

GENÇLERİN SOSYALLEŞME VE YALNIZLAŞMA DENEYİMLERİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYA: KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ*

Ceren CALAP**
Ecem ÇEBİ***

ÖZ

Gençlerin yaygın biçimde kullanmakta olduğu sosyal medya, kullanım şekline bağlı olarak hem bir sosyalleşme aracı hem de yalnızlaşmalarına neden olan bir alan olarak görülmektedir. Ağlar aracılığıyla sürekli bir arada olma hali bir yandan sosyalleşme olarak kabul edilmekte fakat fiziksel olarak bir arada bulunmama ve ayrıca iletişimlerin yüzeyselliği yalnızlaşma olarak okunmaktadır. Bu doğrultuda araştırma, sosyal medyanın gençler üzerindeki sosyalleştirici ve yalnızlaştırıcı etkilerini bir arada görebilmek, gösterebilmek ve olası örüntüleri keşfedebilmek adına gerçekleştirilmiştir. Karadeniz Teknik Üniversitesi'nde gerçekleştirilmiş olan bu çalışmada 8 kadın 6 erkek öğrenci ile yarı yapılandırılmış görüşme formları aracılığıyla yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, oluşturulan kodlar altında toplanmış ve betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Gerçekleştirilmiş olan mülakatlara ve çalışma sonuçlarına bakıldığında, gençlerin sosyal medyayı bilgi edinme, iletişime geçme ve eğlenme amacıyla kullandıkları görülmektedir. Kullanım amaçlarının yanında sosyal medyayı kullanma süreleri günde 1 ila 12 saat arasında değişebilmektedir. Bu sosyalleşme biçimi gençlerin gündelik hayatlarına etki etmekte; işlerini aksatmalarına kimi zaman ise mutsuz ve yalnız hissetmelerine sebep olmaktadır. Araştırmada katılımcıların sıklıkla, yalnızlık ve sosyalleşmeyi eş zamanlı gördükleri fark edilmiştir. Gençler açısından sosyal medya kullanımının sosyalleştirirken yalnızlaştıran bir araç olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyalleşme, Yalnızlık, Gençlik.

SOCIAL MEDIA IN TERMS OF YOUTH'S SOCIALIZATION AND LONELINESS EXPERIENCES: CASE OF KARADENİZ TECHNICAL UNIVERSITY

ABSTRACT

Social media, which is commonly used by the youth, is seen as both a socialization tool and an area also causes them to become lonely, depending on the way that they are used. Being hand in hand continuously through networks is accepted as socialization on the one hand, but not being actually physically together and also the superficiality of the communication is understood as isolation. Accordingly, the research was carried out in order to both see and show the socializing and isolating effects of social media on the youth together and to find out possible unnoticed facts. The study that conducted in Karadeniz Technical University, 8 female and 6 male student were conducted with semi-structured interview forms through face-to-face interviews. The gathered data were collected under the generated codes and analyzed by descriptive analysis method. Interviews and study results shows that the youth use social media for information, communication and entertainment purposes. Their usage duration of social media can vary from 1 to 12 hours a day. This socialization form affects the youth's daily lives; hindering from doing their chores, from time to time causes them feel unhappy and lonely. In the research applicants frequently experienced both loneliness and socialization at the same time. It has been observed that the use of social media is a tool that isolates the youth while socializing.

Keywords: Social Media, Socialization, Loneliness, The Youth

Atf: CALAP, C., ÇEBİ, E. (2020). "Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği", İMGELEM, 4 (7): 439 - 467.

Citation: CALAP, C., ÇEBİ, E. (2020). "Social Media in Terms of Youth's Socialization and Loneliness Experiences: Case of Karadeniz Technical University", İMGELEM, 4 (7): 439 - 467.

Başvuru / Received: 05 Ekim/October 2020.

Kabul / Accepted: 18 Kasım/November 2020.

Araştırma Makalesi/Research Article.

*Bu çalışma, birinci yazarın Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde sunmuş olduğu "Sosyal Medyanın Sosyalleşmeye Etkisi" isimli lisans bitirme tezindeki mülakat verilerinin bir kısmını içermektedir. Mülakat verileri 2019 yılının Şubat-Nisan ayları arasında elde edilmiştir.

** Lisans Mezunu, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü/ Trabzon - cerencalap@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5064-0856

***Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı/ Ankara - ecemcebii@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4379-837X

EXTENDED ABSTRACT

This study aims to understand and explain the effects and experiences of students' use of social media on their socialization and loneliness.who are studying at different faculties of Karadeniz Technical University (KTU). Socialization and becoming lonely are one of the essential subjects of social relationships which are two important center points of this research. On another expression this study discusses, the youth becoming lonely and socialized during the use of social media. This subject is limited with KTU young students' who are thought to reflect the views of university youth. This study that KTU students were chosen as a sample, the rate of social media usage by the youth, purpose of using social media and the effects of social media on the youth were examined. Accordingly, it was tried to find clues about whether social media has an effect on young people to participate in social life, that is, its socialization feature, as well as to distance and isolate young people from the "real" world.

The research design of this study, which focused on understanding and explanation, was determined qualitatively. In-depth interview technique used as data collection tool. The gathered data analyzed with descriptive analysis method. According to the descriptive analysis, gathered data are summarized and interpreted considering to previously determined themes. Direct quotations are frequently used to reflect the opinions of the interviewed individuals in a striking way. The purpose of this analysis is to present obtained findings to the reader in an organized and interpreted manner. The most used method to reach quotations is interview. Interview is a verbal communication process which is done with at least 2 person. This tool allows to gain deep knowledge on a certain research subject or a question and since it is a flexible research tool, it is frequently preferred in studies with few sample. Main purpose of the interview used in this research is to understand the perspective of the individual's inner world. In this direction, face-to-face interviews were conducted with 8 female and 6 male participants. Questions of the interview forms prepared to build a foundation to research introduction and research question. Throughout the research period, "How did social media, which is actively used today, affect individuals' socialization and loneliness?" an examination was conducted around the question. This problem proposition is divided into three sub-steps: What is the social media and on what purposes it is used? What is the socializing effect of the social media? Does social media causes individuals to became lonely? Questions directed to the participants are designed according to these three research problems. Students studying at KTU in 2018-2019 constitute the scope of this research conducted in the province of Trabzon. Within the scope of

the research, face-to-face interviews were carried out on a voluntary basis using a semi-structured interview form with a total of fourteen participants, six male, eight female, studying at various faculties. The research was carried out using the maximum diversity sampling method, one of the purposeful sampling methods. The purpose of the usage of this method is to create a small sample to reflect the diversity of individuals participating in the problem being studied at the maximum level and to reveal the common phenomena between different situations.

Research findings; ‘Interpretation of Social Media’, ‘Purposes of Using Social Media’, ‘Frequency of Use of Social Media’, ‘The Effects of Social Media Usage on Daily Life’, ‘The Effect of Social Media on Friendship and Opinions on Virtual Friendships’, ‘Number of Followers and Status Relations’, ‘The Uniting Aspect of Social Media’, ‘Social Media and Loneliness’ classified under these titles. Based on the responses received, it was observed that the participants used social media to ‘communicate’, ‘getting information’ and ‘fullfilling the need of entertainment’. Besides, it was noticed that participants didn’t want to follow the people because they didn’t trust people that they don’t know from their social media accounts. Similarly to that, they frequently mentioned that social media friendships aren’t real and they don’t find the virtual world reliable. An another important finding is related to the common use of social media. Today, the fact that social media is among the daily routines also affects the time allocated to it. It was observed that the most participant use social media everyday. This situation shows that social media is actively used apart from spare time. This time period appears to range from 3 to 12 hours. Another finding explains the relationship between the number of followers and status. It is possible to review this relationship in two different categories. The first category, usage style of social media is an important issue affecting the status and the number of followers plays an important role in this direction. Secondly, some statements were encountered stating that the number of followers don’t have any meaning for them. In this sense, while the number of followers refers to the recognition of the person, it doesn’t seem to indicate that his/her social relations are strong. Relationship forms are limited by the issue of "being liked". This is an important statement that supports the idea that friendly and warm relationships aren’t considered important. The individual socializing in virtual world is estranged from face-to-face relationships and entered an artificial network and became lonely. In this regard, the use of social media doesn’t put people more socially ground, on the contrary it places them on a more lonely and fragile ground in terms of communication.

In conclusion; social media which has become an important routine in daily life and an area where daily life is experienced is frequently explained with its negative effects by the participants. Statements of the participants that they disrupted their chores due to the time spent in these platforms that they became tired while following the instant sharing feed and above all that their relationships were damaged are among the important outputs of the research. The key point of these statements is the damage left by social media in social relations. Students are often warned by people around them when they ignore face-to-face communications while following the social media. This situation has caused their relationships with these people to become superficial in the long term. So individuals with the instant communications that they have established on social media, they have superficialized their warm and sincere face-to-face relationships. This situation has isolated them both in the field of social media and in face-to-face communication. As a result of the research, it has been observed that individuals who enhance their communication numbers quantitatively through networks experience real loneliness while socializing virtually.

GİRİŞ

Sosyalleşme, en yalın anlamıyla, bireyin toplumun üyesi konumuna gelme sürecini anlatmaktadır. Ancak sosyalleşmeye ilişkin karşımıza çıkan bu yalın anlamın dışında süreç, tasvir edilenden çok daha karmaşık bir görünüme sahiptir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 221). Öğrenme süreci olarak tanımlanmakta olan sosyalleşmenin çok uzun bir zaman dilimini, belki de insan ömrünün tamamını kapsıyor oluşu, meselenin karmaşıklığını gözler önüne seren önemli bir göstergedir. Bu sürecin karmaşıklığını işaret eden bir diğer mesele ise sosyalleşmeye imkân tanıyan araçların ve mekânların tarihsel süreç içinde farklılık gösteriyor oluşudur. Geçmişte, insanların fiziksel olarak bir araya gelmelerine imkân tanıyan “fiziksel sosyalleşme” mekânlarının büyük kesimi, bugün dijital mekânlara dönüşmüş haldedir. Dijital mekânlar, sosyal paylaşım ağları veya sosyal medya aracılığı ile oluşmakta olup; fiziksel mekânlardan bağımsız olarak iletişim kurmaya, sanal mekânlarda bir araya gelmeye imkân sağlayan web tabanlı hizmetlerdir (Dilmen ve Ögüt, 2010; Büyükaslan ve Kırık, 2013; Karagülle ve Çaycı, 2014; Olgun, 2014). Sosyal paylaşım ağlarının her yıl, bir öncekine oranla daha hızlı artmakta olan kullanıcı sayıları ve kullanılma sıklığı, toplumsal yaşamda meydana gelen hızlı dönüşümlerin başlıca nedenlerinden bazılarıdır. Bu dönüştürücü etkinin en belirgin olduğu alan ise toplumsal ilişkilerde ve iletişim biçimlerinde görünür haldedir. Özellikle 15-25 yaşları arasında yer alan genç nüfus, sosyal ağ içinde yeni iletişim alışkanlıkları kazanmaktadır (Aydın,

2016). Bu yeni iletişim biçimleri, bir yandan kullanıcılarını sürekli ağa bağlı kılarak onları sosyalleştirmekte ve eş zamanlı olarak onları yalnızlaşmaya itmektedir. Sanal iletişimin bu iki boyutunun birbirine eklenmiş halde çatışıyor oluşu, meselenin problemlili yanını oluşturmaktadır.

Sosyal medya kullanımı neticesinde, sosyalleşerek yalnızlaşmayı deneyimleyen ve bu durumdan olumsuz etkilenen veya buna maruz kalan kesim azımsanamayacak seviyededir; çünkü bugün, dünyanın hemen her yerinde ve kesiminde sosyal medya yaygın bir iletişim kanalı olarak kullanılmaktadır. Toplumda bu problemlili alandan yoğun şekilde etkilenen kesim ise sosyal medyayı en aktif şekilde kullanan genç nüfustur. Mary Chayko (2018), Dünya’da yetişkinlerin yarısına yakınının aktif olarak Facebook, Twitter gibi sosyal ağ sitelerini kullandığını belirtmiştir. Ayrıca ağları kullanan 18-29 yaş grubu kullanıcıların oranı %80 civarındadır. Bu durumun Türkiye’deki görüntüsü ise Chayko’nun belirttiği durumdan farklı görünmemektedir. We Are Social’ın yayınlamış olduğu 2018, 2019 ve 2020 “Digital” raporlarının Türkiye verileri baz alındığında; 2018 yılında 54.33 milyonun internet kullanıcısı, 51 milyonun ise aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 2019 verilerine göre; internet kullanan kişi sayısı 59.36 milyona, sosyal medya kullanıcıları ise 52 milyona yükselmiştir. 2020 verilerine bakıldığında; Türkiye’de 83 milyonluk nüfusun %74’ü (62 milyon) internet kullanıcısı, bu kesime dahil olan aktif sosyal medya kullanıcısı sayısı ise 54 milyon olarak saptanmıştır. Aynı zamanda bir diğer çarpıcı unsur, sosyal medyaya ayrılan zamana ilişkin veridir. Aktif kullanıcı nüfusunun internette geçirdiği ortalama sürenin 7 saat 29 dakika olarak saptanmış olması konu ile ilgili dikkat çeken bir diğer istatistiktir. Bu verinin sosyal medyayla olan ilişkisi çözümlendiğinde; en çok kullanılan ilk 15 internet sitesi içinde Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, WhatsApp’ın yer aldığı görülmektedir ve gün içerisinde bu sitelere ayrılan süre, diğer internet sitelerine ayrılan süreden daha fazladır. Ayrıca bu sitelerin paylarına düşen kullanıcı sayılarındaki yoğunluk da önemli bir göstergedir (wearesocial.com, 2020). Bahsi geçen rapordaki üç yıllık veriler incelendiğinde dahi kullanıcı sayısının genişlemiş olduğu göze çarpmaktadır. Bu hızlı artış, günümüzde sosyal medya alanındaki çalışmalara ağırlık verilmesinin itici güçlerinden biri olarak kabul edilebilir.

Birçok alanda inceleme konusuna dönüşen sosyal medyanın etkilerinin sosyal bilimler içinde incelenmesi; sosyoloji, psikoloji, antropoloji gibi birçok farklı disiplini kapsayan bir bakış açısını gerektirmektedir. Bu çalışmalarda sıklıkla vurgulanmakta olan durum, sosyal medyanın toplumsallaşma boyutu olmuştur (Göker, 2015). Bu çalışmalara göre; sosyal medya,

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

sıklıkla bireyi ağa bağlayan, bu ağ aracılığıyla etkileşim kurmasına imkân tanıyan fakat aynı zamanda onu yalnızlaştıran bir araç durumundadır. “Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi (KTÜ) Örneği” başlıklı bu çalışmanın temel konusunu da; sosyal medyanın toplumsal ilişkiler üzerine etkilerinin önemli konularından kabul edilen sosyalleşme ve yalnızlaşma oluşturmaktadır. Bu konu, üniversite gençliğinin görüşlerini yansıttığı düşünülen KTÜ öğrencilerinin durumlarıyla sınırlandırılmıştır. KTÜ öğrencilerinin örneklem seçildiği bu çalışmada; gençlerin sosyal medya kullanım oranları, sosyal medyayı ne amaçla kullandıkları ve sosyal medyanın gençler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bunlara bağlı olarak sosyal medyanın gençler üzerindeki toplumsal hayata katılım sağlayıcı etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Ayrıca, sosyalleştirme özelliğinin yanı sıra, gençleri “gerçek” dünyadan uzaklaştırarak yalnızlaştırmasına dair ipuçlarına da ulaşılmaya çalışılmıştır. Bahsi geçen bu durumu daha net açıklayabilmek, anlamlandırabilmek ve olası örüntüleri keşfedebilmek adına nitel bir araştırma tasarlanmıştır. Bireylerin çeşitliliğini en üst seviyede tutmayı hedefleyen maksimum örneklem yöntemiyle araştırmaya dahil olan 8’i kadın 6’sı erkek toplamda 14 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşme formları aracılığıyla 2019 yılının Şubat-Nisan ayları arasında yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen mülakatlarda; katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medya kullanımı sonucunda, sosyalleşme çatısı altında yalnızlaştıkları bulgusuna rastlanılmıştır. Bu durumu daha detaylı açıklayabilmek için makalenin kavramsal çerçevesi “sosyalleşme süreci” ve “sosyal medya” kavramlarıyla çizilmiş olup; araştırmanın dayanmış olduğu kuramsal temelde ise Georg Simmel, Zygmunt Bauman ve Helmut Lethen’in bireyselleşme eksenindeki görüşlerinden yararlanılmıştır.

Sosyalleşme Süreci ve Sosyal Medya

Sosyalleşme süreci, bireyin dahil olduğu veya bulunduğu toplumun normlarını, değerlerini öğrendiği karmaşık bir süreçtir. Bu süreç, bireyi salt biyolojik bir varlık olmaktan çıkararak onu sosyal bir varlığa dönüştürür. Sözü geçen bu öğrenme sürecini tamamlayan bireyler, topluma uygun davranışlar geliştiren veya geliştirebilen kişiler olarak algılanmaktadır. Toplumsal yaşama katılım açısından bu sürecin oldukça önemli olduğu sıklıkla vurgulanmaktadır; çünkü bu süreç, insanın kişiliğine etkide bulunan ve aynı zamanda toplumun kültürünü kuşaktan kuşağa aktarabilmesine imkân tanıyan bir araç konumundadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014). Toplumsal yaşamda bu süreci sağlayan belli başlı ajanlar olduğu bilinmektedir. Aile, okul, akran ve medya (Giddens, 2012: 204-208) olarak belirtilen bu ajanların günümüzdeki önem sırasına bakıldığında; ilk sırayı aile, ikinci sırayı ise sosyal

medyanın işgal ettiği görülmektedir. Sosyal medya, toplumu şekillendiren ve kimi zaman toplumsal yapıyı dönüştüren önemli bir aktördür. Aynı zamanda toplumsal yapıların yeni medyayı üretmede de etkili rolü vardır (Altunay, 2015: 419-420). Toplumsal yapı ve sosyal medyaya arasındaki ilişkiyi vurgulayan çalışmalar, her ikisinin de birbiri üzerinde dönüştürücü etkisi olduğunu göstermektedir.

Kullanıcı sayısı her geçen gün giderek artan ve bu yolla daha yaygın hale gelen sosyal medya, ilişkiler ve iletişim biçimleri başta olmak üzere gündelik yaşamın hemen her alanına sirayet etmiş haldedir. Sosyal medya alanları; kullanıcılarına düşüncelerini sunma, başkalarıyla tartışma ve paylaşım sağlama gibi imkânlar sağlamaktadır. Bu durum, kullanıcıların daha hızlı ve kolay bir biçimde etkileşime ve iletişime geçmelerinin yolunu açmıştır. Her kesimden geniş kitlelerin kullanıcı olduğu bu ağlar, sosyal medyanın gücünü artırmakta ve toplumsal yaşamdaki sosyalleşme kavramına yeni bir boyut kazandırmaktadır (Solmaz, 2012: 183-184). Günümüz dünyasında insanları ağlar aracılığıyla hızla birbirine bağlayan sosyal medya, onların gündelik rutinlerinden ve alışkanlıklarından biri haline gelerek, yaşam biçimlerini şekillendirmektedir.

Sosyal medya ağları bir nevi, sürekli iletişim ve etkileşim ağları kurarak etkileşim biçimlerini, insan ilişkilerindeki anlamları değiştirmektedir (Uça-Güneş, 2016; Burak, 2016: 68). Toplumsal ilişkileri dönüştüren söz konusu ağlar ve teknolojik gelişmeler aynı zamanda, zaman ve mekân kavramlarını değişime uğratmıştır. Kişisel duygu ve düşünceleri her an ve her yerde paylaşmaya imkân sağlayan sanal ortamlar, fiziksel mekânın anlamını değiştirmiş ve onu önemsizleştirmiştir. Günümüzde fiziksel bir mekân kimi zaman sanal bir mekânın gölgesi altında hüküm sürer hale gelmiştir. Aynı zamanı ve fiziksel mekânı paylaşan insanların, sanal mekânlar aracılığıyla orada olmayan kişilerle etkileşime geçmesi, fiziksel olarak bir arada oldukları kişilerle olan etkileşimlerini giderek zayıflatmalarına sebep olmaktadır (Karagülle ve Çaycı, 2014). Bahsi geçen bu durum, yalnızlaşmaya yol açan önemli bir meseledir. Günümüzde gençlerin büyük çoğunluğu, sosyal medyada görünür haldedir ve bir diğerini orada görmek için sıkça bu ağlara bağlanmaktadır. Aynı zamanda yan yana olmalarına rağmen birbirleriyle tek kelime dahi etmeden eş zamanlı olarak sosyal medya üzerinden sosyalleşebilmektedirler. Bu mecralar aracılığıyla sosyalleşen bireyler sözü edilen araçlar yoluyla bireyselleşmekte ve onun bir getirisi olarak yalnızlaşmayla tanışmaktadır.

Modern Toplum ve Ağ Toplumunda Temaslar-Yalnızlıklar

Ağ toplumu (Network Society) kavramı ilk kez Manuel Castells tarafından 2016 yılında Türkçe'ye *İletişimin Gücü* olarak çevrilen kitabında kullanılmıştır. Toplumun makro bir biçimde internet ağları üzerinden örülü olduğunu vurguladığı bu kitabında Castells, internetin yaygın kullanımı ile yeni bir toplum yapısına geçildiğini savunur. Bu yapı ise ağ toplumunun gerçekliğine bir atıftır aynı zamanda. Castells'in yapmış olduğu bu tanımlama haricinde toplumlara ilişkin nitelendirmeler, internet dünyasına göndermede bulunacak bir biçimde dönüşmeye başlamıştır. Toplum; hızlı enformasyon, hızlı etkileşim ve iletişim başlıkları altında, bilgi toplumu, 5.0 toplum olarak da anılır olmuştur. Böylesi hızlı bir dönüşüme yapılan vurgu, toplumsal ilişkilerin yeni yapısına da gönderme yapmaktadır. Bu durumda 'yabancılaşma', 'yalnızlaşma' ve 'sık temaslara aracılığıyla sosyalleşme' vurgulanan noktaları oluşturur. Aynı zamanda, bu noktaların her biri bireyci toplumu ifade eder biçimde kullanılmaktadır. Bireyci toplumu uzak ilişkilerle nitelendiren Lethen ve Bauman'ın görüşlerini bu minvalde değerlendirmek mümkündür.

Lethen (2018), İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki ilişki biçimlerini tıpkı savaş alanındaki soğuk temaslara benzer hale geldiğini belirtir. İnsan ilişkilerinin bu yöne evrilen yapısına dikkat çeken Lethen, "soğuk ilişkileri" yapaylık kavramı üzerinden tanımlar ve bireyin topluluktan sıyrılmış halinin, soğuk ilişkilerin hükmü altında olduğunu belirtir. Bu yüzden, yeni toplum yapısı sıklıkla yapay ilişki ağlarına ihtiyaç duymaktadır. Suni ilişki ağları, aynı zamanda kişinin kim olduğunu, bir diğer deyişle kimliğini şekillendirmeye yarar. Yeni toplum yapısında topluluğun doğal bağlarından mahrum kalan birey, bu suni bağlar sayesinde kendini yeniden oluşturur ancak kendisini oluşturmasını sağlayan ilişkiler, soğuk temaslardan ibarettir. Bu suni ilişkiler hiç durmaksızın sosyal olanı ve zıttı olarak nitelendirilen yalnızlığı üretir. Lethen'in "soğuk temaslara" nitelendirmesinin yanında Bauman'ın (2017: 86), modern akışkan dünyada yaşayanları "bağ kuramayan insanlar" olarak nitelendirdiği göze çarpmaktadır. Bağ kuramayan insanlar tam olarak "bağ"sız değillerdir fakat kurdukları tüm bağlar gelip geçicidir. Ellerindeki cep telefonları, onların temasa geçmesini sağlar ancak temasa geçtikleri zamanlarda mekânsal olarak bir arada olanlardan uzaklaşmasına neden olur. Hem Lethen'in hem de Bauman'ın bakış açısında modern dönem, yapay ağlarla birbirine bağlanmış insanlarla, yüz yüze ilişkilerin görece az olmasıyla ve iletişimlerin yüzeyselliğiyle tanımlanmıştır.

Elbette Lethen ve Bauman'ın modern döneme ilişkin yapmış olduğu bu vurguyu çok daha önceki bir döneme, Simmel'in 20.yüzyıl'da kaleme aldığı yazılarına kadar geri götürmek

mümkündür. Her ne kadar Simmel bu durumu sanal ağlarla birbirine bağlı olan toplumu anlatmak için kullanmamış olsa da metropol yaşamını betimleyen fragmanları, insan ilişkilerinin bugünkü konumunu anlamak açısından ufuk açıcudur. Simmel (2015: 317-318), kent yaşamında insan ilişkilerinin kırılğanlığına ve yüzeyselliğine dikkat çekerek bireyselleşmenin modern döneme özgü bir durum olduğunu ifade eder. Metropolde yaşamını sürdüren ve sıklıkla iç-dış uyarıcılara maruz kalan insan, sinirli ve yalnız bir kişi haline gelmiştir. Tıpkı paranın değeri ve kullanımında olduğu gibi toplumsal ilişkiler de sayılarla, rakamlarla ifade edilir çünkü metropol yaşamının tümü niceliksel değerlerle ölçülebilir ve deneyimlenir olmuştur. Ayrıca, bu durumun kaçınılmaz olduğunu şu ifadelerinde belirtir: “Bazı kişilikler kendilerini ancak bütün nesnel dünyayı değersizleştirme pahasına koruyabilirler ama bu da sonuçta kaçınılmaz olarak onların kendi kişiliklerini de aynı değersizlik hissi içine sürüklemelerine yol açar” (Simmel, 2015: 322). Kişi bu durumdan ne kadar kaçmaya çalışırsa, aynı derecede değersizliğin içine sürüklenir. Bu his içinde debelenen birey, girdabın içindedir ve bu girdap onu yalnızlığa sürükler.

Yukarıda yer verilmiş olan, Simmel’in işaret ettiği değersizlik hissi, yalnızlığın kişiye vermiş olduğu olumsuz hisle aynı yerde görülmektedir. Gerek Lethen’in “soğuk teması”nda ve Bauman’ın “bağ kuramayan insan” nitelemesinde gerek Simmel’in çok daha önce yapmış olduğu “sinirli insan” tanımlamasında hep aynı vurgu vardır: Toplumsal yaşamda sosyal olandan kaçmaya çalışan ancak yalnız kalamayan insan anlatısı. Karaoğlu, Avşaroğlu ve Deniz (2009)’in anlatılarında da görüldüğü üzere yalnızlık duygusu insana acı veren ve sosyal bir varlık olması nedeniyle kaçındığı bir durumdur. Bahsi geçen kaçınma durumu ise sosyalleşmenin ilk adımıdır.

Yaşadığımız dijital çağ veya ağlarla örülü dönemde sosyalleşmenin zamanı, mekânı ve aktörleri de dönüşüm geçirmiştir. Artık fiziksel mesafeler temasa engel olmaz hale gelmiştir: “Bir yerle başka bir yer arasındaki, görebileceğiniz ve dokunabileceğiniz insan grubu ile bir diğeri arasındaki farklılık ortadan kalkmıştır, geçersizleşmiştir, içi boşaltılmıştır. Bu hep süren ağın sonsuzluğu içinde, geçici bağlantıların her birinin çaresiz kırılğanlığının tehditlerinden korunmuş hissedebiliriz kendimizi. Etrafımızdaki kalabalık tadımızı kaçırdığında bu ağın içine her zaman sığınabiliriz” (Bauman, 2017: 85-86,88). Görüldüğü üzere, sosyal ağların taşınabilir iletişim araçları aracılığıyla yaşamın her alanını kuşatan yapısı, insan ilişkilerini de dönüşüme uğratmıştır. Bu ağlar, insan ilişkilerindeki sayıyı artırmakta, onları sosyalleştirmekte fakat aynı

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

zamanda yapay alanlar oluşturarak bireylerin yalnızlaşmalarına ve yabancılaşmalarına hizmet etmektedir (Karagülle ve Çaycı, 2014).

Tüm bu satırları toparlamak gerekirse; modern dönemde insanlar arası iletişimin ve etkileşimin çoğunlukla kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştiğini belirterek anlatıya başlamamız gereklidir. Bu araçların yaygın kullanımı, bireyleri birbirine yakınlaştırmakta, daha sosyal gözükmelerine imkân tanımakta ancak iletişim biçimlerini yüzeysel kılarak yalnızlığa sürüklemektedir. Modern ağ toplumunun insanı, birbiri içine geçmiş “sosyal” ve “yalnız” kavramlarını aynı oranda ve çoğu zamanda eş zamanlı deneyimlemektedir.

Yöntem

Bu araştırma, Karadeniz Teknik Üniversitesi’nde lisans eğitimi almakta olan öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının sosyalleşmeleri ve yalnızlıkları üzerindeki etkisini ve onların deneyimlerini anlamayı ve açıklamayı amaçlamaktadır. Anlama ve açıklama odağında gerçekleştirilen bu çalışmanın araştırma deseni nitel olarak belirlenmiştir. Veri toplama aracı olarak, derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Betimsel analize göre; elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Görüşülen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir. Bu analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256). Nicel araştırmanın sayısal verilere dayanan yapısının tersine nitel araştırma; insanların olayları nasıl nitelendirdiklerini, değerlendirdiklerini ve anlamlandırdıklarını incelemektedir. Nitel araştırmalar, doğal bir ortam içerisinde olay ve davranışlara yoğunlaşarak, bilgiyi doğrudan kaynaktan alırlar. Bu açıdan bu model; teori oluşturmayı esas alan anlayışla sosyal olguları ve olayları içinde oldukları çevre içerisinde araştırmayı, anlamayı amaç edinen bir yaklaşımdır. Bu araştırmalarda en fazla kullanılan üç tür bilgi toplama metodu vardır: Görüşme, gözlem ve yazılı dokümanların incelenmesi. Bu bilgi toplama metotlarından en çok kullanılan görüşme yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 10).

Bu araştırmada kullanılan nitel veri toplama tekniği, önceden düzenlenen soruların belli bir sistemle görüşme yapılacak kişiye yöneltilmesi ve cevapların alınmasını öngören bir yöntem olan görüşme (Böke, 2014: 289-290) olarak belirlenmiştir. Görüşme, en az iki kişi arasında sözlü olarak sürdürülen bir iletişim sürecini anlatır. Bu araç, belirli bir araştırma konusu veya bir soru hakkında derinlemesine bilgi edinmeyi sağlar ve esnek bir araştırma aracı olması

sebebiyle örnekleme küçük olan çalışmalarda sıkça tercih edilmektedir (Büyüköztürk vd., 2017: 158). Araştırmamızda kullanılan görüşmenin temel amacı bireyin iç dünyasına girerek onun bakış açısını anlamaktır. Bu doğrultuda; 8 kadın 6 erkek katılımcıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme formundaki sorular, araştırmanın problemine ve araştırma başlangıcına temel oluşturacak sorulara göre oluşturulmuştur.

Araştırmanın Problemi

Sosyal medya kullanım oranlarına bakıldığında hem dünyada hem Türkiye’de sosyal medyanın yaygın kullanımı gözle görülür biçimde artmıştır. Sosyal medya daha çok gençler tarafından aktif kullanılmaktadır ve bireylerin kişiliğinin olduğu dönemlerde sosyal medya bireyleri hem olumlu hem olumsuz yönlerde etkileyebilmektedir. Bu çalışmada, sosyal medyanın insan hayatındaki sosyalleştirici ve yalnızlaştırıcı etkisi araştırılmıştır. “Günümüzde aktif şekilde kullanılan sosyal medyanın bireylerin sosyalleşmesine ve yalnızlaşmalarına etkileri ne yönde olmuştur?” problem sorusu aşağıdaki alt basamaklara ayrılmış ve bu sorulara cevap aranmıştır:

1. Sosyal medya nedir ve hangi amaçlarla kullanılmaktadır?
2. Sosyal medyanın sosyalleştirici etkisi nedir?
3. Sosyal medya bireyleri yalnızlaştırmakta mıdır?

Evren ve Örneklem

Bu araştırma Trabzon ilinde yürütülmüş olup araştırmanın evrenini 2018-2019 eğitim döneminde Karadeniz Teknik Üniversitesi’nde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında gönüllülük esasına bağlı kalınarak çeşitli fakültelerde okuyan altı erkek sekiz kadın toplam on dört katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Araştırma, amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemin kullanılmasındaki amaç, küçük bir örneklem oluşturularak çalışılan probleme katılan bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmak ve çeşitlilik gösteren durumlar arasındaki ortak olguları bularak ortaya koymaktır. Örneklemi oluşturan katılımcılar; G/1, G/2, G/3, G/4, G/5, G/6, G/7, G/8, G/9, G/10, G/11, G/12, G/13, G/14 şeklinde kodlanmış ve ifadeleri bu kodlar altında sunulmuştur.

Tablo-1: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Kod Dağılımı

Kadın	G/1, G/2, G/3, G/4, G/5, G/6, G/7, G/8
Erkek	G/9, G/10, G/11, G/12, G/13, G/14

**Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya:
Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği**

Kadın katılımcılar G/1, G/2, G/3, G/4, G/5, G/6, G/7, G/8; erkek katılımcılar ise G/9, G/10, G/11, G/12, G/13, G/14 olarak sıralanmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Bu araştırma, sayı ve yüzdelik karşılıklarıyla, %43'ü (6 kişi) erkek, %57'si (8 kişi) kadın olmak üzere 2018-2019 dönemi itibariyle KTÜ'de öğrenim görmekte olan 14 kişinin gönüllü katılımıyla gerçekleşmiştir. Araştırmanın evren ve örnekleme göre araştırmaya dahil olan katılımcıların demografik özellikleri Tablo-2'de verilmiştir.

Tablo-2: Katılımcıların Sosyo-Demografik Durumları

		Kişi Sayısı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	8	%57
	Erkek	6	%43
Öğrencilerin Geldikleri İllerin Dağılımı	Adıyaman	1	%7
	Ankara	2	%14
	Antalya	1	%7
	Kars	1	%7
	Manisa	2	%14
	Mersin	1	%7
	Samsun	2	%14
	Tokat	1	%7
	Trabzon	3	%22
Yaş	19	1	%7
	21	2	%14
	22	3	%22
	23	6	%43
	24	1	%7
	27	1	%7
Gelir Düzeyleri	0-500	4	%29
	501-1000	7	%50
	1001-1500	2	%14
	1501-2000	1	%7
Fakülte Dağılımları	Eczacılık Fakültesi	1	%7
	İktisadi İdari Bilimler	3	%21
	Mimarlık Fakültesi	1	%7
	Fen Fakültesi	5	%36
	Edebiyat Fakültesi	2	%14
	İlahiyat Fakültesi	2	%14
Toplam: 14 kişi			

Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde %7'sinin (1 kişi) 19 yaşında, %14'ünün (2 kişi) 21 yaşında, %22'sinin (3 kişi) 22 yaşında, %43'ünün (6 kişi) 23 yaşında, %7'sinin (1 kişi) 24 yaşında, %7'sinin (1 kişi) ise 27 yaşında oldukları görülmektedir. Karadeniz Teknik

Üniversitesi'ne öğrenim görmeye gelmiş öğrencilerin memleket dağılımları incelendiğinde %22'si (3 kişi) Trabzon, %14'ü (2 kişi) Samsun, Manisa ve Ankara doğumlu olduğu görülmektedir. Geriye kalan kalan %7'lik dilimler ise Adıyaman, Antalya, Kars, Tokat, Mersin olarak sıralanmaktadır.

Ayrıca, araştırmaya katılan katılımcıların tamamı evli olmayanlardan oluşmaktadır. Herhangi bir işte çalışmayan katılımcıların aylık ortalama gelirleri incelendiğinde %29'unun (4kişi) 0-500 gelire, %50'sinin (7 kişi) 501-1000 gelire, %14'ünün (2 kişi) 1001-1500 gelire sahip olduğu görülmektedir. Bu gençlerin öğrenim gördükleri bölümler ise çeşitlilik göstermektedir. Katılımcıların %37'si (5 kişi) Matematik bölümünde okumaktadır. Kalan kesim ise %14'lük paylarla; Sosyoloji, İşletme, İlahiyat ve %7'li paylarla; Eczacılık, Mimarlık, Uluslararası İlişkiler bölümlerinde öğrenim görmektedir.

Sosyal Medyanın Anlamlandırılması

Araştırmada katılımcılara “Sizce sosyal medya nedir?” sorusu yöneltilerek sosyal medyanın gençler açısından nasıl yorumlandığı ve/veya anlamlandırıldığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların sosyal medyayı “paylaşma aracı”, “arkadaş edinme alanı”, “bilgi edinme” ve “eğlence aracı” olarak gördükleri fark edilmiştir.

“Sosyal medya genel olarak fotoğraf ve söz paylaşılan bir sosyal platformdur. Ben sosyal medyanın bir bilgi paylaşma aracı olduğunu ve temel görevinin paylaşım yapmak olduğunu düşünüyorum” (G/1).

“Sosyal medya paylaşım yapmak için kullanılan bir ortamdır. O an güzel çıkan fotoğrafı ya da hoşuma giden bir sözü paylaşmak için kullanılan bir ortamdır” (G/6).

“Sosyal medya günümüzde insanların arkadaşısıdır. Arkadaşlık kurmak için kurulmuş bir sosyal platformdur. İnsanlar artık sosyal medya arkadaşlarını samimi buluyorlar ve sosyal medyadan arkadaşlık kuruyorlar” (G/2).

Katılımcının (G/2) belirttiği üzere sosyal medyadaki iletişimler, yüz yüze iletişimlerden daha kolay ve etkili hale gelmiştir. Sosyal medyaya atfedilen olumlu anlam “sosyal medya günümüzde insanların arkadaşısıdır” sözüyle pekişmiştir. Arkadaşlık, aile bireyleri ile kurulan ilişkilerden sonra en önemli sosyal ilişki biçimi kabul edilmektedir. Bu noktada, katılımcının “arkadaşlık” sözcüğünü cümlede kullanmış olması oldukça önemli bir belirteç olmuştur. Arkadaşlıklar kimi zaman yalnızca sosyal medyayla desteklendiği gibi kimi zaman ise yalnızca sosyal medya üzerinden devam ettirilmektedir (Tan, 2019). Katılımcı da bu vurgusuyla sosyal

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

medyanın arkadaş edinme merkezi olduğuna vurgu yapar. Bunun yanında sosyal medyanın iletişim kurmak ve bilgi almak için kullanıldığını belirten katılımcılar da vardır:

“Sosyal medya günümüzde insanlarla iletişim kurma ve bilgi alma aracıdır” (G/3). “Sosyal medya iletişim ve haberleşme aracıdır” (G/4). “Bence sosyal medya 2000’den sonra network ağlarının gelişmesiyle insanların birbirleriyle daha çok iletişime geçebilmek için kullandıkları bir etkileşim aracıdır” (G/8). “Sosyal medya insanların boş zamanlarını doldurduğu eğlence aracıdır” (G/5). “Sosyal medya tamamen eğlence platformudur” (G/11). “Bence sosyal medya tamamen insanların kendini, yaşantısını ve faaliyetlerini göstermek amaçlı kullandığı uygulamalardan ibarettir” (G/12).

Gündelik yaşantıyla ilişkili olarak karşımıza çıkan “boş zaman” kavramının, çalışma hayatının insan yaşamının merkezinde yer almaya başlamasıyla ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Bu zaman dilimi çalışma süresinden arda kalan bir zaman dilimine gönderme yapar ve sıklıkla eğlence sektörüne aktif bir biçimde dahil olunan zamanı anlatır (Aytaç, 2002). Boş zamanlar, Bennet’in (2018) de işaret ettiği üzere gündelik hayattaki kültürel alanlarda vuku bulur. Belki de en belirgin olanı, erişimi en kolay olduğu düşünülen medyadır:

“Sosyal medya hem boş zamanları eğlenceli hale getiren hem de insanları birleştiren bir mecradır. Bir sosyal olayı hızlıca sosyal medyadan öğreniriz. Mesela ben Yeni Zelanda’daki katliamı sosyal medya sayesinde öğrendim. Bunun yanında sosyal yardımlar için de insanları birleştiriyor ve dünyadan haberdar oluyoruz.” (G/10). “Sosyal medya benim için her şeydir, bilgiye hızlıca ulaşmamı sağlayan bir araçtır. Her şeyi ayağımın altına getiriyor.” (G/7).

Bennet (2018: 146) yeni medyanın; cep telefonları, bilgisayarlar, internet gibi yeni iletişimi sağlayan araçlar olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, yeni medyanın gündelik yaşamın doğasına yönelik önemli etkilerinin bulunduğunu belirterek kamusal ve özel alan ayrımının belirsizleştiğine vurgu yapar. Bunun yanında insanlar arasındaki ilişkilerin daha hızlı hale geldiğinden söz eder. Katılımcılar da sosyal medyayı Bennett’in ifade ettiğine benzer şekilde değerlendirmektedir; onlar sosyal medyayı bilgiye erişimi ve iletişime geçeyi hızlandıran bir alan olarak görmektedir.

Sosyal Medyayı Kullanma Amaçları

Sosyal medyanın ne olduğunun tanımlanmasına ve anlamlandırılmasına yönelmenin ardından katılımcılara, bu mecraı hangi amaçla kullandıkları sorulmuştur. Soruya verilen yanıtlar ise “iletişime geçme”, “bilgi edinme” ve “eğlence ihtiyacını karşılama” konularına ilişkin olmuştur:

“Arkadaşlarımla iletişime geçmek ve sohbet etmek için kullanırım” (G/1). “İnsanlar, sosyal medyadaki insanları daha samimi buluyorlar. Sosyal medyayı arkadaşlık kurma, kendini tanıtırma amaçlarıyla kullanıyorum. Sosyal medyayı kullanmamdaki amaç yalnız kaldığımda yanımda kimse olmadığımda arkadaşlık duygusunu hissetmektir” (G/2).

“Sosyal medyayı insanların bilgi paylaşma aracı olarak görüyorum. Ben genellikle bilgi edinme ve iletişim amaçlı kullanıyorum” (G/4) “Ben bilgi edinmek için kullanıyorum. Arkadaşlarımla iletişime geçmek için kullanıyorum. Gidemediğim yerleri görmemi ve bilgi sahibi olmamı sağlıyor. İnsanlarla tanışmamı sağlıyor. Hayatı önüme serdiğini düşünüyorum. Her şeyi elimin altına getiriyor” (G/8).

“Eğlence amacıyla kullanıyorum. Sosyal medyanın insanların boş vaktinin harcadığı bir yerdir bence” (G/5). “Ben genelde daha çok kendimi deşarj etme amaçlı kullanıyorum. Yani modumu yükseltmek ve eğlenmek amaçlı kullanıyorum” (G/9). “Ben genel olarak komik şeylerle keyfimi yerine getirmek için kullanıyorum. Genel olarak eğlence amaçlı kullanıyorum” (G/11). “Sosyal medya tam bir eğlence aracıdır ve sosyal medyayı sadece eğlenmek için kullanırım” (G/12).

İletişime geçme, bilgi edinme ve eğlence ihtiyacını karşılama faktörlerinin yanında dikkat çeken bir diğer nokta ise sosyal medyadaki paylaşımların gösteriş amaçlı gerçekleştiriliyor oluşudur. Dolaylı biçimde buna işaret eden G/6 ve G/14’ün belirttiği üzere paylaşımlar; hisler, duygular ve düşüncelerle örülü hale getirilmiştir:

“Sosyal medyayı paylaşım yapmak için kullanırım. Sosyal medya, paylaşım yapmaktır. O anki duygularımı, düşüncelerimi, hislerimi paylaşmak ve aktarmak için kullanırım” (G/6). “Sosyal medyayı insanların hayatını görmek ve kendimi de insanlara göstermek amaçlı kullanırım” (G/14).

G/6 ve G/14’ün ifadeleri gösterişçi tüketimin görünen yüzüdür. Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen paylaşımlar, duyguların metaya dönüşmesine sebep olmuştur. Bu durum sosyal medya kullanıcılarını, başkasının hayatının seyircisi ve başkalarının hayatının seyirlik nesnesi konumuna getirmiştir.

Sosyal Medya Kullanma Sıklığı

Toplumsal ilişkiler, mekânlar ve gündelik yaşam, zamanı yeniden tanımlayarak onu toplumsal hale getirir. Sosyal olanla iç içe olan zaman, bireysel olarak ölçülemeyecek kadar karmaşıktır (Halbwachs, 2019: 109). Günümüzde sosyal medyanın gündelik rutinler arasında yer alıyor oluşu, ona ayrılan zamanı da önemli derecede etkilemektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyayı her gün kullandığı görülmektedir. Bu durum, boş zamanların dışında da sosyal medyanın aktif olarak kullanılıyor olduğunu göstermektedir:

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

Tablo-2: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Sıklıkları

1-3 Saat	4-5 Saat	6-8 Saat	9-12 Saat	12 saatten fazla
G/9; G/12	G/1; G/2	G/6	G/3	G/7; G/8; G/10

“Sürekli telefon elimdedir ve sosyal medya hesaplarımı sürekli kontrol ederim. Günde beş saat girdiğim zamanlar oluyor. Otobüs beklerken, okula giderken kısacası her zaman girer kontrol ederim” (G/1). “Sabah uyandığında mutlaka en az bir saat bakarım gece uyurken de en az bir saatimi alır. Günde dört saat civarı sosyal medyada vakit harcarım. Genelde gün başlarken ve biterken çok kullanırım” (G/2). “Her gün mutlaka girerim. Günde yaklaşık iki, üç saat aktif olarak kullanırım” (G/3). “Günde oniki saatten fazla sosyal medyayı aktif olarak kullanırım” (G/6). “Her gün girerim. Günde altı, sekiz saat arası aktif kullanırım. Sadece uyuduğum zamanlar sosyal medyadan uzak kalırım” (G/7). “Günde yirmidört saat varsa yirmisekizini ayırırım diyebilirim. Fazla girerim. Her gün mutlaka hesaplarımı kontrol ederim ve en az üç, dört saat sosyal medyada aktifimdir” (G/8). “Sabah uyandığında giriyorum, gece uyurken video izliyorum. Sosyal medya benim tüm hayatımın içinde diyebilirim. Tüm vakitlerimi kapsıyor” (G/13).

Sosyal medyada geçirdiği zaman 3 ila 12 saat arasında değişen katılımcıların yanında, sosyal medyada geçirdiği zamanın “az” olduğuna vurgu yapan katılımcıların olduğu da görülmektedir. Ancak bu katılımcıların da sosyal medya hesaplarını takip etmeyi gündelik rutinleri haline getirmiş oldukları fark edilmektedir. Bu rutine ayrılan süre sosyal medyaya dahil edilmeyen/edilemeyen rutinleri engellediği düşüncesiyle kendileri tarafından kısıtlanmıştır:

“Günde bir saatimi ayırırım. Bu da son sınıf olmamdan kaynaklı bir durum çünkü tüm sosyal medya hesaplarımı kapattım kendimi uzak tutmaya çalışıyorum” (G/9). “Genel olarak ihtiyacım olmadıkça girmiyorum. Okul ve derslerle alakalı bir şey paylaşmadıkça çok fazla sosyal medyayı kullanmam” (G/12).

Yukarıda belirtilenler haricinde katılımcılar sosyal medyaya bakma durumunu günlük rutinlerinin ilk sırasında olduğunu şu ifadeleriyle belirtmişlerdir:

“Alarmım çalıp, uyandığım gibi bakarım. Uyandığım gibi incelerim önce WhatsApp’tan gelen mesajlara daha sonrasında ise Instagram’da atılan hikayelere bakarım. Ben yokken gece ne olduğunu merak ederim ve illaki elim sabah telefona gider” (G/1). “Uyandığında hemen kontrol ederim, mutlaka tüm hesaplarıma art arda bakarım” (G/2). “Uyanır uyanmaz kontrol ederim, telefonu elime alır ve hemen hesaplarıma bakarım” (G/7). “Uyanır uyanmaz kontrol ederim hatta gece uyanırsam uyku aramda bile kontrol edebiliyorum” (G/8). “Sabah uyanır uyanmaz bakarım. Genelde telefon başucumda olur uyanınca hemen tüm sosyal medya hesaplarıma bakar ve bildirimlerimi incelerim” (G/10).

“Uyanır uyanmaz” ifadesinin sıkça tekrar ediliyor oluşundan da anlaşıldığı üzere sosyal medya kullanımı gençler açısından oldukça önemli görülmektedir. Sabahları en fazla kontrol ettikleri

sosyal medya ağının “Instagram” olduğu belirtilmiştir. Bunun ardından “WhatsApp” uygulaması ve onu izleyen “Twitter” gelmektedir. Aynı zamanda bu siteler, gün içinde de sıklıkla baktıkları sitelerdir. Bu sitelere girmelerinin sebepleri ise şu şekilde karşımıza çıkmaktadır:

“En çok Instagram’ı kullanıyorum. Moda, makyaj sayfalarını ve ünlüleri takip ediyorum” (G/1). “En çok Instagram’ı kullanırım. Genelde manken ve spor sayfalarını takip ederim” (G/2). “En çok Instagram uygulamasını kullanırım bunun yanında YouTube ve WhatsApp’ı da kullanırım. Instagram’da ünlü insanları ve moda sayfalarını takip etmekten hoşlanıyorum” (G/7) “En çok Instagram’ı kullanmaktayım. Genellikle spor, sağlıklı beslenme ve minimalizm sayfalarını takip ederim. Tüketim çılgınlığına karşı olan sayfaları takip ediyorum ve bu sayfalardan örnekler alırım. Spor sayfalarından ise evde yapılabilecek günlük aktiviteler hakkında bilgiler edinmekteyim” (G/3).

“Instagram ve Twitter’ı aynı sıklıkta kullanırım. Instagram’ı gezi sayfaları, yemek videoları, kendin yap videolarını izlemek amaçlı kullanıyorum. Bunun yanında beğendiğim gönderilerle ilgili paylaşım yapmak da çok hoşuma gidiyor” (G/6). “Twitter. Genel olarak sanat ile ilgili sayfaları takip ederim. Müziğe, heykele, sanatçıların hayatına ilgi duyarım. Bu tür sayfaların dışında teknoloji sayfalarını da takip edebiliyorum” (G/8). “Twitter, güncel haber sayfaları, büyükelçilikler, akademisyenlerle ilgili sayfaları takip ediyorum (G/10). “Sosyal medya uygulamalarını zorunda kalmadıkça kullanmıyorum. Kullanmam gerektiğinde haber kanallarını ve haber sayfalarını incelerim” (G/12).

Mülakata dahil olan katılımcıların çoğu Instagram uygulamasını kullanmaktadır. Ayrıca, aktif olarak Twitter ve YouTube’u takip etmektedirler. Alınan yanıtlar doğrultusunda katılımcıların, gündelik yaşantılarında bu sosyal medya uygulamalarından yararlandıkları görülmektedir. Her bir mecranın farklı istek ve/veya ihtiyaca karşılık gelen kullanım alanları bulunmaktadır. Ancak katılımcıların ifadelerine bakıldığında, görsellikle ilişkilendirilen Instagram’ın kısa bilgi ve durum nitelendiren ifadelere yer verilen Twitter gibi bilgi edinme amacıyla kullanıldığı görülmektedir.

Sosyal Medya Kullanımının Gündelik Hayata Etkisi

Gündelik hayat, büyük resimde, rutinlerle örülü ve sıklıkla aynı örüntülere sahip yaşam alanını ifade eder. Fenomenolojik yaklaşımın önemli temsilcilerinden Albert Schütz (2018), gündelik hayatı bireyin karşılaştığı tüm sınırlamalara rağmen eylemlerini ve yönelimlerini gerçekleştirdiği deneyim sahası olarak görür. Aynı zamanda gündelik hayat, tutarlı ve anlamlı bir gerçeklik içinde eylemleri yönlendiren ve üreten bir alandır (Berger ve Luckmann, 2018). Sosyal medya, gündelik hayatın yaşandığı ve sergilendiği alanlardan biri olarak kullanıcılarının eylemleri üzerinde etki etmekte ve onların etkide bulunmasına imkân tanımaktadır.

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

Katılımcılara yöneltilen “Sosyal medya gündelik hayatınızı nasıl etkiliyor?” sorusu bu ilişkiyi ortaya koymaya yönelik gerçekleştirilen bir iz araştırmadır. Bu doğrultuda alınan cevaplar; yapılması gereken “işlerin aksaması”, “psikolojik kimi zaman fiziksel açıdan olumsuz etkilenme”, “yüz yüze etkileşimleri zedeleme” yönünde olmuştur. Büyük çoğunluk, sosyal medyanın yapmak “zorunda” oldukları işleri aksatmalarına neden olduğunu söylemiştir. En belirgin sonuç ise kişilerin sosyal medyada ötekiyle kendini kıyaslaması ve kıskançlık duygusuyla karşılaşmalarıdır. Böyle durumlarda sosyal medya kullanımı zaman zaman pişmanlık duygusu yaratmaktadır:

“Sosyal medyaya çok girdiğimde baş ağrısı ve uyuşukluk yapıyor. Çok fazla sosyal medyada vakit geçirdiğimde kitap okumayı ve derslerimi genelde aksatıyorum. İşlerimi aksatmama, geç yapmama neden olabiliyor. Bu nedenle çok fazla girmemeye çalışıyorum” (G/1). “Uykumu bölüyor ve uyku süremi azaltıyor” (G/11). “Ders çalışmam gerekirken sosyal medyada vakit kaybediyorum. Çevremdeki insanlarla daha çok vakit geçirebilecekken orada vaktimi öldürdüğümü düşünüyorum. Gündelik hayatımı olumsuz yönde etkiliyor” (G/5). “Ders çalışmayı baya uzun süre aksatıyorum. İşlerimi sürekli erteliyorum ve daha geç yapmama sebep oluyor” (G/6).

“Arkadaşlarımla otururken telefonla çok uğraşırım. Sosyal medyada gezinirim ve bana çok kızarlar. Fotoğraf attığımda arkadaşım çirkin çıkmışsa onu da atarım. Arkadaşım bana kızabilir. Ailem de bana sürekli artık bu bağımlılıktan kurtul, bizimle ilgilen, gerçek hayata dön gibi uyarılarda bulunmak zorunda kalırlar” (G/7). “Ailemle de arkadaşlarımla da sosyal medya yüzünden seviyeli bir ilişkimiz olmuyor” (G/13).

Bakışını mutluluğun tarihine çeviren Sara Ahmed (2016: 40), mutluluğun sıklıkla iyi olma haline gönderme yaptığından söz eder. Ona göre kalıplaşmış olan şeylere uyum sağlamak çoğu zaman mutluluk vaat eder. Fakat eğer bir şey mutluluk getirmiyorsa, sevilmeyen her şeyden uzaklaşmaya ve araya bir mesafe koyulmaya başlanır. Araya mesafe koyulmadığında ise “mutsuzluk” üretilmiş olur. Katılımcılardan G/2 ve G/3 sosyal medya nedeniyle aralarına mesafe koyamadıkları, sürekli gözlerinin önünde akışta olan “mutlu” imajlara dikkat çekerek sosyal medyanın gündelik yaşamda mutsuzluk yaratma rolü olduğunu ve aynı zamanda bu durumun kıskançlık duygusuna neden olduğunu belirtmişlerdir:

“Bazen bunalımdayken herkes çok mutlu ve sadece ben mutsuzmuşum gibi hissediyorum. Sosyal medyadaki her şeyin gerçek ve doğru olmadığına bazen zor karar veriyorum diyebiliriz” (G/2). “Sosyal medya yüzünden işlerimi aksattığım oluyor. Yeri geliyor uykumdan feragat ediyorum yeri geliyor derslerimi aksatıyorum. Bende bağımlılık noktasına gelmeye başladı. Sürekli bir fotoğraf akışı, video akışı var. Kişinin kendisine olan özgüvenini zedeliyor. Hem de başkalarının yaptığı kendinin ise

yapamadığı aktiviteleri insana göstererek psikolojik olarak insanları bunalıma ve kıskançlığa itebiliyor” (G/3).

Genel olarak sosyal medya kullanan katılımcılar sosyal medyanın gündelik hayatlarındaki işlerini aksattığını, geciktirdiğini söylemektedir. Günlük hayatını engellemediğini söyleyen katılımcılar bile gündelik işlerinin gerçekleşmesine yönelik olarak sosyal medyadan dolayı işlerinde gecikme sorunu yaşadıklarını söylemişlerdir. Aynı zamanda, başkalarını gözlemleme yoluna giderek zaman zaman “mutsuz” olduklarını belirtmişlerdir.

Sosyal Medyanın Arkadaşlık Üzerine Etkisi ve Sanal Arkadaşlıklara İlişkin Görüşler

Arkadaş Edinme

Katılımcılara sosyal medya aracılığıyla arkadaş edinme konusundaki görüşleri sorulmuştur. Bu soruya büyük çoğunluğun verdikleri yanıtlar sosyal medyada tanışılan kişiye duyulan “güvensizlik” paydasında birleşmiştir. İyi bir iletişimin koşulu başkalarının davranışlarını ve duygularını yorumlayabilmekten geçer (Illouz, 2018: 37). G/1, G/3 ve G/6, sosyal medyada etkileşimde oldukları fakat yüz yüze tanışmadıkları kişilerin davranışlarının gerçekliğini yorumlayamadıklarını ve bu nedenden ötürü sorgulamaya tabi tuttuklarını belirterek yüz yüze görüşmedikleri kişilere açıkça güvenmediklerini dile getirmişlerdir:

“Ben o tarz arkadaşlıklara güvenmiyorum çünkü sahte hesaplar da olabilir. Güvenemem. İnsanlar kendilerini sosyal medyada farklı gösteriyor olabilir bu yüzden sosyal medyadan arkadaşlık kurmam. Zaten sosyal medyada tanımadığım hiçbir insanı takip etmiyorum ve öyle arkadaşlıklara güvenmiyorum” (G/1). “Orası benim için bir sokaktan farksız. Herkes size bir mesajla ulaşabiliyor. Sokaktan geçen biriyle nasıl arkadaş olmuyorsam sosyal medyadan da biriyle arkadaş olmamam gerektiğini düşünüyorum” (G/3). “Sosyal medya hesaplarımdan sürekli mesaj geliyor ve mesaj atanların hiçbirini tanımiyorum. İnsanlar tanımadıkları insanlara nasıl güvenebilir ki çok saçma geliyor açıkçası” (G/6).

Sosyal medyada kurulan arkadaşlıklarda dikkat çeken önemli bir konu, sosyal medya kullanıcılarının kurumsal kimliğidir. Kişinin kurumsal bir kimliğe sahip olduğunu belirtiyor oluşu, kişilerin iletişime geçmelerini kolaylaştırmaktadır. Bu durum iletişime geçen açısından “güven verici” görülmektedir:

“Tanımadığım insanlarla sosyal medyadan pek arkadaşlık ilişkisi kurmam. Tanımadığım ve sadece sosyal medyadan tanıştığım kişiler de akademik insanlardı ya da hocalardı. Onlara da güveniyorum. Güvenmediğim insanlarla zaten arkadaşlık kurmam” (G/10).

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

Genel olarak katılımcılar sosyal medya hesaplarından tanımadıkları insanları takip etmediklerini ve bu kişilere güvenmediklerini söylemişlerdir. Ayrıca, sosyal medya arkadaşlıklarının gerçek olmadığından ve sanal ortamı güvenilir bulmadıklarından bahsetmişlerdir.

Arkadaşlık İlişkileri

Aktif sosyal medya kullanımının arkadaşlık ilişkilerini nasıl etkilediği de bir diğer soruyu oluşturmaktadır. Bu doğrultuda katılımcılar; sosyal medya aracılığıyla edindikleri bilgilerin yeni paylaşım kanallarını oluşturduğunu düşünerek durumu ‘olumlu değerlendirenler’, arkadaşlık ilişkilerini güvenilir bulmadıkları ve arkadaşlıkların kırılma olduğuna dair ‘olumsuz kanıya sahip olanlar’, arkadaşlık ilişkilerine herhangi bir ‘etkisinin olmadığını belirtenler’ olmak üzere üç ayrı kategoriye ayrılmıştır. Sosyal medyanın arkadaşlık ilişkilerine herhangi bir etkide bulunmadığını belirten katılımcıların ifadeleri şu şekilde olmuştur:

“Sosyal medya arkadaşlık ilişkilerimi çok etkilemiyor çünkü sanal ortamdaki arkadaşlık ilişkilerine güvenmiyorum. Arkadaşımın sosyal medyadan etkileşimde bulunmak, fotoğraflarımı beğenmesi benim için bir şey ifade etmiyor. Benim için önemli olan gerçek hayatta kurduğum arkadaşlık ilişkileridir” (G/1). “Sosyal medyanın arkadaşlık ilişkilerime herhangi bir etkisi yok çünkü ben sosyal medyayı can sıkıntısı olduğunda kullanırım” (G/2). “Eskiden de aynıydı şimdi de aynı bir artısını ya da eksisini görmedim diyebilirim” (G/5). “Sosyal medya arkadaşlık ilişkilerimi etkilemez çünkü sosyal medyadan da sadece gerçek arkadaşlarımla görüşürüm. Yani sorun yaratmaz” (G/9).

Sosyal medyanın her an ve her yerde kullanılıyor olmasının arkadaşlık ilişkilerini olumsuz yönde etkilediğini belirten katılımcılar da olmuştur:

“Bir kafede herkesin elinde telefon olunca tabii ki arkadaşlık ilişkilerini zedeliyor” (G/11). “Sosyal medya samimiyetsizlik göstergesi bence. Gerçekten güzel geçirilen zamanın, arkadaşlıkların ve arkadaşlık ilişkilerinin tiyatro perdesi gibi sergilenmesine gerek olmadığını düşünüyorum” (G/3).

Belirtilenlerin haricinde, sosyal medyanın aktif kullanımının arkadaşlık ilişkilerini olumlu yönde etkilediğini belirten katılımcılar da bulunmaktadır:

“Sosyal medya güncel bilgileri öğrenmeme yardımcı oluyor ve yeni bilgiler öğrendiğimden insanlarla daha kolay ve yararlı iletişimde bulunabiliyorum. Gündelik bilgilere hakim olduğumdan daha kolay muhabbet edebilmemi sağlıyor diyebilirim” (G/4). “Genelde arkadaşlarımla hepsi sosyal medya kullanıyor. Birbirimize sosyal medyadan bir şeyler gösteriyoruz sürekli. Bir yerde oturduğumuzda bile

sohbet konumuzu sosyal medya oluşturuyor. Aslında sosyal medya sürekli hayatımızın içinde olan bir şeydir” (G/6).

G/4 ve G/6'nın ifadelerine göre; sosyal medya yoluyla edinilen bilgi, gündelik ilişkilerde paylaşım aracı haline gelmekte ve iletişimin güçlenmesini sağlamaktadır.

Samimiyet Göstergesi Olarak Emojiler

Sözsüz iletişimin bir türü olan görsel iletişim, en eski haliyle mağara duvarlarına kazınan resimlerde kendini göstermektedir. Geçen zamana rağmen görsel iletişimin varlığı bugün de sürmektedir. Bugün, sanal ağlar aracılığıyla kurulan yazılı iletişimde kullanılan emojiler, görsel iletişimin yazılı iletişimi destekleyen bir biçimi olarak okunabilir. Bu yolla, yazılı iletişimin belirsizliğini, ses tonu, mimik ve jestlerin yerine geçen emojiler aracılığıyla daha belirgin bir zemine oturtmak hedeflenir (Özdemir, Gökdağ ve Neslihanoglu, 2019). Bu bilgi çerçevesinde katılımcılara, emojilerin iletişimlere ne yönde etki ettiği sorusu yöneltilmiştir ve samimiyet göstergesi olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Emojilerin samimiyet göstergesi olduğunu beyan eden katılımcıların yanıtları şu şekildedir:

“Birisi bana emoji atmadığında onu bana karşı soğuk ve ciddi hissediyorum. Bana attığı emojiler onun bana olan yakınlığını bana gösteriyor, hissettiriyor. Eğer gülen yüz attıysa arkadaşımınla samimi olduğumu düşünürüm. Bana emoji atmazsa sıcak bir konuşma kuramam. Sosyal ortamda arkadaşımı görmediğim için atılan emoji bana onun duygularını hissettiriyor. Rahatlıyorum” (G/1). “O anki duyguyu emojiler aracılığıyla paylaşabiliyorsun ve her duyguya uygun emoji mevcut. Bence samimiyeti gösterir” (G/4). “Bir insan bana sadece tamam yazıp emoji koymazsa bana kızgın olduğunu düşünürüm. Emoji koyarsa daha samimi ve içten gelir” (G/7). “Ben sürekli emoji kullanıyorum bana samimiyet göstergesi gibi geliyor. Hatta emojisiz bir şey okuduğumda ciddi geliyor. Geriliyorum” (G/11).

Bunun yanında, emojilerin gerçek duygu durumlarını yansıtmadığını belirten katılımcılar da olmuştur. Gerçek olanı manipüle eden bu durum ise samimiyetsizlik olarak yorumlanmıştır:

“Kesinlikle samimiyet göstergesi değildir. Sinirlensen bile orada gülebilirsin bu nedenle samimiyeti göstermez bence” (G/3). “Kolayca bir tuşa basarak ağladığı halde gülüyor gibi yapılabiliyor. Sosyal medyada yazmakla aynı şey bence emoji. Artık insanlar yazmak yerine emoji koyuyor. Birbirlerine kelimeler yazmak yerine bir tuşa basarak o anki ruh halini emoji ile göstermeye çalışıyor ve bunu da samimi bulmuyorum. Ağlama emojisine basan insan o an ağlamıyor ya da gülme emojisine basan insan o an gülmüyor bence kandırmadan ve yalandan ibaret” (G/12). “Günümüzde artık emoji kullanmayınca kızgın, üzgün, sinirli ve gerginmişiz gibi anlaşılıyor. Bu nedenle emoji kullanmak zorunda kalıyoruz. Küs gibi algı oluyor. Emoji kullanmak gereklilik oldu artık. Türkçe'nin kurallarına uygun bir mesaj atılınca

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

sonundaki nokta da yanlış anlaşılıyor. Tripli olduğu çıkarılabiliyor. Emoji atmak samimiyet değil gereklilik bence” (G/10).

Emojilerin sanal iletişimleri samimi hale getirdiğini düşünen katılımcıların yanı sıra iletişimleri daha yapay ve samimiyetten uzaklaştırdığını belirtenler de olmuştur. Ancak her iki durumda da sanal ilişkilerin ve iletişimlerin kaygan zeminine odaklanan ifadelerle karşılaşmıştır. Emojilerin kullanılmadığı durumlarda, karşı tarafın neyi nasıl söylediği net bir biçimde algılanamamakta ve iletişimin anlaşılabilirliğini zorlaştırmaktadır. Ancak emojilerin gelişmiş güzel kullanılması halinde de karşıdaki kişinin duygu durumu ve samimiyetinden şüphe edilmektedir.

Takipçi Sayıları ve Statü İlişkisi

Modern dönemde insanların eskisine oranla daha “gerçekçi” davranma yoluna gittikleri görülmektedir. İlişkiler rasyonel hale getirilmekte ve ilişkilerin nitelikleri yerine ilişki sayıları önemsenmektedir. Niteliklerinden ziyade nicelikleriyle öne çıkan ilişkiler, alışveriş nesnelere gibi “sahip olunan” şeylere dönüşmüş haldedir (Fromm, 2017). Modern dönemin ağ toplumunda, sahip olunan ilişkiler çoğunlukla pragmatik durumlara hizmet eder ve kimi zaman yalnızca bir sosyal medya hesabına sahip olmak bile itibar kaynağı olarak görülebilmektedir (Günindi Ersöz, 2016). Kimlerle görüşüldüğü ve kimlerle bağ kurulduğu kişinin statüsüne etki etmektedir ancak günümüzde bundan daha ön planda tutulan şey, kişilerin kaç kişi tarafından “izleniyor” ve/veya “takip ediliyor” olduğudur. Takipçi sayısının çokluğu kişinin “önemli” olduğu yanlış anlamasına hizmet eder hale gelmiştir. Takipçi sayıları ve statü arasındaki ilişkiyi anlamak ve anlamlandırmak adına katılımcılara, “Sosyal medyadaki takipçi sayısı senin için ne ifade ediyor?” sorusu yöneltilmiştir. Statüyü arttırdığına yönelik cevaplar şu şekildedir:

Sosyal medyayı ne amaçla kullandığımla ilgili bir durumdur bu. Şahsi, bireysel bir insanım önemi yok. Bir markanın instagram hesabıysa önemlidir. Sosyal medyayı ticari amaçlı kullanırsan statü sağlar” (G/2). “Benim takipçi sayım az olduğu için bana bir şey ifade etmez ama birinin profiline girdiğimde incelediğimde takipçi sayısı fazlaysa şaşırmıyor ve etkilenmiyor değilim. Bence takipçi sayısı insanları fazlaca etkiliyor” (G/3).

“Kesinlikle önemli bir insanmış gibi hissettirir. Beni ne kadar çok kişi takip ederse o kadar beğenildiğimi ve önemsendiğimi hissederim. Bence takipçi sayısı çok önemlidir ve bir beğeni göstergesidir” (G/8). “Fazla takipçi sayısı beni önemli hissettirir. Beğenildikçe daha fazla şey paylaşmak isterim, daha fazla paylaşım yapmak ve kendimi göstermek isterim” (G/9).

“Kendimin önemli bir insan olduğumu zaten düşünüyorum. Belli alanlarda statü sahibiyim ama takipçi sayısı bence de statüyü etkiler. Takipçi sayın arttıkça hitap ettiğin kitle artıyor ve daha çok insana ulaşıyorsun. Günümüz dünyası sosyal medya üzerine kurulu olduğu için etkiliyor diyebilirim” (G/13).

Sosyal medyadaki takipçi sayısının bir statü göstergesi olduğunu ve sosyal medya kullanımının kişiyi önemli kıldığını düşünenlerin yanında, bu görüşe katılmayanlar da olmuştur:

“Bin tane vasıfsız kişi takip edeceğine on tane vasıflı kişi takip etse daha iyi olur. On tane vasıflı kişi, insana daha çok bilgi katar daha çok şey öğretir diye düşünüyorum açıkçası” (G/10). “Sadece tanıdıklarımı ve merak ettiğim ünlüleri takip ediyorum. Takipçi sayım artınca benim için bir şey ifade etmiyor. Takipçi sayısı ile statünün bir ilgisi yok bence” (G/11). “Beni hissettirmiyor. Bence beğeniler bir statü göstergesi değildir. İnsanlar parasıyla insan satın alıyorlar. Bir insanı üç milyon kişinin takip etmesi o insanı üç milyon kişinin tanıdığı ya da sevdiği anlamına gelmiyor benim düşünceme göre” (G/12).

Takipçi sayısı ve statü arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik olan bu soru, iki farklı konuyu işaret eder biçimde cevaplandırılmıştır. İlki, sosyal medyanın kullanım biçiminin statüye etki eden önemli bir konu olduğuna ve bu doğrultuda, takipçi sayısının önemli bir rolü olduğuna yöneliktir. İkincisi ise, takipçi sayısının kendileri için bir anlama sahip olmadığına ilişkindir. Bu anlamda takipçi sayısı kişinin tanınırlığına gönderme yaparken, onun sosyal ilişkilerinin güçlü olduğuna işaret etmemektedir. İlişki biçimleri, “beğenilme” meselesiyle sınırlandırılmış haldedir. Bu durumda, yakın ve sıcak ilişkiler önemini kaybeder.

Sosyal Medyanın Birleştiren Yönü

Günümüzde sosyal medya farklı amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır. Bu bakımdan sosyal medya kimi zaman birleştirici kimi zaman ise ayrıştırıcı olabilmektedir. Katılımcıların sosyal medyanın ne denli birleştirici bir mecra olarak gördüklerini anlamak adına onlara “Sosyal medyanın birleştirici yönü var mıdır?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların büyük kısmı, birleştirici bir platform olabileceğini belirtmiştir:

“Bence birleştirici bir şeydir çünkü sevdiklerinin neler yaptığını görüyorsun ve onlarla daha kolay iletişime, etkileşime geçebiliyorsun” (G/4). “Birçok insan sosyal medya aracılığı ile bir araya gelmekte, yıllar sonra birleşmektedir. Ben o amaçla kullanmasam da çoğu insanı birleştiren bir şeydir. Yıllardır görüşmediğimiz, konuşmadığımız insanlara ulaşma aracıdır. Bunların yanında sosyal yardım projelerinde de birleştirici rolü vardır” (G/6). “Bence birleştirici bir şeydir. Kötü durumda ya da yardıma ihtiyacı olan birinin çağrısı sosyal medya sayesinde çok hızlı ulaşıyor ve hemen yardım ediliyor. Kitap, giyecek sağlanıyor. Sosyal sorumluluk hemen hallediliyor” (G/11).

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

“Bir iş için kullanıyorsam ya da bir proje içinse birleştirici bir şey olabilir fakat bu bir sahte bütünleşme. Herkes evinde çay içerken, önemli gibi davranıyor. Yarı bütünleştirici yarı ayırıştırıcı diyebiliriz. Aslında birleştirici çok işlevde kullanılabilir ancak insanlar böyle kullanmıyor diyebilirim” (G/1).

Yukarıdaki ifadelerde G/1’in G/4, G/6 ve G/11’den farklı olarak sosyal medyanın birleştirici yönü olduğunu ancak bu yönün pratik yaşamda görünür hale gelmediğini ifade ettiği görülmüştür. G/1’in bu ifadesi, sanal ortamların sahte duygulardan oluştuğunu düşünmesinden kaynaklanmaktadır. Öyleyse bir sosyal ortamın suni duygulanım aracılığıyla dizayn edilmesi, birleştiriciliğe dair herhangi bir etkide bulunmamaktadır.

Sosyal Medya ve Yalnızlık

Sıklıkla, sosyal medyanın sosyalleştiren yönüne vurgu yapılmaktadır ancak sosyal medya kullanımının bireylerin birbirleriyle iletişime geçmesinin yanında ilişkileri daha yüzeysel hale getirmesi de söz konusudur. Kişiler arası bağlar daha hızlı kurulmakta fakat bununla birlikte hızlı biçimde de kopabilmektedir. Bauman’ın (2017) sözünü ettiği üzere ilişkiler kırılganlaşmaktadır. Bireyler hızla ve kısa süreli girilen ilişkiler sonrasında topluma ve toplumsal ilişkilere yabancılaşmaktadır. Her ne kadar sanal iletişimler, yüz yüze iletişimlerin bir alternatifi olarak görülse de aynı anlama gelmemektedir. Bireylerin yabancılaşması bunun en belirgin göstergesidir (Karagülle ve Çaycı, 2014). Yabancılaşmış bireyleri ve onların ilişkilerini anlayabilmek adına görüşmeler esnasında katılımcılara “Sizce sosyal medya insanları daha mı sosyal yoksa daha mı yalnız hale getirmektedir?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevaplarda sosyalleşme ve yalnızlaşmanın iç içe geçtiği bir durum söz konusudur:

“Eğer birey başkalarının hayatına çok özeniyorsa başkalarını görüp bu hayatı neden kendisinin de yaşamadığını sorguluyorsa yalnızlaşabilir. Bana göre sosyal medyanın hayatımda hiçbir etkisi yok ben sadece boş zamanımı geçirmek ve eğlence amaçlı kullanıyorum. Bireyi hem yalnızlaştırabilir hem de sosyalleştirebilir. Bence duruma ve şartlara göre bireyi hem yalnızlaştırır hem de birleştirir” (G/1). “Ruhu sosyal olan insanları sosyalleştirir. Beni pek etkilemiyor. Yalnızlaştırmıyor da sosyalleştirmiyor da. Bence bu biraz da insanın yaşam tarzıyla ve kişiliğiyle bağlantılı bir durum” (G/8). “Aslında bu kişinin kullanımına bağlı bir şey. Biriyle iletişimi sadece sosyal medyadan kurup gerçekte bir sosyalliği yoksa yalnızlaştırır fakat yalnız bir birey sosyal medya sayesinde iletişimde bulunuyorsa da sosyalleştir aynı zamanda” (G/10).

Sosyalleştiren ve yalnızlaştıran yönün bir aradallığını vurgulayan görüşlerin yanında, katılımcıların büyük çoğunluğu yalnızlaştırdığı noktasi üzerinde yoğunlaşmıştır:

“İnsanları yalnızlaştırır, ortamdan koparır. Farklı insanların yaptıklarını görüyorsun ve senin yapamadığını görüyorsun bu da insanı bunalıma, yalnızlığa sürüklüyor. Sanki herkesle yan yanasın ama dünyadan haberin yok gibi hissettiriyor” (G/4). “Bence yalnızlaştırır. Bir şey görüyorsun arkadaşına atıyorsun aslında bu bir etkileşim ya da sohbet gibi gözükse de telefona ya da bilgisayara bağlı bir iletişim. O anda yalnızsın ve bence insanlar sosyal medya ile telefona bağlılığı artmakta ve yalnızlaşmaktadır. Çevresiyle olan yüz yüze etkileşimini azaltmaktadır” (G/6). “Bence insanları yalnızlaştırıyor. Artık insanlar yan yana konuşacak şey bulamıyorlar sürekli internetten bir şeyler bakıyorlar. Muhabbetlerimiz bile sosyal medya üzerinden olmaya başladı” (G/7). “Herkes aslında dijital ortamın kendisini sosyalleştirdiğini zannediyor ama bence tamamen yalnızlaştırıcı bir şey. İnsanlarla yan yanasın ama sosyal medya ile uğraşıyorsun sürekli bu bir sosyallik değil” (G/9).

“Bence yalnızlaştırır. Sonuçta ne olursa olsun sen bir aletle iletişim halindesin. Yanında birisi yok ve yalnızsın. Gerçekten bir insanla etkileşim halinde değilsin. Gerçekten ne düşündüğünü ne hissettiğini yanında olan kişi anlayabilir. Bence kesinlikle yalnızlaştırıyor diyebilirim” (G/3). “Sosyal medya sosyal ortam içinde insanları yalnızlaştırır. Dışardan bakıldığında etrafında çok fazla insan varmış gibi sosyalmış gibi gözükabilir ama o paylaşımları sürekli tek başına bir odada yaşayan insan yapabilir ya da bir kafeye sadece fotoğraf çekilmek için gidiyor olabilir. Bu aslında ne kadar yalnız ve insanlara muhtaç olduğunu gösterir. Bana göre sosyalleşmek sohbet etmek, insanlarla bir araya gelmek demektir. Yani sağlıklı sosyalleşmeden anladığım bu” (G/12). “Bence sosyalleştirir gibi gözükse bile yalnızlaştırır. Üç yüz takipçim var ama toplasan on tanesiyle görüşüyorum” (G/14).

İnsanlarla kurulan iletişimlerdeki yakınlık, kurulan iletişimlerin sayısal karşılıklarıyla paralellik göstermemektedir. Sayısal olarak sosyal gözükten kişiler, katılımcılar tarafından yalnız kimseler olarak değerlendirilmiştir. Sanal sosyal ortamlarda sosyalleşen birey, yüz yüze ilişkilerden uzaklaşarak yapay bir ağın içine girmiş ve yalnızlaşmıştır. Bu bakımdan sosyal medya kullanımı insanları daha sosyal değil, aksine daha yalnız ve iletişim açısından daha kırılğan bir zemine yerleştirmektedir.

SONUÇ

Berger ve Luckmann (2018: 193-194), bireyleri etkileşim kurmaya ve toplumun üyesi olmaya eğilimli görür. Toplumsal yaşamda kurulan iletişimlere ve etkileşimlere ait süreçler, gündelik yaşamdaki anlamı inşa eder. Fail, yapıyla etkileşime geçerek anlamı oluşturma yoluna gider. Gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelen ve bu yolla eylemlerin gerçekleştiği alana dönüşen sosyal medya, toplumsal ilişkileri de önemli derecede etkilemektedir. Bu etkilenme, belki de en çok gençliğin iletişim kurma biçimlerini dönüştürmektedir. Çünkü sosyal ağlar içinde yeni iletişim alışkanlıkları edinen gençlik, bu ağlara bağlı kalarak sosyalleşmekte, iletişimler ve ilişkiler kurmakta; ilişkilerin yüzeyselliği karşısında yalnızlaşmaktadır. Modern

Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya: Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği

dünyada ağlar aracılığıyla temasta bulunmak, iletişime geçmek daha az çaba ve zaman isterken, ne kadar mesafe olursa olsun temasa geçmek kolay hale gelir; ancak bu temaslar ilişkilerin uzaklığına engel olamazlar (Bauman, 2018: 88-89). Sosyal medya, sayıca fazla iletişim kurmaya imkân tanıma yoluyla ilişkileri yüzeysel hale getirerek dışarıdan görünmesi güç ancak deneyimlenmesi muhtemel mesafeler üretmektedir.

Bu çalışmada, sosyal medyanın gençlerin sosyalleşmesi ve yalnızlaşması üzerine etkileri KTÜ öğrencileri özelinde ele alınmış olup sosyal medyaya ilişkin düşünceleri ve deneyimleri ekseninde; sosyal medyanın nasıl anlamlandırıldığı, ilişkiler üzerine ne gibi etkilerinin olduğu ve geniş ölçekte gündelik yaşantılarını nasıl etkilediği konuları ele alınmıştır. Öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümler ve cinsiyetleri fark etmeksizin sosyal medyanın sosyalleştirdiğine yönelik ifadelerde bulunduğu ve aynı zamanda yalnızlaştıran yönleri olduğuna işaret ettikleri görülmüştür. Araştırma bulgularında sosyal medyanın, yüz yüze etkileşimde bulunmayan insanları sanal ortamlarda bir araya getirdiği söylemine denk gelinmiştir. Katılımcılar bu kanal aracılığıyla paylaşımda bulunarak etkileşim sayılarını arttırmışlardır. Ancak, kurulan iletişim sayısı artarken iletişimlerin niteliği; paylaşılan durumların derinliği aynı oranda artmamıştır. Katılımcılar sosyal medyada konuştukları kişilere karşı güvensizliklerini dile getirmişlerdir. Aynı zamanda gündelik yaşantılarında yüz yüze etkileşimde buldukları aile üyeleri, arkadaşları olmak üzere birçok kişiyle aralarına görülmez mesafeler girmiş, sosyal medyanın yarattığı iletişim tarzı sıcak ilişkileri dahi soğuk, samimiyetsiz ilişkilere dönüştürmüştür.

Gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda öğrencilerin; sosyal medyayı bilgi edinme, bilgiyi paylaşma, arkadaş edinme ve arkadaşlıklarını sürdürme alanı olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, sosyal medya öylesine geniş bir alandır ki araştırmada yer alan katılımcılar günlerinin önemli bir zamanını burada geçirdiklerini söyleyerek aynı noktaya işaret etmiştir. Hatta bir kısmı, güne sosyal medyaya bakarak başlamaktadır. Gündelik yaşamda önemli bir rutin haline gelen ve dahası gündelik hayatın yaşandığı yer haline gelen sosyal medya, katılımcılar tarafından sıkça olumsuz etkileriyle beraber anlatılmaktadır. Bu mecralarda geçirilen süre nedeniyle katılımcıların yapılması gereken işlerini aksattıklarına, anlık paylaşım akışını takip ederken yorulduklarına ve her şeyden önemlisi ilişkilerinin zarar gördüğüne yönelik ifadeleri araştırmanın önemli çıktılarından. Bu ifadelerin temel noktası, sosyal medyanın toplumsal ilişkilerde bıraktığı hasardır. Öğrenciler, sosyal medyayı takip ederken, yüz yüze iletişimlerini göz ardı ettiklerinde sıklıkla çevreleri tarafından uyarılmaktadır. Bu durum

ise uzun vadede bu kişilerle ilişkilerinin yüzeyselleşmesine neden olmuştur. Yani bireyler; sosyal medyada kurdukları anlık iletişimlerle, yüz yüze gerçekleştirdikleri sıcak samimi ilişkilerini yüzeysel hale getirmiştir. Bu durum onları hem sosyal medya sahasında hem de yüz yüze iletişim durumlarında yalnızlaştırmıştır. Araştırma sonucunda, iletişim sayılarını ağlar sayesinde niceliksel olarak arttıran bireylerin sanal anlamda sosyalleşirken, reel anlamda yalnızlığı deneyimledikleri görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Ahmed, S. (2015). *Mutluluk Vaadi*. D. Mayadağ (Çev.). İstanbul: Sel.
- Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya. *Selçuk İletişim*, 9 (1), 410-428.
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 373-386.
- Aytaç, Ö. (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12, 231-260.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan Aşk: İnsan İlişkilerinin Dayanıksızlığı*. I. Ergüden (Çev.). İstanbul: Alfa.
- Bennet, A. (2018). *Kültür ve Gündelik Hayat*. N. Tokdoğan, B. Şenel, U. Y. Kara (Çev.). Ankara: Phoenix.
- Berger, P.L., Luckmann, T. (2018). *Gerçekliğin Sosyal İnşası*. V. S. Öğütte (Çev.) Ankara: Atıf.
- Böke, K. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Alfa.
- Burak, H. (2016). Lise Çağındaki Ergenlerin İnternet Kullanımlarının Sosyalleşmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Büyükaslan, A., Kırık, A. M. (2013). *Sosyalleşen Birey Sosyalleşen Medya*. Konya: Çizgi.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem.

**Gençlerin Sosyalleşme ve Yalnızlaşma Deneyimleri Açısından Sosyal Medya:
Karadeniz Teknik Üniversitesi Örneği**

- Chayko, M. (2018). *Süper Bağ(lantı)lı*. B. Bayındır, D. Yengin, T. Bayrak, (Çev.). İstanbul: Der.
- Dilmen, N. E., Öğüt, S. (2010). Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları. *Marmara Üniversitesi Yeni Medya ve Etkileşim Konferansı Bildiri Kitapçığı*, 237-242.
- Fromm, E. (2017). *Sahip Olmak ya da Olmak*. A. Arıtan (Çev.). İstanbul: Say.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. Cemal Güzel (Çev.). İstanbul: Kırmızı.
- Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme. *Electronic Turkish Studies*, 10(2), 389-410.
- Günindi Ersöz, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanma Alışkanlıkları: Sosyoloji Bölümü Öğrencileri Örneği, *Journal of Sociological Studies/Sosyoloji Konferansları*, (53), 303-325.
- Halbwachs, M. (2019). *Kolektif Bellek*. Z. Karagöz (Çev.). İstanbul: Pinhan.
- Illouz, E. (2018). *Soğuk Yakınlıklar: Duygusal Kapitalizmin Şekillenmesi*. Ö. Ç. Aksoy (Çev.). İstanbul: İletişim.
- Kağıtçıbaşı, Ç., Cemalcılar, Z. (2014). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar*. İstanbul: Evrim.
- Karagülle, A. E., Çaycı, B. (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 4 (1), 1-9.
- Karaoğlu, N., Avşaroğlu, S. ve Deniz, M. E. (2009). Yalnız mısınız? Selçuk Üniversitesi Öğrencilerinde Yalnızlık Düzeyi ile İlgili Bir Çalışma. *Marmara Medical Journal*, 22(1), 19-26.
- Lethen, H. (2017). *Soğuk Temas: İki Savaş Arasında Almanya'da Yaşama Deneyleri ve Mesafe Kültürü*. T. Birkan (Çev.). İstanbul: Metis.
- Olgun, B. (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 4, 12, 484-507.
- Özdemir, G., Gökdağ, R., Neslihanoglu, S. (2019). Sosyal Medyada Emoji Kullanımı ve Anlamlandırılması: Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği. *Selçuk İletişim Dergisi*, 12(1), 425-443.
- Schütz, A. (2018). *Fenomenoloji ve Toplumsal İlişkiler*. A. Akan, S. Kesikoğlu (Çev.). Ankara: Heretik.

Simmel, G. (2015). *Bireysellik ve Kültür*. T. Birkan (Çev.). İstanbul: Metis.

Solmaz, B. (2012). Yeni bir İletişim Örneği Olarak Sosyal Medya Kullanımı ve Konya Kadın Dernekleri Örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 183-189.

Tan, M. (2019). *Arkadaşlığın Sosyolojisi: Değişen Arkadaşlık İlişkileri Üzerine Bir Araştırma (Mardin Örneği)*. İstanbul: Hiperlink.

Uça-Güneş, E.P. (2016). Toplumsal Değişim, Teknoloji ve Eğitim İlişkisinde Sosyal Ağların Yeri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 191-206.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.

İnternet sitesi: <https://wearesocial.com/digital-2020>