook'un kurulum sürecini konu alan filmi The Social Network filminde Sosyal Ağ ismi tercih edilmiştir. Sosyal ağ, kullanıcı topluluğu özelliği ve sosyal medya içerik paylaşımı özelliği taşımaktadır (Burns'tan akt. Balaban Salı & Erben 2022, s. 278). İnsan ilişkileri ve topluluk vurgusu 2010'a kadar ön planda iken, sonrasında kullanıcılar arası içerik paylaşımı vurgulanmaktadır.

Bilgisayar aracılı iletişim (Zhao 2006a) olarak değerlendirilen sosyal medya, insanlara sosyal kullanımlar sağlamaktadır. Sosyal medya, aile gibi yakın ilişkilerden iş arkadaşlarından yabancılara kadar uzanan uzak ilişkileri kapsayan bir çevrimiçi sosyal ağ kurulmasını sağlamaktadır (Zhao, 2006b, s. 847). İnsanlar arası yüz yüze iletişim kurmak internet aracılığıyla biçim değiştirmiştir. Bakardjieva'nın (2003, s. 291) hareketsiz toplumsallaşma kavramı, internetin özel alanı terk etmeden sosyalleşmeye imkân veren bir mecra olduğu, sosyalleşmenin çevrimiçi alanda da devam ettiğini vurgulamaktadır. Bu sosyalleşme değişimi insan yaşamını değiştirirken, insanlar pek çok eylemini internette gerçekleştirdiğinden, internetin kendisini de dönüştürmektedir. Böylece internet sosyo-teknik bir kimliğe sahip olmaktadır (Castells, 2020, s. 34). İnsanın sosyal yaşamı ile teknolojinin birleştiği bir alan olarak sosyal medya, bir teknoloji olsa da kullanımı insanların birbirleri ile kurduğu ilişkilere göre değişmektedir.

Sosyal medya tanımlarında sosyal medyanın sahip olduğu özelliklerin ön plana çıkmaktadır. Sosyal ağ siteleri, bireylerin herkese açık veya yarı açık bir profil oluşturabildiği, bağlantı paylaştığı diğer kullanıcıların listelendiği, kendi ve başkalarının ağlardaki yaptıklarının görüntülediği web uygulamaları olarak tanımlanmaktadır (Boyd & Ellison, 2007, s. 211). Sosyal medya, Köksal ve Özdemir'in (2013, s. 325) ifadesiyle, “katılımcılarının çevrimiçi ortamlarda kendilerini ifade etme, iletişime geçme, gruplara katılma ve bu ortamlara fikir, yorum ve yayınlarıyla katkıda bulunma olanağı sağlayan sosyal içerikli web siteleri” olarak tanımlanmıştır. Tanımlarda sosyal medya kullanıcılarının ağlarındaki insanlarla etkileşimleri ve sosyalleşmeleri yer almaktadır. Sosyal medya sitelerinden bazıları Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, Youtube, Telegram, Whatsapp vb. uygulamalardır. Kullanıcılar sosyal medya uygulamalarında metin, fotoğraf, bağlantı ve video içerikleri paylaşabilmekte, başkalarının fotoğraf ve video paylaşımlarını görüp izleyebilmekte, yorum yapabilmekte, özel mesajlaşma, hikâye, durum paylaşabilmektedir. Sosyal medyanın bu özelliklerine her geçen

gün yenilerinin eklenmesi, insanların bu alanlarda daha fazla sosyalleşmesini sağlamakta ve ilişkilerin çevrimiçi sürdürülmesini zenginleştirmektedir.

Lupton'a (2015) göre dijital teknolojilerin verileri insan eylemlerinin ürünüdür. Bu nedenle sadece sayısal veriler olarak değerlendirilmemelidir. Yüz yüze iletişim ve sosyal medya dolayımı ile iletişimin kalitesi teknolojik imkânlar sayesinde birbirine yakınlaşmıştır. Bu yakınlaşmanın sebebi kullanıcıların tüm kişisel, kültürel ve sosyal kimliklerini bilgisayarlı iletişime tamamıyla aktarması olarak kabul edilmektedir (Dijk, 2006, s. 14). Böylece sosyolojinin başlıca konuları olan birey, grup ve kurumlar teknoloji aracılığıyla çevrimiçi alana taşınmaktadır.

Taburoğlu (2019, s. 7) "Dijitalin özünün dijital olmadığı" ifadesi ile sosyal ağların insanları birbirine yaklaştıran ve ilişki içerisinde olmalarını sağlayan araçlar olduğunu, dijitaldeki asıl özün yine insanın kendisi/özü olduğunu vurgulamaktadır. Goffman'a (2018) göre ise; benlik, bireyin kimliğinin diğer insanlara aktarımıdır. Ona göre benlik dış toplumsal ortamla şekillenen bir kavramdır. İnsanlar çevrimiçi alanda diğer insanlarla etkileşim kurmaktadır. Bu bağlamda çevrimiçi alandaki benlik ve kimlik sunumunun yüz yüze ilişkilerde olduğu gibi diğer insanlardan etkilenmeyle gerçekleşmektedir. Goffman'ın benlik teorisini çevrimiçi insan ilişkilerine uyarlayan Hood (2019), insanların sosyal medyadaki benlik sunumu ve kimlik performansı üzerinde uygulamaları kullanan diğer insanların etkili olduğunu vurgulamaktadır. Etkileşimin fizikselliği azalırken sosyal ağlarda benlik oluşumunda anonim bireylerin etkisi artmaktadır.

Sosyal ilişkilerin kurulumundaki değişim sosyoloji kuramcılarının da dikkatini çeken bir konu olmuştur. Bauman, insan ilişkilerinde değişen ortam farklılaşmasının altını çizmektedir. "Bilinen temel kavramların göndermeleri aşama aşama ama muntazam çevrimdışı hayattan çevrimiçi hayata nakloluyor. 'Bağlantı', 'randevu', 'buluşma', 'iletişim kurma', 'topluluk' ya da 'arkadaşlık' gibi kavramlar -her biri kişilerarası ilişkilere ve sosyal bağlara gönderme- bunların içinde en göze çarpanlarıdır" (Bauman, 2012, s. 12). Yüz yüze yaşanan sosyal birliktelikler oluşumu çevrimiçi alanda yeniden yapılanmaktadır.

İnsan ilişkilerinin bir kısmı veya tamamı çevrimiçi olarak sürdürülmektedir. Milyonlarca insan her gün uzun saatler sosyal medyalarla birbirine bağlanmaktadır. Facebook vb. sosyal medya sitelerini hesaba almayan bir sosyoloji eksik kalmaktadır (Bauman & Lyon, 2020, s. 48). Sosyolog Bauman'ın sosyoloji bilimini eksik kalacak kadar etkileyecek nitelikte gördüğü sosyal medya siteleri, birey ve toplumu anlamak için yeni bir gözlem sahası olduğu söylenebilir.

Bu bağlamda çalışma, bireylerin toplumsal ilişkilerini, toplum yapılarını ve bunlarda meydana gelen değişimleri inceleyen sosyoloji disiplinin sosyal medya kavramını sosyoloji anabilim dalı lisansüstü tezlerinde nasıl ele alındığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada sosyoloji alanında sosyal medya konusunda yapılan tez sayısı, tezlerin yıllara göre dağılımı, ele alınan konular, araştırma yöntem ve teknikleri, örneklemeler, uygulamalar, veri analiz teknikleri, saha çalışması yapılan yerler incelenmiştir. Çalışmanın sosyoloji alanının çevrimiçi alanı anlamakta geri kalmaması gerektiği kaygısı nedeniyle alana katkı sağlayacağı öngörülmekte sosyoloji alanında sosyal medya konusunda tez hazırlayacak araştırmacılara yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Türkiye'de sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı kavramları aynı uygulamaları farklı isimlerle tanımlayan kavramlardır. En yaygın kullanım sosyal medya olmakla birlikte, bu uygulamalardaki sosyalliği vurgulamak için diğer iki kavram da kullanılmaktadır. Bu nedenle sosyoloji anabilim dalında yapılan ve üç kavramdan herhangi birisini tercih eden tezler çalışmada incelemeye alınmıştır.

2. Metodoloji

2.1. Araştırmanın amacı ve önemi

Çalışmanın amacı, Türkiye’deki üniversitelerde sosyoloji bilim dalında; “sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı” konularında yapılan tezleri değerlendirmek ve mevcut durumu ortaya koymaktır. Bu kapsamda sosyoloji alanında yapılan sosyal medya konulu ilk lisansüstü çalışmanın 2009 yılında olması sebebiyle, çalışma 2009-2023 tarihleri arasında yayınlanan yüksek lisans ve doktora tezlerini ele almaktadır.

Sosyoloji literatüründe sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı kavramları üzerine yapılan çalışmaları betimsel analiz ile inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma ile literatürdeki boşluk doldurulmuş olup sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu tezlerin eğilimi hakkında alana yeni bilgiler sağlanacaktır. Bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara fikir vermesi ve konu seçiminde alanda nasıl bir eğilim olduğunu görmesi açısından katkı sağlanması öngörülmektedir.

2.2. Araştırma soruları

Çalışma 2009-2023 yılları arasında sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu yapılan lisansüstü tezler incelenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın araştırma soruları aşağıda belirtilmiştir. 1-Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili yazılan tezlerin yüksek lisans ve doktora programlarında sayısal dağılımı nasıldır? 2-Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili yazılan lisansüstü tezler hangi yıllarda yayınlanmıştır? 3- Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili lisansüstü tezler hangi sosyal medya uygulamalarını incelemiştir? 4- Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili lisansüstü tezlerde kullanılan araştırma yöntemleri nelerdir? 5- Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili lisansüstü tezlerde kullanılan veri toplama araçları ve veri analiz yöntemleri nelerdir? 6- Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili lisansüstü tezlerde ele alınan konuların dağılımı nasıldır? 7- Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili tezlerin örneklem dağılımı nasıldır? 8- Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili tezlerin uygulama yapıldığı il veya ülkeler hangileridir? 9- Ulusal tez merkezinde sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı ile ilgili tezlerde incelenen örneklem grupları hangileridir?

2.3. Araştırma yöntemi

Araştırmada sosyoloji alanında yapılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla betimsel analiz yöntemi seçilmiştir. Betimsel analizde ham elde edilen veriler sınıflandırma yapıp ve yorumlanarak sonuçlara ulaşılmaktadır (Altunışık, vd., 2007, s. 268). Bu yöntemde belli bir konuda nicel veya nitel yöntemle yapılan birbirinden bağımsız çalışmaların inceleme sonucu belirlenen konu hakkında alandaki eğilimler ortaya çıkarılmaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalara alanla ilgili bir perspektif çizmeyi ve yön göstermeyi sağlamaktadır (Ültay vd., 2021, s. 190-191). Betimsel analizde amaç elde edilen bulguların açıklanıp yorumlanarak, neden-sonuç ilişkisi içerisinde sonuçlara ulaşılmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 240).

Çalışmada literatür taraması yoluyla ulusal tez merkezi veri tabanından detaylı arama yapılmıştır. Veri tabanında detaylı arama yapılırken sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı anahtar kelimeleri tek tek taranarak ulaşılan tezler incelenmiştir.

2.4. Araştırmanın sınırlılığı

Araştırma, Yüksek Öğretim Kurulu'nun Ulusal Tez Merkezi web sitesinden sosyoloji alanında yapılan sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı anahtar kelimeleri ile ulaşılan 90 tez çalışması ile sınırlıdır. Çalışma, sosyoloji alanında 2009-2023 yılları arasında yayınlanan yüksek lisans ve doktora tezleri ile sınırlandırılmıştır. Çalışmaya 2023 yılı eylül ayı sonuna kadar yayınlanan tezler dâhil edilmiştir. Çalışmanın diğer bir sınırlılığı tezlerin araştırma soruları kapsamında değerlendirilmesidir.

2.5. Araştırma evreni ve örnekleme

Araştırmanın evrenini Ulusal Tez Merkezi veri tabanında (www.tez.yok.gov.tr) yer alan sosyoloji tezleri oluşturmaktadır. Örnekleme ise sosyoloji bilim dalında hazırlanan sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı anahtar kelimelerinin ayrı ayrı taranması sonucu ulaşılan lisansüstü tezler oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme 90 lisansüstü tezdendir.

3. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde incelenen lisansüstü tezler araştırma sorularını cevaplayacak biçimde tablolaştırılmıştır.

Tablo 1. Tez Sayıları

Tez Türü	Adet			f	%
	sosyal medya	sosyal ağ	sosyal paylaşım sitesi/ağı		
Yüksek Lisans	69	7	3	79	%87,7
Doktora	8	1	2	11	%12,3
Toplam	77	8	5	90	100,0

Sosyoloji alanında hazırlanan sosyal medya ile ilgili 90 tezin 79'u yani %87,7'si yüksek lisans ve 11'i yani %12,3'ü doktora programında yayınlanmıştır. Tezlerde sosyal medya kavramının 77 tezde kullanıldığı, sosyal ağ kavramının 8 tezde ve sosyal paylaşım sitesi/ağı kavramlarının 5 tezde kullanıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 2. Tezlerin Yayın Yılı

Yıl	Yüksek Lisans			Doktora		
	sosyal medya	sosyal ağ	sosyal paylaşım sitesi/ağı	sosyal medya	sosyal ağ	sosyal paylaşım sitesi/ağı
2009	-	1	-	-	-	-
2010	-	-	-	-	-	-
2011	1	-	-	-	-	-
2012	-	1	1	-	-	1
2013	1	-	-	-	-	-
2014	2	1	1	1	-	-
2015	3	-	-	-	-	-

2016	1		-	-	-	-
2017	1	-	1	1	-	-
2018	6	1	-	2	-	-
2019	12	-	-	1	-	-
2020	7	1	-	-	-	
2021	16	1	-	-	1	1
2022	13	-	-	2	-	-
2023	6	1	-	1	-	-
Toplam	69	7	3	8	1	2
	79			11		

Tablo 2’de sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konularında lisansüstü tezin ilk olarak 2009 yılında hazırlandığı görülmektedir. Sosyoloji alanında sosyal ağ kavramı ile 2009 yılında yapılan ilk çalışma bir yüksek lisans tezidir. 2009 ile 2023 yılları arasında 90 adet sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konularında yazılmış tez bulunmaktadır. Tez sayısının 2018 yılı itibariyle artış gösterdiği görülmektedir. 2020 yılında yapılan tez sayısının azaldığı görülmektedir. Tez sayısındaki bu azalmanın nedeni dünyada yaşanan Covid-19 salgınına bağlı olarak saha araştırmaların sayısının düşmüş olması olabileceği tahmin edilmektedir. 2023 yılı içinde makalenin hazırlandığı eylül ayı ile birlikte henüz yıl bitmediği için az sayıda çalışma bulunmaktadır.

Tablo 3. Tezlerin İncelediği Uygulamalar

Sıra No	Uygulama Türleri	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
1	Tüm Sosyal Medya Uygulamaları	47	7	54
2	Instagram	14	2	16
3	Facebook	5	-	5
4	Twitter	2	2	4
5	Youtube	2	-	2
6	Ekşi Sözlük	1	-	1
7	Zaytung	1	-	1
8	Onedio	1	-	1
9	Swarm	1	-	1
10	Facebook+Instagram	1	-	1
11	Instagram+Youtube	2	-	2
12	Instagram+Twitter	1	-	1
13	Instagram+Twitter+Facebook	1	-	1
Toplam		79	11	90

Sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konularında hazırlanan lisansüstü tezlerin incelendiği uygulamalar Tablo 3’te gösterilmiştir. Hazırlanan 54 tez çalışmasında tüm sosyal medya uygulamalarına yönelik araştırmalar yapılmıştır. 16 tez çalışması sadece Instagram uygulamasını incelemiştir. 5 çalışma Facebook ve 4 çalışma Twitter uygulamasını incelemiştir. Bazı çalışmalar bir veya iki sosyal medya uygulaması ile sınırlandırarak inceleme yapmıştır.

Tablo 4. Tezlerde Kullanılan Yöntem

Araştırma Yöntemi	f	Yüzde
Nitel	46	51,1
Nicel	24	26,7

Karma	10	11,1
Kuramsal	10	11,1
Toplam	90	100

Sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu tezlerin yöntem dağılımı Tablo 4’te gösterilmiştir. Nitel araştırma yöntemi ile yapılan 46 çalışma tezlerin %51,1’ini oluşturmaktadır. Nicel araştırma yöntemi ile yapılan 24 çalışma tezlerin %26,7’sını oluşturmaktadır. Karma araştırma yöntemi ile yapılan 10 çalışma tezlerin %11,1’ini oluşturmaktadır. Kuramsal yaklaşım ile yapılan 10 çalışma tezlerin %11,1’ini oluşturmaktadır. Araştırmaya dâhil edilen tezlerde en fazla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Waters (2008) “İnsanlar, davranışlarına anlamlar yüklerler. Sosyoloğun önemli bir görevi, bu gibi anlamları anlamak ve çözmektir.” Sosyal medyanın, insan davranışlarını incelemek isteyen araştırmacılar için hem nispeten yeni bir inceleme alanı olması hem de bu alanın anlamak ve keşfetmek için nitel araştırma yöntemi daha fazla seçilmiş olabileceği düşünülmektedir.

Tablo 5. Tezlerde Kullanılan Veri Toplama Araçları ve Veri Analiz Yöntemleri

Veri Toplama Araçları	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
Anket	17	6	23
Yarı Yapılandırılmış Mülakat	22	-	22
Söylem Analizi	3	-	3
Vaka İncelemesi	1	-	1
Doküman Analizi	-	1	1
İçerik Analizi	12	3	15
Etnografi	2	-	2
Dijital Etnografi	3	-	3
Karma Yöntem	10	1	11
Diğer (araştırma yöntemi kullanılmamış/kuramsal)	9	-	9
Toplam	79	11	90

Sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu tezlerin veri toplama araçları ve veri analiz yöntemleri dağılımı Tablo 5’te gösterilmiştir. Hazırlanan tezlerde en çok tercih edilen veri toplama tekniği 23 tezle anket tekniğidir. 22 tezde yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. 15 tezde içerik analizi tekniği kullanılmıştır.

Tablo 6. Tezlerin Konu Dağılımları

Sıra	Tez Konusu	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
1	Sosyal Medya ve Sosyoloji Kuramcıları	3	-	3
2	Sosyal Medya ve Kamusal Alan	1	-	1
3	Sosyal Medya Kullanımı	5	1	6
4	Sosyal Medya ve İktidar İlişkileri/Seçim	2	1	3
5	Sosyal Medya ve güven, sosyal sermaye ve saygınlık ilişkisi	-	1	1
6	Sosyal Medya ve Politika	-	3	3
7	Sosyal Medya ve Mahremiyet	6	-	6
8	Sosyal Medya ve Gerçek Yaşam Sosyoloji	1	-	1

	Araştırma Teknikleri ile Karşılaştırma			
9	Sosyal Medya ve Çocuklar	1	-	1
10	Sosyal Medya Bağımlılığı	4	-	4
11	Sosyal Medya ve Tüketim	4	-	4
12	Sosyal Medya ve Aile	4		4
13	Sosyal Medya ve Anne	3	-	3
14	Sosyal Medya ve Sosyalleşme	5	1	6
15	Sosyal Medya ve Sosyal Sermaye	2	1	3
16	Sosyal Medya ve Muhalefet	1	-	1
17	Sosyal Medya ve Nefret Söylemi	1	-	1
18	Sosyal Medya ve Yabancılaşma	2	-	2
19	Sosyal Medya ve Kültür Endüstrisi	2	-	2
20	Sosyal Medya ve Benlik Sunumu	4	1	5
21	Sosyal Medya ve Mekân	1	1	2
22	Sosyal Medya ve Toplumsal Hareketler	2	1	3
23	Sosyal Medya ve Yaşlılık	1	-	1
24	Sosyal Ağ ve Teşhircilik	1	-	1
25	Sosyal Ağ ve Değerler	1	-	1
26	Sosyal Medya ve Eğitim	1	-	1
27	Sosyal Medya ve Kimlik	3	-	3
28	Sosyal Medya ve Şiddet/Kadına Şiddet	5	-	5
29	Sosyal Medya ve Beden İnşası/Algısı	6	-	6
30	Sosyal Medya ve Covid-19	2	-	2
31	Sosyal Medya ve İntihar	1	-	1
32	Sosyal Medya ve Erkeklik	1	-	1
33	Sosyal Medya ve Risk Toplumu	1	-	1
34	Sosyal Medya ve Feminizm	1	-	1
35	Sosyal Medya ve Siber Zorbalık	1	-	1
	Toplam	79	11	90

Sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu tezlerin incelediği konu dağılımı Tablo 6'da verilmiştir. Sosyal medya, tezlerde 35 farklı başlıkla ilişkilendirilerek incelenmiştir. Çalışma konusu olarak en fazla sosyal medya kullanımı, mahremiyet kavramı, sosyalleşme, beden inşası/algısı tercih edilmiştir. Her bir konudan altışar tez yayınlanmıştır. İkinci olarak benlik sunumu ve şiddet/kadına şiddet konuları beşer tezde incelenmiştir. Üçüncü olarak sosyal medya bağımlılığı, aile, tüketim konuları dörder tezde incelenmiştir. Sosyal medyanın artan kullanıcı sayısı (Türkiye'de 62.55 milyon kişi) ve süresi (2 saat 54 dakika) ile gündelik hayatta yüz yüze tüm ilişkilerin sosyal ağlara taşınmasına bağlı olarak tezlerde incelenen konularda çeşitlendiği görülmektedir (We are social, 2023). Tezlerde benlik, kimlik, beden inşası/algısı vb. bireyin özel alanına ait konular incelendiği gibi seçim, toplumsal hareketler, politika vb. kamusal alana ait konuların da incelenmiş olması sosyal medya uygulamalarının bireyin yaşamında birçok alanda etkisinin olduğunu göstermektedir. Buna bağlı olarak yapılan tezlerin konuları çeşitlilik göstermektedir. İntihar gibi bireysel bir eylem ve politika gibi toplumsal bir konu sosyal medya ile ilişkili incelenebilmektedir. Tez konuları sosyal medya kavramının hem birey (benlik/beden vb.) hem de kurum (aile vb.) bağlamında geniş bir perspektifte incelenebilir olduğunu göstermektedir. Sosyoloji disiplinin konuları, dijital versiyonları ile toplumsal ilişkiler içerisinde yer almaya başlamıştır.

Tablo 7. Tezlerin Örneklemeleri

Sıra	Uygulama Yapılan Örneklem	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
1	Öğretmenler	2	-	2

2	Üniversite Öğrencileri	18	5	23
3	Aile (anne-baba-çocuk)	1	-	1
4	Kadınlar	2	-	5
5	Lise Öğrencileri	5	1	6
6	Anneler	2	-	2
7	Ergenler	1	-	1
8	Y ve Z kuşağı	1	-	1
9	Yaşlılar	1	-	1
10	Kullanıcılar	15	1	16
11	Aktivist	1	1	2
12	Evliler	1	-	1
13	Gençler	2	-	2
	Toplam	52	8	60

Sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu tezlerin örneklem dağılımı Tablo 7’de verilmiştir. Sosyoloji alanında yapılan 90 tezin 60’ı saha araştırmasıdır. Diğer 30 tez kuramsal veya metin- görsel paylaşımları inceleyen tezlerdir. Saha araştırması yapılan 60 çalışmada en fazla tercih edilen örneklem grubu üniversite öğrencileridir. 23 tez çalışması üniversite öğrencileri ile yapılmıştır. İkinci sırada 16 tez çalışması ile sosyal medya kullanıcılarıyla ve üçüncü sırada 6 tez çalışması ile lise öğrencileriyle çalışma yapılmıştır.

Tablo 8. Tezlerde Saha Araştırması Yapılan Yerler

Sıra	Uygulama Yapılan İller ve Ülkeler	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
1	Afyon	1	1	2
2	Ankara	3	-	3
3	Antalya	1	-	1
4	Bolu	1	-	1
5	Diyarbakır	2	-	2
6	Elazığ	1	-	1
7	Eskişehir	2	-	2
8	Giresun	2	-	2
9	İstanbul	3	-	3
10	Isparta	3	-	3
11	Kırıkkale	1	-	1
12	Konya	6	1	7
13	Malatya	2	1	3
14	Mersin	1	-	1
15	Muğla	1	-	1
16	Nevşehir	2	-	2
17	Pamukkale	1	-	1
18	Sivas	1	-	1
19	Sakarya	1	-	1
20	Trabzon	1	-	1
21	Farklı illerden katılımcısı olan çalışmalar	8	4	12
22	Türkiye ve Yurtdışından Kullanıcılar	2	-	2
23	Ülke (Irak, Afganistan)	3	-	3
	Toplam	49	7	56

Sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu tezlerde saha araştırması yapılan yerlerin dağılımı Tablo 8’de verilmiştir. 12 tezin saha çalışması birden fazla ilde yürütülmüştür. İkinci en fazla araştırma yapılan il Konya ilidir.

Ankara, İstanbul, Isparta ve Malatya illerinde 3'er araştırma yapılmıştır. Hem Türkiye hem de yurtdışında bulunan sosyal medya kullanıcıları ile yapılan tez çalışması 2 adettir. Yurtdışında saha araştırması yapılan 3 tezin 2'si Irak'ta ve 1'i Afganistan'da yapılmıştır.

Sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu tezler incelendiğinde, tezlerin 43 farklı üniversitede hazırlandığı tespit edilmiştir. 43 üniversite arasından sosyoloji alanında en fazla lisansüstü çalışma yapan üniversite 6 çalışma ile İnönü Üniversitesi'dir. Anadolu Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nde 5'er ve Afyon Kocatepe Üniversitesi, Pamukkale Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi ve Süleyman Demirel Üniversitesi'nde 4'er, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Karabük Üniversitesi, Kırıkkale Üniversitesi, Mardin Artuklu Üniversitesi'nde 3'er tez çalışması yapılmıştır. Geriye kalan üniversitelerde 1'er tez çalışması bulunmaktadır. İnönü Üniversitesi 5 yüksek lisans tezi ile alanda en fazla yüksek lisans tezine sahipken, Selçuk Üniversitesi 3 doktora tezi ile alanda en fazla doktora tezine sahiptir.

Sonuç

Çalışma, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinde yayınlanan sosyoloji anabilim dalı lisansüstü tezlerinden yararlanarak hazırlanmıştır. Sosyoloji alanında 2009-2023 Eylül ayı sonu esas alınarak sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu 90 lisansüstü tez incelenmiştir. 90 lisansüstü tezin yayın yılı, sayısı, ele alınan konular, araştırma yöntem ve teknikleri, örneklemeler, uygulamalar, veri analiz teknikleri, saha çalışması yapılan yerler ve tezlerin üniversitelere göre dağılımı incelenmiştir.

Araştırmada incelenen 90 lisansüstü tez çalışmasının 11'i (%12,3) doktora tezi, 79'u (%87,7) yüksek lisans tezidir. Sosyoloji alanında ilk lisansüstü tez 2009 yılında bir yüksek lisans tezidir. İlk doktora tezi de 2012 yılında yayınlanmıştır.

Yaygın kullanıma sahip olan sosyal medya uygulamalarından Facebook 2004, Youtube 2005, Twitter 2006, Whatsapp 2009, Snapchat 2011, Instagram 2012 ve Tiktok 2016 ortaya çıkmıştır. 2009 yılından önce Facebook, Youtube ve Twitter ortaya çıkmış olsa da Türkiye'de sitelerin kullanılmaya başlanması daha geç tarihlere aittir. Çünkü bu sitelerin ilk çıkış tarihleri ile Türkiye'de yaygınlaşması arasında yıl farkı bulunmaktadır. Sosyal medyanın ABD'de ortaya çıktığı tarihten ziyade Türkiye'de yaygınlaştığı yıllar baz alındığında 2009 yılında yayınlanan yüksek lisans tez çalışması nispeten erken bir tarih olarak değerlendirilebilir.

Sosyoloji alanında sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konularında ilk tez çalışması 2009 yılında yapılmıştır. Yapılan bu çalışmada "sosyal medya" yerine "sosyal ağ" kavramının kullanılması bu kavramın geçirdiği değişim süreci ile ilişkilendirilebilir. Ağ'dan medya kavramına geçiş, sadece kelime değişimi olmayıp, içerikte de bir değişimi işaret etmektedir. İlk dönemlerde kullanıcıların aralarında ilişki ve bağlantı kurması ve topluluk oluşturması ön planda olduğu için ağ kavramı kullanılmaktaydı. Daha sonraki dönemde ise, teknolojik gelişmeye bağlı olarak kullanıcılar arası içerik paylaşımının artması sebebiyle içerikler üzerinden insanlar arasında bağlantı kurma özelliği daha baskın hale gelmiştir (Balaban Salı & Erben, 2022, s.278).

İncelenen tez çalışmalarında 2009-2013 yılları arasında hazırlanan tezlerin isimlerinde sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı kavramları daha fazla kullanılırken, 2014 yılında sosyal medya kavramı ile sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı kavramları eşit oranda kullanılmıştır. 2015 itibarıyla tezlerde sosyal medya kavramı yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Sonuç olarak 2009-2023 yılları arasında 13 tezde sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı kavramları kullanılırken, 77 tezde sosyal medya kavramı kullanılmıştır.

2018 ve sonraki yıllarda tez çalışmalarının sayısında belirgin artış olmuştur. Akıllı cep telefonu kullanımının yaygınlaşması ile sosyal medya kullanımı masaüstü bilgisayar ile evde-ışte-internet kafede kullanmanın dışında her yerde ve her zaman kullanılabilir olmuştur. Akıllı

cep telefonları yaygınlaştıkça sosyal medyanın zaman ve mekân bakımından kullanımı günün her saatinde yayılmıştır. Ayrıca sosyal medya uygulamalarının çeşitliliğinin artması da ülkede her geçen yıl sosyal medya kullanımını arttırmıştır. Özellikle 2018 yılı itibariyle toplumdaki artan ilgi sosyoloji alanındaki tezlerle de yansımış, tez sayısında önemli oranda artış olmuştur. Batu ve Ayaz'ın (2018) çalışmasında olduğu gibi, bu çalışmada da 2018 yılında sosyoloji alanında yazılan lisansüstü tezlerin sayısında artış olduğu sonucuna varılmıştır. Sosyal medyanın etki gücünü keşfeden ekonomi biliminin alt disiplinleri olan işletme, halkla ilişkiler, reklamcılık gibi alanların ise tüketicileri anlamak için sosyal medya konusunda çalışmalar yapmaya daha erken başlamış olduğu söylenebilir.

Sosyoloji alanında yapılan sosyal medya, sosyal ağ ve sosyal paylaşım sitesi/ağı konulu tezlerin %51,1'i nitel araştırma yöntemi ile, %26,7'si nicel araştırma yöntemi ile, %11,1'i karma araştırma yöntemi ile ve %11,1'i kuramsal yöntemle hazırlandığı tespit edilmiştir. Tezlerde nitel araştırma yöntemi nicel araştırma yöntemine göre daha fazla tercih edilmiştir. Kuramsal çalışmalarda Bourdieu, Bauman, Baudrillard'ın kuramları ile sosyal medya ilişkilendirilerek incelenmiştir.

Hazırlanan tezlerde en çok tercih edilen veri toplama tekniği sırasıyla 23 tezle anket, 22 tezle yarı yapılandırılmış mülakat, 15 tezle içerik analizi yöntemidir. Ancak bazı tezlerde nicel ve nitel yöntem bir arada kullanılmış olsa da araştırma yönteminin karma yöntem olarak belirtilmediği görülmüştür.

Doktora tezlerinde en fazla siyaset kurumu ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. Tezlerde konu başlıkları siyasal toplumsallaşma, politika, toplumsal hareketler, seçmen davranışlarıdır. Sosyal medya, politik konuların ortaya çıkması ve biçimlenmesinde etkili olması nedeniyle incelenen bir konu haline gelmiştir.

Yüksek lisans tezlerinde en fazla araştırılan konu sosyal medya ve mahremiyet konusudur. Sütüoğlu (2015, s. 133) araştırmasında profil sayfalarının kişiselleştirilmiş olmaları nedeniyle özel bir alan iken diğer kullanıcılara açık olmaları dolayısıyla da kamusal olduğunu belirtmektedir. Sosyal medyalar özel alan ve kamusal alanın birleştiği arasındaki çizginin bulanıklaştığı alanlardır. Kullanıcılar sosyal medya hesaplarında kişisel bilgilerini işlemekte, bilgileri, kendilerini, çocuklarını vb. özgürce paylaşmaktadır. Diğer taraftan bu bilgilerin kontrolleri dışında tanımadıkları kişilerin eline geçmesini istememektedir. Böyle bir durumda kullanıcıların hem psikolojik hem de sosyal olarak zarar görmeden, izlenim yönetimini sürdürme becerisini göstermesi gerekmektedir.

Tezlerde en çok tercih edilen örneklem üniversite öğrencileridir. 20 farklı ilde tez çalışması yürütülmüştür. Yeni yapılacak tezlerde örneklem grubu ve yapılacak il çeşitlendirilebilir. Çünkü aynı ülke içerisinde cinsiyet ve ulusal kimlikteki farklı kültürlerle özdeşleşen bireylerin sosyal medyada kullanımlarında farklılıklar olduğu gözlemlenmektedir (Rosen vd., 2010, s. 1). Köklü bir tarihe ve kültüre sahip Türkiye'de kültürel bağlama ve cinsiyete göre sosyal medya kullanımını incelenebilir.

Sosyal medya, yüz yüze ilişkilerin yerine zaman ve mekândan bağımsız sosyallikler inşa edilmesine aracılık etmektedir. Bu yeni sosyallikte yakın ilişkilerde bulunduğu aile, arkadaş, iş çevresi yanında yüz yüze tanımadığı, çok farklı kültürlerden, çok farklı ülkelerden insanlar da yer almaktadır. Bireylerin diğer insanlarla, kurumlarla, toplumla etkileşimi değişime uğramıştır. Bu nedenle alanda yapılan araştırmalardan farklı yeni konularda tezler hazırlanabilir. Çevrimiçi kullanıcı davranışlarına yönelik sosyal ağ analizi, web sitesi araştırmaları vb. yöntemlerle yapılan araştırma bulunmamaktadır. Bu yöntemlerle araştırma yapılması alanda bireylerin sosyal ağa katılımlarının nasıl olduğu, bilginin ağda nasıl yayıldığı, kişilerin sosyal ortamdaki davranışlarının nasıl olduğu, rollerin ağlarda nasıl dağıldığı gibi yeni bilgilerin keşfedilmesini sağlayacaktır. Ülkeler arası karşılaştırmalı sosyal medya kullanım çalışmaları yapılması, ülkelerin farklı sosyal ağ kullanım pratiklerini ortaya

çıkartabileceği gibi ülkelerin sosyal ağlara yönelik yaklaşımları ve kullanım biçimlerinin ortaya çıkarılması bakımından da faydalı olabilir.

Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arora, P. (2012). Typology of Web 2.0 spheres: Understanding the cultural dimensions of social media spaces. *Current Sociology*, 60(5), 599-618.
- Bakardjieva, M. (2003). Virtual togetherness: an everyday-life perspective. *Media, Culture & Society*. 25(3), 291-313.
- Balaban Salı, J. & Erben, Ş. E. (2022). Sosyal Medya. A. Şimşek (Ed.). *Yeni Medyanın Yükselişi*. (s. 273-307) içinde. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Batu, M., & Ayaz, Y. Y. (2018). Bilimsel araştırmalarda sosyal medya ile ilgili “yeni” bulmak: Lisansüstü tezlerine yönelik bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29. Özel Sayısı), 284-301. <https://doi.org/10.31123/akil.464303>
- Bauman, Z. (2012). *Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup*. İstanbul: Habitus Yayıncılık.
- Bauman Z.& Lyon D. (2020). *Akışkan gözetim*. (E. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları. İstanbul.
- Bayer, J. B., Triêu, P., & Ellison, N. B. (2020). Social media elements, ecologies, and effects. *Annual Review of Psychology*, 71, 471-497.
- Boyd, d. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi-Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2020). *İnternet galaksisi*. (T. A. Hasdemir, Dü.) Ankara: Phoenix Yayınları.
- Dijk, V. J. (2006). *The network society* (Second edition b.). London: SAGE Publications.
- Goffman, E. (2018). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Hampton, K. N & Shin, I. (2023). Disconnection more problematic for adolescent self-esteem than heavy social media use: Evidence from access inequalities and restrictive media parenting in rural America. *Social Science Computer Review*, 41(2), 626-647.
- Hood, B. (2019). *Benlik yanılması*. (Ü. Özdemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kıran, Ö. (2021). Türkiye’de sosyal medya konulu doktora tezlerinin incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1066-1085.
- Koçer, D. N. (2020). Telgraftan sosyal medyaya: iletişim teknolojileri ve siyasal iletişim. G. D. Türk, & Ş. Özdemir (Ed.), *Sosyal Medya Sosyolojisi* (s. 1-35) içinde. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Köksal, Y., & Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medya’nın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 323-337.
- Kumar, K. (1999). *Sanayi sonrası toplumdan post-modern topluma*. (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Lupton, D. (2015). *Digital sociology*. New York: Routledge.
- Poe, M. T. (2019). *İletişim tarihi*. (U. Y. Kara, Çev.) İstanbul: İslık Yayınları.
- Rosen, D., Stefanone M. A. & Lackaff D. (2010). Online and offline social networks: investigating culturally-specific behavior and satisfaction. *Proceedings of the 43th Hawaii International Conference on System Sciences*.1-10.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: Facebook örneği. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 125-147.
- Taburoğlu, Ö. (2019). *Dijital çağın özü dijital değildir. Doğu Batı Dergisi*. (86), 7-9.

- Toffler, A. (2008). *Üçüncü dalga*. (S. Yeniçeri, Çev.). İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). Hanehalkı bilişim teknolojileri (BT) kullanım araştırması. (Yayın No. 49407). Erişim adresi: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)
- Ültay, E., Akyurt, H. & Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10) , 188-201. <https://doi.org/10.21733/ibad.871703>
- Waters, M. (2008). *Modern sosyoloji kuramları*. (Z. Cirhinlioğlu, Çev. Ed.) İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: The rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00309>
- We Are Social (2023). The changing world of digital in 2023 <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/> Erişim Tarihi: 21.11.2023.
- Yıldırım, A., & Simşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi. (2023). <https://tez.yok.gov.tr>
- Zhao, S. (2006a). The Internet and the transformation of the reality of everyday life: Toward a new analytic stance in sociology. *Sociological Inquiry*, 76(4), 458-474. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2006.00166.x>
- Zhao, S. (2006b). Do internet users have more social ties? A call for differentiated analyses of Internet use. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(3), 844-862. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00038.x>
- Zuckerman, E. (2008). The cute cat theory talk at ETech. *My heart's in Accra*, 8. <https://ethanzuckerman.com/2008/03/08/the-cute-cat-theory-talk-at-etech/> Erişim Tarihi: 30.07.2023