

Kampüsteki Yabancıların Sosyal Medya Aracılığıyla Bir Araya Gelişi: “KTÜ İtiraf”

Adlı İnternet Sitesi Üzerine Bir İçerik Analizi

Ahsen ÜNLÜ - Rabia AYKANAT¹

ÖZ

Tarihin en eski dönemlerinden bu yana insanlığın en önemli paydaşı olan iletişim her dönemde değişimler yaşamıştır. Ortaya çıkan yeni iletişim araçları küresel ölçekte bir iletişim kültürü yaratmıştır. İletişim araçlarının değişimiyle birlikte iletişim biçiminde, zamanında, mekanında ve niteliğinde de değişimler meydana gelmiştir. Bu makalede sosyal medya ve iletişim kanallarının bir uzantısı olan itiraf sitelerini incelenmektedir. İtiraf sitelerini kullanan bireylerin genel profillerinin belirlenmesi, paylaşılan içeriklerin sıklığının saptanması ve itirafların cinsiyet değişkeniyle ilişkileri ele alınacaktır. Bu doğrultuda yüz yüze iletişimin ne derece geri plana atıldığı ve itiraf sitelerinin yüz yüze iletişimi geri plana atmadaki etkilerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu çalışmanın evrenini KTÜ itiraf sayfasının sosyal medya kollarını oluşturan facebook, twitter, internet sitesi ve instagram oluşturmaktadır. Örneklem çerçevesini KTÜ itiraf sitesinden 2011-2016,2017 yılları boyunca yapılmış rasgele örneklem yöntemi kullanılarak alınan 100 itiraf oluşturmuştur. Çalışmanın teorik çerçevesini oluşturan Johan Huizinga'nın Oyun Teorisi, bireylerin belirli kurallar çerçevesinde kurdukları itiraf oyununu ele almada yardımcı olmaktadır. Bireyler, kuralları olan, tamamen gönüllü bu oyuna adapte olurken kendi benliklerini dışarıda bırakıp istedikleri benliğe bürünürler. Bu bağlamda yapılan itiraflar, bireylerin işini kolaylaştırarak yüz yüze iletişime olan gereksinimi azaltır. Bu teori çerçevesinde yabancıların itiraf siteleri aracılığıyla bir araya gelişleri incelenmektedir.

Anahtar kelimeler: İnternet, Sosyal Medya, İtiraf Sitesi, Oyun

ABSTRACT

Since the earliest periods of history, communication, the most important stakeholder of mankind, has undergone changes in every period. The new communication tools that have emerged have created a culture of communication on a global scale. Along with the change of communication tools, changes in the form of communication in a scale of its time, place and quality have come to the fore. This article examines confession websites that are a part of social media and communication channels. Identification of general profiles of individuals using confession sites, determination of the frequency of shared content, and gender variables of confessions will be discussed. In this direction, it is aimed to determine the extent to which face-to-face communication has been laid back and to determine the effects of confession sites on face-to-face communication. The universe of this work is being created by Facebook, twitter, internet site and Instagram which constitute the social media branches of the KTU confession page. The sample framework is generated by 100 confessions using the random sampling method that was conducted during the 2011-2016,2017 period at the KTU Confession site. Johan Huizinga's Theory of Gaming, which forms the theoretical framework of the work, helps in addressing confessions that individuals have established within certain rules. While individuals are adapting to this game of rules, which is completely voluntary, they leave their own selves outside and assume the self they desire. Confessions made in this context reduce the need for face-to-face communication by facilitating the work of individuals. Within this theory, coming together of people who do not know each other is examined.

Key Words: Internet, Social Media, Confession site, Game

GİRİŞ

İletişim, insanların var olabilmesinin en temel kaynağıdır. İnsan sosyal bir varlıktır bu sebeple iletişim insan için oldukça önemlidir. Tarih boyunca insanlar, kendi sosyo-kültürel ve psikolojik oluşumlarıyla bütünleşen insani bir çevreyi, hep beraber üretmişlerdir. Berger'e

¹ Karadeniz Teknik Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü Lisans Öğrencileri, ahsenunlu32@yandex.com , rabiaykanat41@gmail.com.

göre toplumla bağlarını koparmış, toplumdan izole olmuş varlık ancak hayvani düzeyde bir varlık olabilir. (Berger, Luckmann, 2008: 78) Bu bakımdan spesifik insanlık ve sosyallik birbirine sıkı bağlarla bağlıdır. Bu bağlamda sosyal düzen, insanın bir ürünüdür ve devam eden bu süreç asla sona ermez (Heide, 2009: 48). Dolayısıyla insanların sosyal bağlarla birbirine bağlı olmasını sağlayan en temel dinamik iletişim olmaktadır.

İnsanların sosyalliği, mağara duvarlarına çizilen işaretlerden, elektronik iletişim araçlarının gelişmesine kadar uzanan uzun bir süreci kapsar. Bu süreçte insanın kendini ifade etme isteği ve ifade edileni anlayabilme çabası devam etmektedir. İnsanın olduğu her yerde, her zaman diliminde ve her koşulda bir iletişim faaliyeti mevcuttur.

Modern dönemde iletişim faaliyetleri, internetin gündelik yaşama egemen olmasından dolayı sosyal medya aracılığıyla yürütülür hale gelmiştir. Bu iletişim faaliyetleri, günümüzde sosyal paylaşım siteleri gibi alanlarda görülür, Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, Snapchat gibi... Bu gibi paylaşım sitelerinin temel özelliği, yüz yüze iletişimi ortadan kaldırmalarıdır. Birbirini hiç görmemiş ve birbiriyle hiç konuşmamış kişilerin, bu siteler vasıtasıyla irtibatta bulunmalarının sosyal ilişki olarak ele alınması güçtür (Tarcan, 2005: 56). Bu özelliğin yanı sıra sosyal paylaşım siteleri, daha genel tabiriyle sosyal medya, her gün milyonlarca insanı bir araya getirme işlevini de üstlenir. Bununla birlikte yeni komüniteler oluşturması bağlamında da önemlidir. Bu bağlamda sosyal medya “yaratıcı”dır ve komüniteler arası bir yüzleşme alanıdır (Couldry, 2012: 1).

Johan Huizinga'nın Oyun Teorisiyle (Huizinga, 2015) temellendirilerek yapılan bu çalışmada, bireylerin sosyal medya aracılığıyla bir araya gelip oyun kurmaları ve bu bir araya gelişte oyunun hangi işlevleri üzerinde durulduğu, oyunun bireyleri nasıl etkilediği ve bireylerin birbiriyle iletişimini nasıl etkilediği gibi konular ele alınmıştır. Karadeniz Teknik Üniversitesi İtiraf Sitesi baz alınarak yapılan bu araştırma, kampüsteki yabancıların yüz yüze kuramadıkları iletişimi, oyun üzerinden gerçekleştirmelerini konu edinir. Araştırmanın amacı sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle beraber iletişimin niteliğinin ne denli değiştiğinin ortaya çıkarılmasını kapsamaktadır. İletişim olgusunun sosyal medya kollarıyla yürütülür hale gelmesi insan ilişkilerinde meydana getirdiği değişimi ölçmek ve elde edilen veriler ışığında ortaya koymaktır. Bu çerçevede bu araştırmanın önemi kişi veya kişilere bir tık uzaklıkta olan yabancılar ile takma adlar aracılığıyla sürdürülen oyunun iletişim üzerindeki etkisiyle ortaya çıkar. Takma adların gizlenen kimlik önünde bir kalkan oluşturması gibi önemli olan bir başka etken de sosyal medya mecralarında iletişimin kolaylaşması ve ulaşılabilirliğinin artırmasıdır. İletişim olgusuna olan bakış açısını ve iletişimin işleyişinde değişen nitelikleri ortaya çıkarması sebebiyle önem arz etmektedir.

Literatür Tarama

Sosyal medya kollarında aktifliğini koruyan itiraf sitelerinin iletişim boyutunu ele alan araştırmalar şu şekildedir:

1. Kentteki Yabancıların Sosyal Medya Aracılığıyla Bir Araya Gelişi: “Muğla İtiraf” adlı Facebook Sayfası Üzerine Bir Örnek Olay Analizi. Bu çalışma Pınar Bayram tarafından 2016 yılında hazırlanmıştır ve Muğla ili adına açılmış bir itiraf sayfasını kapsamaktadır.
2. “Facebook İtiraf Sitelerinin Üniversite Öğrencileri Tarafından Kullanımına Yönelik Bir Çalışma” Zülfiye Acar, Evren Başar ve Murat Pazarbaş’ın ortaya koyduğu bu çalışma Gümüşhane Üniversitesi Facebook İtiraf Sitesini kapsamaktadır.
3. Kişiler Arası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma adlı bu çalışma Gülsüm Çalışır tarafından 2015 yılında ortaya konmuştur. Bu çalışmada Gümüşhane Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencileri arasından 100 öğrenciye anket, 10 öğrenciye yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Bu çalışmada itiraf siteleri değil tamamıyla sosyal medya ele alınmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Bu başlık altında öncelikle çalışmada sıklıkla kullanılan ve çalışmanın anlaşılmasına temel teşkil eden *internet, sosyal medya, itiraf sitesi, oyun* olmak üzere dört temel kavrama yer verilmiştir.

İnternet kısaca tüm dünya üzerine yayılmış olan çok geniş bir bilgisayar ağıdır. Başka bir tanım yapmak gerekirse, İnternet birden fazla haberleşme ağının (network) birlikte meydana getirdikleri, metin, resim, müzik, grafik vb. dosyalar ile bilgisayar programlarını kısaca tüm insanlık bilgisinin ve yaratımının paylaşıldığı ve bilgisayarlar arasında karşılıklı olarak iletildiği, bilgisayarlar arasında kurulmuş bir ağıdır. (www.blog.kmk.net.tr)

Toplumlar üzerinde, kimi zaman olumlu, kimi zaman da olumsuz etkileri gözlemlenen internetin, insanın sosyal hayatı ve kültürü üzerinde birtakım değişiklere yol açtığı görülmektedir. Dünya, internetle, bilgi ağırlıklı bir iletişim sisteminin içine doğru yol almakta ve bununla birlikte bilginin geniş kitlelere ulaşması internet sayesinde sağlanmaktadır. Etkileşimli iletişim imkanları sunarak bireylerin “seçim” ve “özgürlük” alanlarını genişletmekte ve dolayısıyla yayılan bilgiyle toplumsal gelişmeye olumlu bir etki yaptığı

düşünülmektedir. Bununla birlikte şiddet ve tüketim amaçlı olarak egemen kurumlar tarafından internete sunulan dezenformasyonun, bireyleri belirli egemen yaşam kültürü ve düşüncelere kanalize ettiği de görülmektedir. İnternet ayrıca, kişiler arasındaki mesafe, yaş, cinsiyet, ırk, kültür gibi gerçek dünyada önemli olabilecek pek çok özelliği ortadan kaldırmaktadır. İnternetin anonim karakteri sayesinde, aynı şekilde düşünen insanların, zaman ve mekana bağlı olmaksızın kolaylıkla bir araya gelerek, sanal topluluklar oluşturması, farklı kültürlerin mensubu insanların birbirlerini tanıma fırsatı bulması, sanal ilişkilerden gerçek ilişkilere geçişlerin yaşanması ve insanların her türlü düşünceyi daha özgür ifade edebilir hale gelmesi, sosyal hayatta başlıca gözlemlenen değişimlerdendir. (Sarıfakıoğlu, 2017: 54)

Sosyal medyanın ne olduğuyla ilgili birçok tanım vardır. Sosyal medya içeriğinin çoğunu kullanıcılarından ya da diğer sitelerden sağlayan web hizmetlerini tanımlayan bir terimdir. Bu siteler sosyal ağlarda oluşan ve içeriğinin kullanıcılar tarafından oluşturulduğu araçlardır. (Acar, Zülfiye.,vd. 2015:64) Toprak’ın tanımıyla sosyal paylaşım ağları, dünya genelindeki bilgisayar ağlarını ve kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan elektronik iletişim ağı olarak tanımlanan internetin gelişmesiyle bireyleri farklı bireylerle sanal uzamda buluşturan web tabanlı hizmetlerdir (Toprak vd., 2009: 28).

Teknolojinin mümkün olduğu her yerde bireyler sosyal ağların bir parçası olabilmektedir. Sosyal ağlar, bireylere büyük kolaylık sağlamaktadır. Bu ağlar, bireylerin diğer bireylere sürekli iletişim kurmalarına olanak sağlar. Dünyanın farklı yerlerinde yaşayan ve aynı ortak özelliklere sahip kişilerle buluşma ortamı oluşturan sosyal medya araçlarının kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. (Acar, Zülfiye.,vd. 2015:64)

Sosyal medya, bireylere profil oluşturma, profillerini istedikleri şekilde biçimlendirme imkanı sunar. İletişim kurmak istediği kişileri belirleme, iletişim kurmak istemediklerini ise engelleme özelliğine sahiptir. Sosyal medya araçları, bir konu hakkında görüş belirtme, yorum yapma, günlük hayatından kesitleri iletişim kurmak istediği kişilerle paylaşma gibi işlevleri yerine getirir. Bu araçlar kimi zaman bireylere, elde etmek istedikleri ama gerçek hayatta elde edemedikleri statüleri de sağlar, kişi sahte hesaplarla ve sahte fotoğraflarla olmadığı bir bireye dönüşür.

S. Rufai Buhari'ye göre sosyal medya, doğası gereği eğitime, bilgilendirme, eğlendirme ve izleyicileri harekete geçirme işlevine sahiptir. Bireyler bu işlevleri yerine getirecek araçlar ortaya çıkarmışlardır. Sosyal paylaşım siteleri ve bu sitelerin içerikleri, bu işlevleri yerine getirme üzerine oluşturulmuştur.

İtiraf sitesi, bireylerin gerçek kimliklerini gizleyerek aktif oldukları ve okulları, alışkanlıkları gibi her konuda her şeyi söyleyebildikleri sanal ortamlardır. İtiraf siteleri, kişilerin içinde yaşadıkları toplum hakkında görüşlerini ve sıkıntılarını kimlikleri olmadan anonim bir şekilde ifade edebildikleri bir araçtır.

KTÜ İtiraf Sitesi, içerik bakımından kişilerin her türlü itiraflarına açık bir sitedir. Bu sitede itiraflar yönetici süzgecinden geçerek anasayfaya aktarılır. Ağır hakaret içeren, aşırı olumsuz itiraflar onaylanmazken, diğerleri daha çabuk onaylanır. Bu tür sitelerin sağladığı kimliksiz düşünce aktarımı kişilere daha cazip gelmektedir, bu da itiraf sitelerinin popüleritesini arttırmaktadır.

Oyun kavramı pek çok literatürde sadece bir eğlence aracı olarak düşünülür. Oyun kelimesi, sanki sadece çocuklara ve çocukluğa ait bir kavrammış gibi algılanmaktadır. Bunun yanı sıra teknolojinin ilerlemesi ile birlikte oyun, bilgisayarlar ya da akıllı telefonlardaki bir takım eğlence içerikli uygulamalar olarak da düşünülmektedir.

Tüm bunların dışında, bu araştırmanın da konusu olan oyunun sosyal ve kültürel yönüne değinildiğinde, oyunların sadece eğlence işleviyle bağdaştırılmayacağı görülür. "Oyun birey açısından biyolojik işlev olarak ve topluluk açısından da içerdiği anlam, ifade değeri, yarattığı manevi ve toplumsal bağlar, kısacası kültür işlevi olarak vazgeçilmez niteliktedir." (Huizinga, 2015: 26)

Araştırmanın Metodolojisi

"Kampüsteki Yabancıların Sosyal Medya Aracılığıyla Bir Araya Gelişi: "KTÜ İtiraf" adlı İnternet Sitesi Üzerine Bir İçerik Analizi" başlıklı bu çalışmanın konusu internet ve sosyal medya gibi günümüz teknolojisinin bir getirisi olan itiraf sayfalarının kullanım biçimlerinin Oyun Teorisiyle bağdaştırılıp incelenmesini içerir. Kampüsteki yabancıların sosyal medya aracılığıyla bir araya gelerek itiraf sayfaları üzerinden yaptıkları itirafların analizi ile birlikte kadınların ve erkeklerin kullanım amaçlarının belirlenmesi, mesajın ulaşması gereken kişiye yüz yüze iletişim yoluyla değil de itiraf sayfaları aracılığıyla ulaştırılmasının nedeni ve itiraf sayfası kullanıcılarının kimliklerini gizleyerek itiraflarda bulunmalarının nedenlerinin

saptanması araştırmanın kapsamına girer. Bu çalışmanın amacı Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencilerinden birisinin öğrenci iken açmış olduğu “KTÜ’nün Kirli Çamaşır Sepeti” adlı İtiraf Sitesini kullanan kişilerin genel profillerinin belirlenmesi, bu sitenin kullanım sıklığının ve paylaşılan mesajların içeriklerinin saptanması, kullanıcılarının itiraflarının kategorilenmesi yoluyla sosyal paylaşım sitelerini tercih etme nedenlerini saptamak, bu bağlamda yüz yüze iletişimi geri plana bırakarak itiraflarını internet aracılığıyla yapmaları ele alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda, 2011, 2016 ve 2017 yıllarındaki itiraflar incelenerek içerik boyutundaki değişimlere ve sitenin kullanım amacında bir değişim olup olmadığına bakılacaktır. Aynı zamanda kullanıcı profilinde yıllara göre bir değişiklik olup olmadığı irdelenecektir. Toplumsal ilişkilerin zaman içinde yeni boyutlar kazanmasına neden olan sosyal medyada, bireylerin binlerce yabancı üyenin olduğu bir platformda yaptığı itirafların kimlik ve güvenlik boyutlarına olan bakış açısını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırmanın önem boyutu ele alındığında bireylerin belki de hiçbir zaman itiraf etmeyecekleri olay/ durumları itiraf siteleri aracılığında dile getirerek psikolojik bir boşalma amacıyla kullandıkları, bu sitelerden iletişim akışı sağladıkları ve bunu yaparken takma isimlerin ardında bulunmaları ele alınacaktır. Bu araştırma bundan sonra yapılacak sosyal medya çalışmalarına katkı sağlama amacı da gütmektedir.

Araştırmanın metodunu nicel araştırma yöntemlerinden içerik analizi oluşturmaktadır. Karadeniz Teknik Üniversitesi İtiraf Sitesinin 2011 yılından 50 ve 2016-2017 yılından 50 itiraf olmak üzere rastgele yöntemle seçilen toplam 100 itiraf incelemeye tabi tutulmuştur. İtirafaların içeriği, konularına göre kategorilendirilmesi, cinsiyete göre kullanılan kelimelerin sıklığı ve cinsiyete göre itirafların ayrıntı durumu nicel veri yöntemiyle sayısal verilerin elde edilmesiyle yıllar arası karşılaştırma yapılacaktır. Kurulduğu günden bu yana itiraf sitesinin kullanım amacındaki değişimler ele alınacaktır.

Araştırmanın evrenini Karadeniz Teknik Üniversitesi’nin Facebook, Instagram, internet sitesi ve Twitter’da bulunan itiraf siteleri oluşturmaktadır. Facebook’ta bulunan KTÜ İtiraf sitesini 48.760 kişi, KTÜ Fatih Eğitim Fakültesi İtiraf sitesini 20.151 kişi takip etmektedir. Üniversitenin bir başka itiraf dalını oluşturan instagram takipçi sayıları ele alındığında ktu_itiraf_61 isimli sitenin 12.000 kişi takipçisi bulunmaktadır. Twitter’da bulunan KTÜ itiraf sayfasının 4.374 takipçisi bulunmaktadır. Araştırma evreninde bulunan her bir sosyal medya kolu Karadeniz Teknik Üniversitesi’nde halen öğrenimini devam ettiren ve mezun olan öğrencilerle birlikte çevre üniversitelerin öğrencileri tarafından da takip edilmekte ve aktif olarak kullanımını sürdürmektedir. Araştırmanın örneklemini “KTÜ İtiraf - KTÜ’nün kirli çamaşır sepeti” isimli internet sitesi (<https://ktuitiraf.com>) olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın hipotezleri

1. Teknolojinin gelişmesiyle iletişim olgusu eskiye nazaran değişime uğramış, sosyal medya aracılığıyla yürütülür hale gelmiştir. İnsanlar birbirlerine yüz yüze söyleyemediklerini sosyal medya aracılığıyla rahatlıkla dile getirmektedir.

2. İtirafın nitelikleri cinsiyete göre farklılık gösterir.

2.1. Erkekler itiraflarında daha az ayrıntıcıdır.

2.2. Erkekler sitede daha aktiftir.

2.3. Erkekler bu oyunun doğasına daha hızlı adapte olur.

2.4. Kadınların itirafları daha çok aşk ve dram konularındayken erkeklerin itirafları okul ve pişmanlık konuları üzerine yoğunlaşmaktadır.

Kuramsal Çerçeve

Johan Huizinga'nın oyun teorisi bu çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturmaktadır. İtiraf sitesinin bir oyun olarak ele alındığı bu çalışmada oyunun özellikleri homo ludens (oyun kuran insan) çerçevesinde alınmıştır. Yaşantımızdaki pek çok şeyin bir oyunun parçası olduğunu söyleyen Huizinga'ya göre her oyun her şeyden önce gönüllü bir eylemdir. (Huizinga, 2015.) Birey oyunu isteyip doğasına adapte olduğunda kurallarına göre hareket edecektir. Bu çerçevede itiraf sitesinde, bireylerin istedikleri zaman dahil olup istedikleri zaman kendilerini dışarıda bıraktıkları görülmektedir. İsteğe bağlı olmakla birlikte her oyunda olduğu gibi itiraf sitesinin de kuralları (hammurabi kanunları) vardır bu kurallar oyunun devam etmesini sağlar çünkü kurallara uymayarak kötü içerik paylaşımı yapan ya da diğer üyeleri (oyuncuları) rahatsız edecek davranışta bulunanlar oyun kurucusu (admin) tarafından oyunun dışına çıkarılacaktır. (Huizinga, 2015.)

Oyun, özgürce razı olunan ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekan sınırları içinde gerçekleştirilen, bizzat bir amaca sahip olan, bir gerilim ve sevinç duygusu ile "alışılmış hayat"tan "başka türlü olmak" bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir. (Huizinga, 2015: 50) Başka türlü olmak, kişilerin gizlenmiş kimliklerle sosyal mecralarda bulunup, eylem gerçekleştirmeleri olarak tanımlanabilir. Kişiler, sahip olmak isteyip olamadıkları kimlikleri, söylemek isteyip söyleyemedikleri şeyleri oyuna dahil olarak gerçekleştirme eğilimi gösterir.

Fakat oyun düzenli olarak tekrarlanan bu niteliğiyle bile, genel anlamdaki hayata eşlik etmekte, onun bir tamamlayıcısını, hatta bir parçasını meydana getirmektedir. Hayatı süslemekte onun boşluklarını doldurmakta ve bu bağlamda vazgeçilmez olmaktadır.(Huizinga, 2015: 26) İtiraf sitesinin, oyun teorisi ile bulunduğu noktada oyunculara sağladığı merak, itirafın yorumlanması, itirafın ithaf ettiği kişilere ulaşması ve itirafa verilen

dönütler oyuncunun devamlılığını sağlarken hayatının bir parçası olmasında oyunun mutluluk, eğlence ve heyecan verici işlevi önemli rol oynamaktadır.

“İnsanın daha iyi bir hayata olan özlemi burada açıkça, bütün bir kutsal ayin sisteminden kaynaklanış olarak ortaya çıkar. Bu özlemi tatmin eden biçim, oyunun biçimidir.” (Huizinga, 2015: 90) İyi bir hayata olan özlem oyunun içine çeken, sürekliliği, oyundan haz almayı ve oyunun doğasına hızlıca adapte olmayı sağlayan en önemli etkidir. Bireyler itiraf sitesi ile kendi sosyal çevresinin dışında bir hayali topluluğa dahil olur, burada oyuncular diğer oyuncuları sadece rumuzları ile tanırken oyuna yeni katılan oyuncu da kimlik belirtmeksizin bu topluluğa dahil olabilmektedir. Bütün bunlar kendi sosyal çevresi, ailesi ile yüz yüze paylaşamadıklarını sosyal medya platformunda yabancılara anlatmayı beraberinde getirir.

“Oyun başlar ve belli bir anda “biter”. “Sonuna kadar oynanır”. Oyun sürerken hareket, gidiş-gelişler, kader değişiklikleri, birbiri yerine geçmeler, bağlanmalar ve ayrılmalar görülür. Oyunun zamansal olarak sınırlandırılmasına, dikkat çekici başka bir nitelik de doğrudan bağlanır. Oyun hemen kültürel bir biçim olarak belirlenir. Bir kez oynandıktan sonra, belleklerde manevi bir yaratı veya bir hazine olarak kalmakta, aktarılmaktadır ve her an tekrarlanabilir, ya bir çocuk oyunu, bir tavla partisi veya bir yarış gibi hemen veya belli bir aradan sonra tekrarlanabilir. Bu tekrarlanabilme olanağı oyunun temel özelliklerinden biridir. Bu olanak yalnızca bütünü itibarıyla ele alınan oyuna değil, aynı zamanda oyunun iç yapısına da uygulanabilir. Hemen tüm gelişmiş oyun biçimlerinde tekrar, nakarat, birbiri yerine geçen çeşitlemeler, sanki bir zincir veya bir doku oluşturmaktadır” (Huizinga 2015: 27). İtiraf sitesinin ulaşılabilirliğinin kolaylığı, yeni katılan oyunculara kuralların ve kimliksizliğin verdiği güven ve istediği zaman diliminde itirafta bulunabilme gibi faktörler hayali topluluğun tercih edilmesini, giriş çıkışları sağlar. Huizinga'nın belirttiği üzere oyunun kültürel bir biçim olarak belirlenmesi itiraf siteleri üzerinden de okunmaktadır. (Huizinga, 2015: 70-71.) İtiraf etme geleneğinin sosyal medya ile oluşması ve pek çok sosyal medya kolunda (Facebook, Instagram, Twitter) bu geleneğin sürdürüldüğü görülmektedir. İnternet ve sosyal medya ile insan yaşantısının ayrılmaz bir parçası olan paylaşım sitelerinde artık bireylerin kendi sosyal çevreleri ile paylaşmadıkları durumları bu hayali topluluklara oyun kurarak ve kurulan oyuna katılarak aktardıkları ele alınmıştır. Ortaya çıktığı ilk günden bu yana itiraf kültürü sosyal medya kolları ile yayılmış oyuncuların bu kültüre sahip çıkması ile bu güne kadar süregelmiştir. İçinde bulunulan ağ toplumu, oyuncuların bu kültüre sahip çıkmasını daha kolay hale getirmiştir. Castells'e göre sosyal ağlar aynı zamanda kültürün de

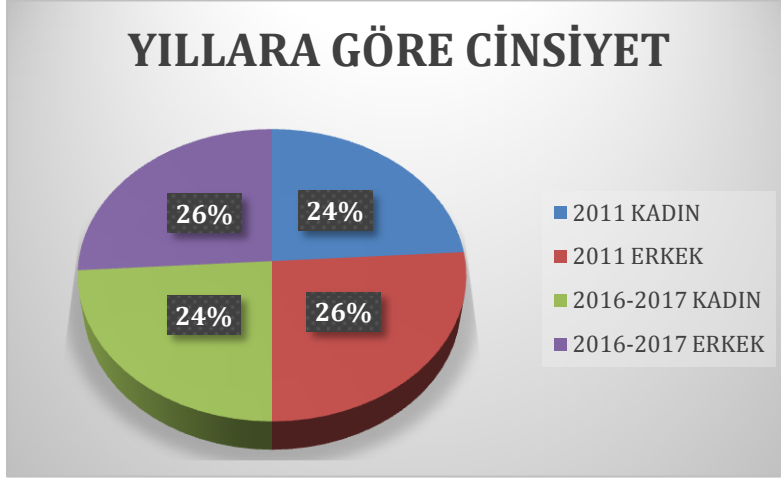
bir ifadesi olmakla beraber, kültürü değiştirir ve değiştirmeye devam edecektir (Castells, 2005: 441-451).

İlk kez Manuel Castells tarafından 90'lı yıllarda geliştirilen ağ toplumu kavramı, 20. Yüzyılın sonlarında enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan radikal gelişmeleri ve bu gelişmelerin yarattığı toplum modelini tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. (<http://tarihibilgi.org/manuel-castells-kimdir-ag-toplumu-kavrami-nedir/>)

Castells'in deyişiyle, "bireyler artık küresel ve yerel olarak örülmüş, birbiriyle bağ(ıntı)lı ağ toplumu içinde yaşamaktadır." (Binark ve d., 2009: 25). İtiraf sitesi ele alındığında oyuncular internet ağı aracılığıyla kurulan topluluğun bir üyesi haline gelmekle beraber bu ağ topluluğunun devamlılığını sağlayacak kadar da aktiftirler. Teknolojinin gelişmesi ve sosyal ağların yaygınlaşması, zaman ve uzam algısının yeni bir boyut kazanmasında etkili olmuştur (Göker ve Doğan, 2011: 180). İnternetin zaman ve uzam dışı kullanılabilir hale gelmesi Ktü İtiraf Sitesi adlı ağ topluluğunu genişletmiştir. Ağ kavramı, sosyolojik anlamıyla bir veya birden fazla toplumsal ilişkiyle birbirine bağlanmış, dolayısıyla toplumsal bir bağ oluşturan bireylere gönderme yapmaktadır (Marshall, 1999: 4). Söz konusu ağ toplumunun getirdiği yeni medya döneminde bilgi akışının hızlanması ve bilgi paylaşımının daha kolay hale gelmesi, kullanıcıların etkin biçimde her şeyi paylaşabilmelerine zemin hazırlamıştır. Söz gelimi "kullanıcıların büyük çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu adları sosyal ağ olsa da bu tarz siteler zaman içerisinde yoğun ve bilinçsiz bir kullanım ile bireyleri gerçek sosyal yaşamdan uzaklaştırabilir" (Barbier, 2001: 350, akt. Aydoğan, 2010: 27). Görsel, işitsel, iletişimsel her ögenin vücut bulduğu sosyal medya ağları iletişimin de bu mecralara taşınmasını sağlamıştır. Kültürü belirleyen en önemli araç olan dilin değişimine ve iletişim olgusunun boyutlarını değiştirmeye başlamıştır. Sosyal yaşamdan uzaklaşan bireylerde görülebilecek muhtemel sorun, iletişimsizlik sorunudur. Günlük hayatlarında yaşanan en ufak problemi bile yüz yüze iletişim yoluyla çözmekten kaçınan bireyler, bu problemlerle sosyal ağlarda başa çıkmaya başlamışlardır. İtiraf sitelerin bu denli yaygın kullanımı, dahil olan üyelerin devamlılığı sürdürmesi ve yeni üyeleri de bu ağ topluluğuna çekmesi bunun bir göstergesidir. Bireyler sosyal ağları sadece bu amaç için değil, bir gruba dahil olma, komüniteler oluşturabilme veya eğlence işlevini karşılama amacıyla da kullanırlar.

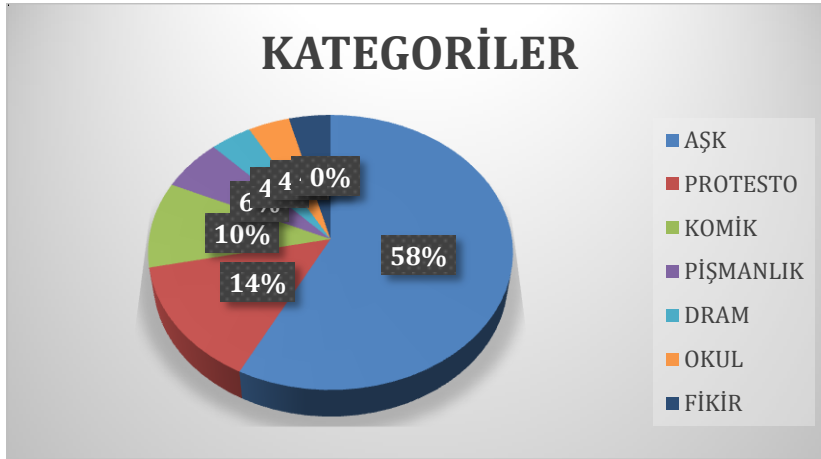
Araştırmanın Bulguları

Grafik 1. Yıllara Göre Cinsiyet



Yapılan araştırmada 48 kadın, 52 erkek olmak üzere toplam 100 itirafa yer verilmiştir. Araştırmanın yıllara göre cinsiyet tablosuna bakıldığında kadın ve erkek (kadın 24, erkek 26) sayısının eşit olması dikkat çekicidir. Kadınların ve erkeklerin katılımı 2011-2017 yılları arasında gözle görülür bir değişikliğe uğramamış, istikrarını korumuştur. 2011 yılında 24 kadın, 26 erkek toplam 50 itiraf alınmıştır. 2016-2017 yıllarında da aynı sayıya ulaşılmıştır.

Grafik 2. Kategoriler

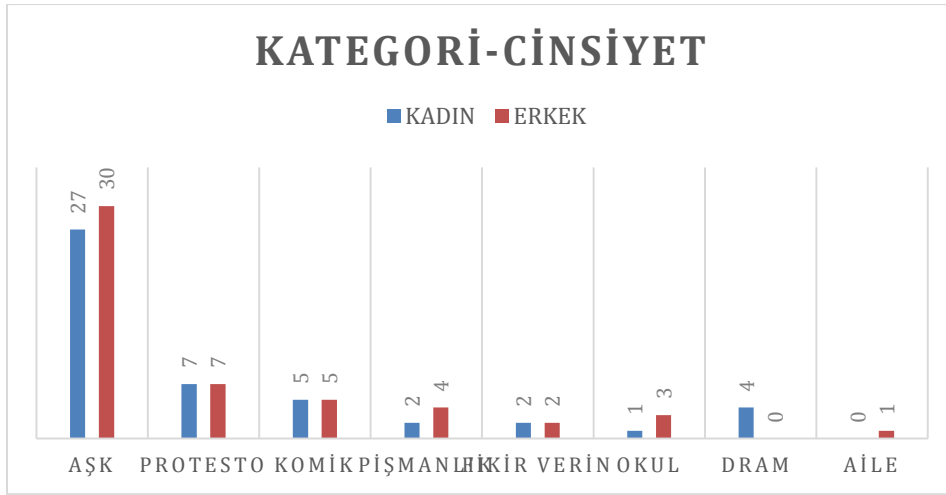


Araştırma kapsamında, aşk, aile, okul, dram, pişmanlık, komik, fikir, protesto olmak üzere toplamda 8 kategori ele alınmıştır. İncelenen 100 itiraf baz alındığında aşk kategorisinde 57, protestoda 14, komikte 10, pişmanlıkta 6, okulda 4, dramda 4, fikir kategorisinde 4 aile kategorisinde ise 1 itiraf olduğu görülmektedir. İtirafaların ayrıntı düzeylerine bakıldığında, toplamda 38 ayrıntılı, 62 ayrıntılı olmayan itiraf olduğu görülmektedir. İtirafalarda ayrıntı düzeyine, metnin uzunluğu, anlaşılabilirliği, ayrıldığı kategoriye uygunluğu açısından bakılmıştır.

“Arkadaşlar biz karadeniz teknik üniversitesindeki beşiktaşlılar olarak gelecek haftasonu cumartesi huzurevine gidip ordaki insanların ellerini öpüp onların unutulmadığını göstermek istedik..illaki bayram yada özel bir gün olması gerekmiyor..bunun takım tutmayla bi alakası olmadığını düşünüyoruz içinizde gelmek isteyen kardeşlerimiz olursa bu itirafın altına yorum yapmaları yeterlidir bir şekilde onlara ulaşılacaktır..bunu yayınlayan admine teşekkür ederiz SAYGILAR..” (Rumuz: Beşiktaş, 17 Ekim, 2011)

Verilen itiraf ayrıntılı olarak nitelendirilmektedir.

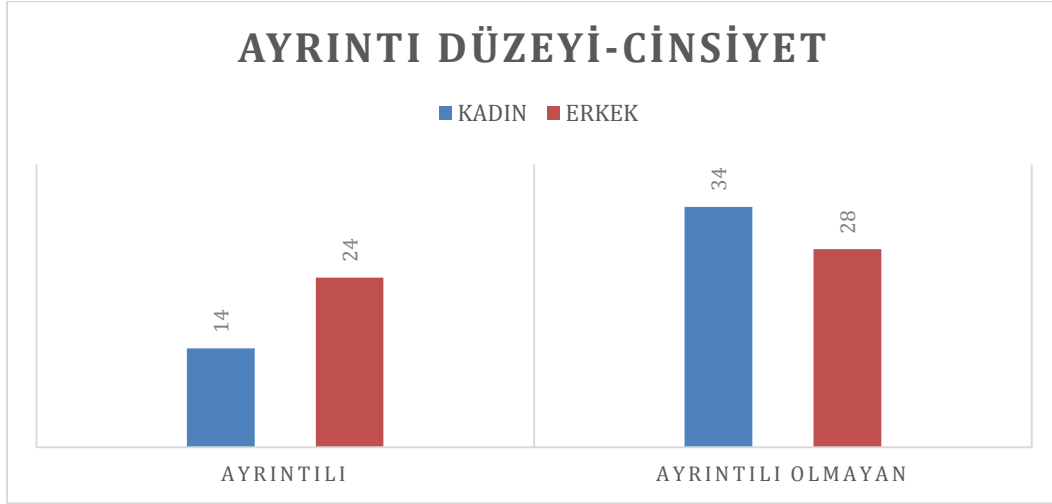
Grafik 3. Kategori- Cinsiyet



Kategoriler cinsiyet bağlamında incelendiğinde, kadınlar 27 itiraf ile en fazla aşk kategorisinde itiraf bulunmuşlardır. Bunu protesto 7 itiraf ile takip etmektedir, komik 5, dram 4, fikir 2, pişmanlık 2, okul 1, aile kategorisinde ise itiraf bulunmamaktadır. Erkeklerin itirafları göz önünde bulundurulduğunda yine en fazla aşk kategorisinde 30 itiraf bulunmaktadır. Bunu 7 itiraf ile protesto takip etmektedir, komik 5, dram 0, fikir 2, pişmanlık 4, okul 3, aile kategorisinde ise 1 itiraf bulunmaktadır.

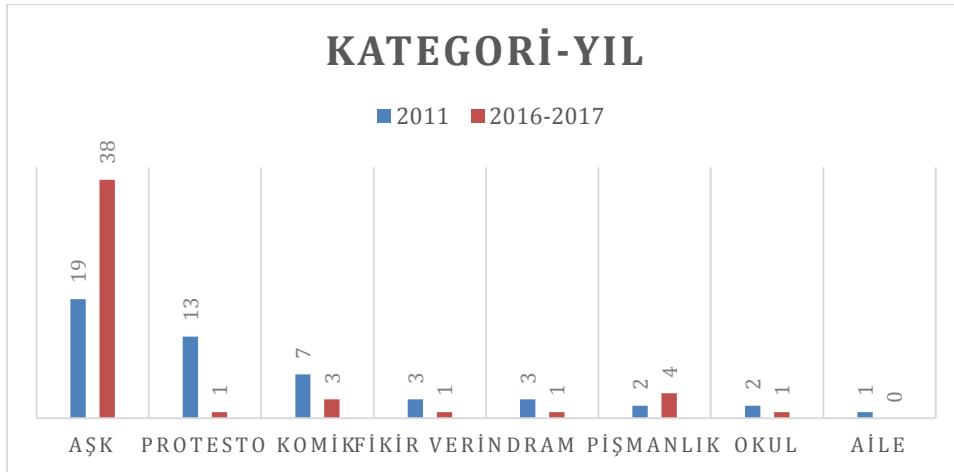
En fazla itiraf bulunan kategori olan aşk kategorisi, sitede üniversite öğrencilerinin çoğunlukta olmasıyla ilişkilendirilebilir. İtiraf sitesini yeni arkadaşlıklar kurma amacıyla kullanan bireyler, yüz yüze iletişimi geri plana atıp bu görevi site aracılığıyla gerçekleştirmişlerdir.

Grafik 4. Ayrıntı Düzeyi-Cinsiyet



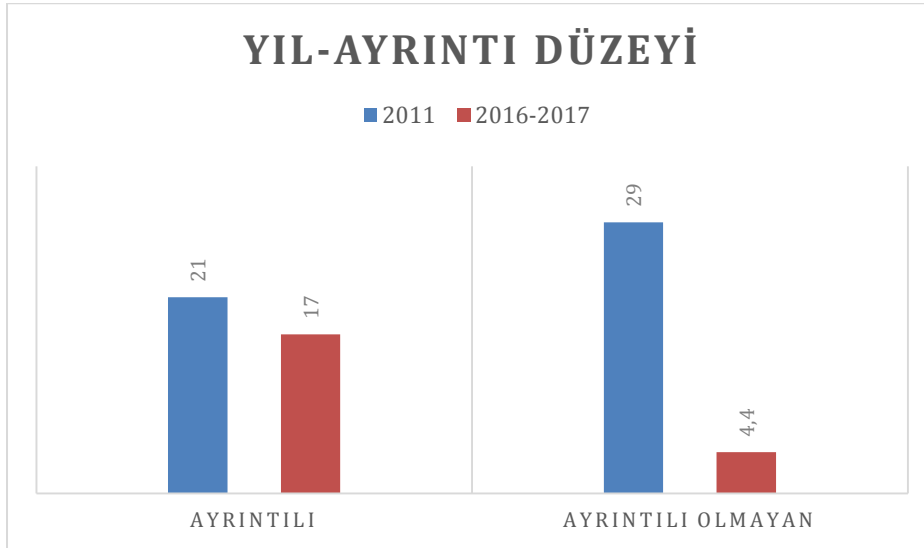
İtirafların ayrıntı düzeyi cinsiyet bağlamında ele alındığında kadınların 14 ayrıntılı, 34 ayrıntılı olmayan itirafı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Erkeklerin itiraflarına bakıldığında 24 ayrıntılı, 28 ayrıntılı olmayan itiraf bulunmaktadır.

Grafik 5. Kategori-Yıl



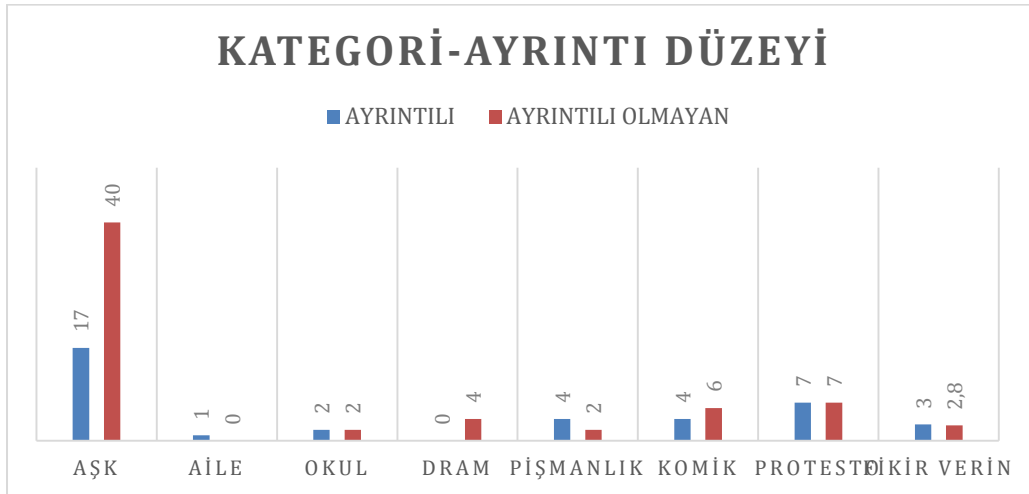
Yıllara göre kategorilerin oranlarına bakıldığında 2011 yılında 19 aşk, 13 protesto, 7 komik, 3 fikir, 3 dram, 2 pişmanlık, 2 okul, 1 aile itirafı bulunmaktadır. 2016- 2017 yıllarına gelindiğinde kategorilerin oranlarında değişme görülmektedir. Aşk kategorisinde 38, pişmanlıkta 4, komik 3, okul 1,dram 1, protesto 1, fikir verin kategorisinde 1 itiraf bulunurken, aile kategorisinde itiraf bulunmamaktadır.

Grafik 6. Yıl-Ayrıntı Düzeyi



Yıllara göre ayrıntı düzeyi ele alındığında 2011 yılında 21 ayrıntılı, 29 ayrıntılı olmayan itiraf varken 2016-2017 yılında 17 ayrıntılı, 33 ayrıntılı olmayan itiraf yapılmıştır.

Grafik 7. Kategori-Ayrıntı Düzeyi



Araştırmanın kapsadığı kategoriler ayrıntı düzeyinde ele alındığında aşk kategorisinde 17 ayrıntılı, 40 ayrıntılı olmayan, protesto kategorisinde 7 ayrıntılı, 7 ayrıntısız, komik kategorisinde 4 ayrıntılı, 6 ayrıntısız, pişmanlıkta 4 ayrıntılı, 2 ayrıntısız, fikir kategorisinde 3 ayrıntılı, 1 ayrıntısız, okul kategorisinde 2 ayrıntılı ve 2 ayrıntısız itiraf bulunmaktadır. Aile kategorisinde ayrıntılı itiraf bulunmamaktadır.

“Kampüsteki Yabancıların Sosyal Medya Aracılığıyla Bir Araya Gelişi: KTÜ İtiraf Sitesi Üzerine Bir İçerik Analizi” başlıklı çalışma sonucunda elde edilen verilere bakılarak hipotezlerden bazılarının doğrulandığı bazılarının ise yanlışlandığı görülmektedir. Araştırma

hipotezlerinin ve bulguların karşılaştırması yapıldığında hipotezlerin çoğunluğunun doğrulandığı görülmektedir.

Bulgulara bakıldığında yüzyüze iletişimin arka plana atıldığı nicel verilerce ortaya çıkmıştır. Kişiler yüzyüze söyleyemedikleri iletileri sosyal medya aracılığıyla iletmeyi tercih etmektedirler.

“sevgili yurt arkadaşlarım canların ciğerlerim benim) hani siz o gün oje alıpta aynı renk olsun die 3kat sürdünüz ya ojeyi bende saatlerce sizle alay ettim o ojeler kurumuyor die işte siz şimdi yanımda değilsiniz ama bende beğendiğim o mavi ojeyi 3kat sürmek zorunda kaldım ve kurumuyor gerçekten)alay ettiğim için kusura bakmayın kızlar)” (Rumuz: şeyy, 17 Ekim 2011).

Bu bağlamda bireyler bir oyun kurup kendilerini o oyunun doğasına adapte ederler. Araştırmada incelenen de itiraf sitesi adı altında kurulan oyun ve bireylerin bu oyuna ne kadar adapte olduklarıdır. Araştırma kapsamında cinsiyet değişkeni de incelenmiştir ve erkeklerin bu oyunun doğasına daha hızlı adapte oldukları, itiraf sayılarının fazlalığından anlaşılmaktadır.

Kuralları önceden belli olan bu sitede bireyler itiraflarını bu kurallar doğrultusunda, kurallara uymamaları sonucunda uygulanacak yaptırımların farkında olarak gerçekleştirmektedirler. İtiraf kapsamında en fazla dikkat çeken paylaşımlar “aşk” kategorisinde yapılmaktadır. Bireyler bu itirafları “kimliksiz” olarak gerçekleştirdikleri için, yüzyüze iletişimde paylaşımı daha zor olan bu konuda rahatlıkla itirafta bulunmaktadırlar. Aşk itirafları genel olarak, kampüste beğenilen kişiye ulaşmaya yönelik, eski sevgilinin geri dönmesi üzerine veya kişinin sevgilisine yöneliktir. Ayrıca ekonomik durum, derslerle ilgili sorunlar, arkadaşlık ilişkileri, yaşanan şehirle ilgili sıkıntılar ve toplumdaki bozulmalar da itirafların hedefi haline gelmektedir.

“Aşırı topuklu ayakkabılar, aşırı makyaj , renk renk ojeler , defilelerde görülen elbiseler , ve sattıkları aşırı cakalar.. Özünüze dönün artıkk da kimin ne olduğunu anlayalm az doğal olun yeter!..” (Rumuz: Farketmez, 17 Ekim 2011).

Bireyler kendilerinden farklı olanı ve yanlış olduğunu düşündükleri şeyleri rahatlıkla eleştirmiş ve bu eleştiriler doğrultusunda itiraflar yazmışlardır.

“insanlık bir zamanlar göklere çıkmıştın. şimdi ise ayaklar altında eziliyorsun. içimizden geldiğince insanlık yapıyoruz kötü oluyoruz. bir insanın sıkıntılı olduğunu görünce onun sıkıntısını gidermek istiyorum. hizmet nimettir esaslı yürümeye çalışıyorum . tabi bir ton engel var karşımda . ben ne kadar iyilik yaparsam o kadar

göze batıyorum. insanlık çağımızda kötülük durumuna gelmiş. yaradılanı yaradandan ötürü seviyorum...” (Rumuz: insan58, 18 Ekim 2011)

Elde edilen bulgulardan bir diğeri de sosyal medyanın yeni komüniteler oluşturma gücüdür. İtiraf sitesinde görüldüğü gibi kampüsteki yabancılar, belli bir amaç doğrultusunda bir araya gelerek, bu amacı ve bir araya gelme isteğini itiraf sitesinde duyurarak sosyal medyanın komüniteler oluşturabilme gücünü gösterir.

“Arkadaşlar biz karadeniz teknik üniversitesindeki beşiktaşlılar olarak gelecek haftasonu cumartesi huzurevine gidip ordaki insanların ellerini öpüp onların unutulmadığını göstermek istedik..illaki bayram yada özel bir gün olması gerekmiyor..bunun takım tutmayla bi alakası olmadığını düşünüyoruz içinizde gelmek isteyen kardeşlerimiz olursa bu itirafın altına yorum yapmaları yeterlidir...” (Rumuz: Beşiktaş, 17 Ekim 2011)

Bauman, bir araya gelen yabancıların sahte karşılaşmalar konusunda ustalaştığını belirtmektedir. Kampüste bir araya gelen ama tam bir uygar ilgisizlik örneği gösteren bireyler, göz temasından kaçınma, ileti aktarımında cesaretsiz davranma, ilgisiz görünme gibi davranışlar sergileyerek iletişim oyunu kurmakta başarısız olmaktadır. (Zygmunt, 2011, akt. Bayram, 2016: 21) Bu uygar ilgisizlik nedeniyle kampüste yüzyüze kurulamayan iletişim oyunu, sosyal medya ve itiraf siteleri aracılığıyla kurulmaktadır. Birey, hoşlandığı kişiyle yüzyüze iletişime geçemez hale geldiğinde ya da özgürlüğünün kısıtlandığını düşündüğü zamanlarda bile bunu yüzyüze söylemekten kaçınır, itiraf sitesi aracılığıyla “kimliksiz” bir şekilde dile getirir.

“6 kasım pazar 17.00-18.00 arası yomradan aynı dolmuşla forum ışıklarına kadar geldiğim sarışın düz saçlı siyah pantolonlu kız seninle konuşmak için çok geç kaldım dolmuşa binip uzaklaşırken bile bakıştık cesaret edip konuşamadım.Eğer bunu okuduysan beğen ben seni bulucam.” (Rumuz: Sarı montlu, 6 Kasım 2016).

Sonuç

Teknolojinin gelişimiyle iletişim olgusu eskiye nazaran değişime uğramıştır. Önceden bireyler iletişimlerini yüz yüze gerçekleştirirken, teknolojinin gelişimi sebebiyle bu yüz yüze iletişim yerini sosyal medya araçlarına bırakmıştır. Teknolojinin bir getirisi olarak değişen yaşam şartları, kendisini iletişim olgusunda da gösterdiği için sorgulanması gerekenlerin başında iletişim olgusunun boyutları gelmektedir. Başlarda sosyal medya hesaplarından ileti aktarımlarıyla gerçekleşen bu boyut, günümüzde internetin her yerine yayılmıştır. Öyleki bu yayılım bireyleri bir süre sonra yüz yüze iletişimden alıkoyar hale gelmiştir. Bireyler yüz

yüze iletişim yoluyla iletebilecekleri mesajları sosyal paylaşım siteleri yoluyla iletmeyi tercih etmişlerdir ve bireyler çoğu zaman bu tercihlerinde “kimliksiz” olarak bulunmuşlardır. Takma adlar (nick name) veya sahte isimler (fake name) yoluyla mesajlarını ileten bireyler zamanla “itiraf siteleri”nin ortaya çıkmasını sağlamışlardır. İtiraf siteleri yoluyla iletilen mesajlar çoğunlukla, karşıdaki kişiyi rahatsız edici boyutta olabileceğinden, (eleştiri, eğlence, dalga geçme, protesto etme) mesajı iletenler yüz yüze iletimi arka plana atmayı ve kimliksiz iletimi tercih etmişlerdir. KTÜ İtiraf Sitesi üzerine yapılan bu çalışma, tüm sosyal medyayı kapsamamakla beraber, sosyal medya konusunda yapılacak diğer çalışmalara katkı sağlama amacı gütmektedir.

Kaynakça

- Acar, Zülfiye., Başar, Evren ve Pazarbaş, Murat. 2015. “Facebook İtiraf Sitelerinin Üniversite Öğrencileri Tarafından Kullanımına Yönelik Bir Çalışma”, <www.dergipark.gov.tr/e-gifder> (Erişim Tarihi: 11 Aralık 2017).
- Aydoğan, Filiz. 2010. ‘İkinci Medya Çağı’nda Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet’, İkinci Medya Çağında İnternet, Der. F. Aydoğan, A. Akyüz, İstanbul, Alfa Yayınları.
- Bayram, Pınar. 2016. “Kentteki Yabancıların Sosyal Medya Aracılığıyla Bir Araya Gelişi: “Muğla İtiraf” Adlı Facebook Sayfası Üzerine Bir Örnek Olay Analizi”, *İnsan&İnsan Dergisi*, 7. Sayı
- Berger P. ve T. Luckmann. 2008. *Gerçekliğin Sosyal İnşası: Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi*. Çev. Vefa Saygın Ögütü. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Binark, Mutlu, ve d. 2009. *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım”*, İstanbul, Kalkedon Yayınları.
- Castells, Manuel. 2005. *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Ağ Toplumunun Yükselişi*, (Cilt 1). Çev. Ebru Kılıç, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Couldry, Nick. 2012. *Media, Society, World: Social Theory And Digital Media Practice*, Cambridge: Polity Pres.
- Göker, Göksel., Doğan, Adem. 2011. “Ağ Toplumunda Örgütlenme: Facebook’ta Çevrimiçi Tekel Eylemi.” *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25. Sayı
- Hansen, A. 2003. *İçerik Çözümlemesi İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi*. Der.: Murat Sadullah Çebi. Ankara: Alternatif Yayınları.

- Heide, Mats. 2009. “On Berger: A Social Constructionist Perspective on Public Relations and Crisis Communication”, *Public Relations And Social Theory Key Figures And Concepts*, Ed. Øyvind Ihlen, Betteke Van Ruler, Magnus Fredriksson, London: Routledge.
- Huizinga, Johan. 2013. *Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. Çev. Mehmet Ali Kılıçbay. İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Manuel Castells Kimdir? Ağ Toplumu Kavramı Nedir?, < <http://tarihibilgi.org>> , (Erişim Tarihi: 19 Şubat 2018).
- Marshall, G. 1999. *Sosyoloji Sözlüğü*. Çev. O. Akınhay, D. Kömürçü. Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sarıfakıoğlu, Birkan. 2017. “İnternerin Toplumsal Etkileri”, <www.emo.org.tr>, (Erişim Tarihi: 14 Aralık 2017).
- İnternetin Tanımı, <www.blog.kmk.net.tr>, (Erişim Tarihi: 14 Aralık 2017).
- Tarcan, Ahmet. 2005. *İnternet ve Toplum*, Ankara, Anı Yayıncılık.
- Toprak, A., vd. 2009. *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım”*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.