

## YENİ MEDYA BAĞIMLILIĞINDA PHOTOLURKING SONUCU ORTAYA ÇIKAN DİJİTAL ŞİDDET ÜZERİNE BİR İNCELEME

Ruken ESEN

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

rukeneesen@stu.aydin.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-6252-6839>

Deniz YENGİN

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

denizyengin@aydin.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-6846-0770>

<b>Atıf</b>	Esen, R. ve Yengin, D. (2021) Yeni Medya Bağımlılığında Photolurking Sonucu Ortaya Çıkan Dijital Şiddet Üzerine Bir İnceleme, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5 (2), 156-171
-------------	---

### ÖZ

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte geleneksel medyanın yerini artık yeni medyaya bıraktığı bir döneme geçilmiştir. Yeni medya toplumunda iletişim, yayılım ve etkileşim kaçınılmaz bir hıza sahip olmuştur. Bireyleri tamamen kendine bağımlı bir hale getiren yeni medya insani tüm hazları da içerisinde barındırmaktadır. Sosyal medyanın bu denli bağımlı bir şekilde kullanılmasıyla davranışsal bozukluklar ortaya çıkmıştır. Bir dijital hastalık olan photolurking, internette saatlerce fotoğraflara bakma anlamı taşımaktadır. Bu hastalık bağlamında birey haz duyduğu şeyden artık doyum alamamakta ve ortaya dijital şiddet çıkmaktadır. Şiddeti uygulayan birey kendi içerisinde bir haz duygusu yaşarken şiddete maruz kalan sosyal medya kullanıcıları psikolojik yönden etkilenmektedir. Yapılan bu çalışmada teknolojik bir hastalık olan photolurking incelenerek ortaya çıkan dijital şiddetin çözümlemesi yapılacaktır. Örneklem olarak yapılan araştırmalar sonucu dijital şiddete en fazla maruz kalan influencer Duygu Özaslan'ın, sosyal medya uygulaması olan Instagram üzerinden yaptığı paylaşımları incelenecektir. Kullanımlar ve doyumlar kuramı bağlamında içerik analizi yöntemi ile çalışma yapılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni medya bağımlılığı, Photolurking, Dijital şiddet.

## A STUDY ON DIGITAL VIOLENCE CAUSED BY PHOTOLURKING IN NEW MEDIA

### ABSTRACT

With technological development, the traditional media has been evolved into new media. Communication, dissemination and interaction have inevitably accelerated in the new media society. The new media, which makes individuals completely dependent, also consists of all kinds of human pleasures. Behavioral disorders have occurred with the use of social media in such a dependent way. Photolurking, a digital disorder, means looking at what other people post for hours. In the context of this disorder, the individual is no longer satisfied with what he/she enjoys before and so digital violence emerges. While the individual who commits violence feels pleasure, the social media user who is

exposed to violence can be affected psychologically. In this study, the analysis of photolurking, a technological disorder, and the consequential digital violence will be analyzed. As a result of researches made of a sample the shares of influencer Duygu Özaslan who was exposed to the most digital violence, on Instagram which is a social media application will be examined. In the context of uses and gratifications theory, the study will be done with content analysis method.

**Keywords:** *New media dependency, Photolurking, Digital violence.*

## GİRİŞ

İletişim, insanlık tarihi boyunca yaş, cinsiyet, din, dil, ırk gibi hiçbir farklılık gözetmeksizin en gerekli ihtiyaç olmuştur. Birey gerek geleneksel medya gerekse yeni medya döneminde daima bir iletişim, bilgi edinme etkileşime gerek duymuştur. Yazı zamanla evrilmeye başlamış, insanların bilgi edinme, öğrenme ve içerik üretme gibi ihtiyaçlarına cevap verir nitelikte olmuştur. Böylelikle geleneksel medya dediğimiz tek yönlü iletişim zamanla yerini yeni medyaya bırakmıştır. Tamer Bayrak bu duruma sebep olarak şunu belirtmiştir: “*İnsanlar iletişim kanallarının tek yönlülüğüne tahammül edememektedir. İnsanlar sürekli olarak yapılmakta olan bilgi aktarımına dahil olmak ve hatta müdahale etmek istemektedir. Bu nedenle konvansiyonel medyanın sahip olduğu tek yönlü iletişim modeli yerini hedefin de sürece dahil olduğu yeni medya modeline bırakmıştır. Günümüzde artık hedef de kaynağa bilgi aktarmaktadır ve bu geri dönüşler (feedback) sayesinde bilgi oluşum süreci, iletişim tarihinin en hızlı ve en kısa sürelerine ulaşmıştır*” (Bayrak, 2017: 33). Teknoloji gelişip evrilmeye devam ettikçe insanlık artık tamamen yeni medya ve sosyal medya üzerinden bilgi alışverişi yapmaya başlamış, burada kendi içeriğini oluşturarak dolaşıma sokmuştur. Bu sayede sosyal medya artık kimi zaman bir tartışma ortamı kimi zaman farklı kültürlerden ve dillerden insanların mesafe gözetmeksizin bir araya gelmesine olanak sağlamıştır. Yeni medya insanların hayatında bu denli büyük bir yer etmesiyle birlikte birtakım problemleri de beraberinde getirmiştir. Bireyin bağımlı olma durumu dediğimiz ve günümüzde fazlaca görülen bu durumun en büyük sebeplerinden bir tanesi de teknolojiyle bu kadar iç içe olmaktır. Birey artık teknolojiye ve içerisinde barındırdığı iletiye bağımlı bir hale gelmiştir. Tayfun Uzbay bağımlılıkla ilgili şu tanımları yapmıştır: “*Bağımlılık; bir nesneye, kişiye ya da bir varlığa duyulan önlenemez istek, bir başka iradenin güdümü altına girme durumudur*” (Uzbay’dan akt. Yengin, 2019: 130).

Toplumların var olması etik ve sosyal normlara dayalıdır. Fakat teknoloji bu iki etkeni pek göz önüne almamaktadır. Kitle iletişim araçları ve teknoloji empati ve etikliğin dışında daha çok etkileşim ve dolaşımı gerçekleştirmek istemektedir. Teknoloji bireyleri simüle ederek mutluluğa ve hazzı götürmeyi tercih etmektedir. Bu bağlamda oluşan teknoloji bağımlılığı toplumu fazlaca içine çekmektedir. Teknoloji sayesinde etkileşim gücünü ele alan toplum istenmeyen sonuçlar meydana geldiği sırada sorumluluk almayı istememektedir (Leonhard, 2018: 39). Örneğin Instagram üzerinde paylaştığımız bir gönderinin aldığı beğeni veya attığımız bir tweetin aldığı paylaşım oranı bizleri yüceltmekte ve mutlu etmektedir. Bunun yanı sıra platformları ücretsiz kullanma karşılığında kişisel verilerimizi bu şirket sahiplerine sunmaktayız. Bu sahip şirketlerin temelinde de kullanıcıyı sermaye olarak görmek yatmaktadır. Bizlere bu ulaşım kolaylığının sunması sonucuyla kullanıcı bir teknoloji bağımlısına dönüşmektedir. İnternet ve teknolojiyle bu denli iç içe olan toplumda bağımlılık pateni görülmesi kaçınılmaz bir hale gelmektedir. Teknoloji bağımlılığı gerek mental olarak gerekse fiziksel olarak bireyleri etkilemektedir. “*Bilgisayar, internet ortamı, kimlik değişimine izin vermektedir. Bu da kendine özgü bir coşkunluk (high) hali yaratır*” (Tarhan & Nurmedov, 2019: 70). Alınan beğeni ve takip oranları bireylerde bir özgüven yaratarak aldığı doyum ve haz sonucu teknoloji bağımlılığının artmasına neden olmaktadır.

Yeni medya artık insanlar içinden giyilir ve taşınır hale gelmiş bu durumda bireyler yeni medya bağımlılığını kaçınılmaz hale getirmiştir. Nesnelere birlikte insanlarda dijitalleşmeye başlamış ve buna bağımlı hale gelmişlerdir. Arkadaşlarla bir arada bulunma, aileyle paylaşım ve hatta bireyin kendisiyle paylaşım durumu bile artık dijitalleşmiş ve sosyal medyada paylaşım halini almıştır. Bu bağlamda toplumu ve kullanıcıyı çevrimiçi ağlarla destekleyen dijital medya gittikçe artan yetkinliğiyle iki farklı iletişim türü olan çevrimiçini ve kitle iletişimini birbiriyle iç içe sokarak yakınlaştırmaktadır (Alyanak (2014: 139) akt. M. Binark. İstanbul: Ayrıntı Yayınları). Bireyin yeni medyaya bağımlı olma durumu artık yüz yüze sosyalleşmeyi geride bırakarak tamamen teknolojinin getirdiği yeniliklere çok çabuk

adapte olup, hayatı tamamen burada yaşamaya başlamasıyla ortaya çıkmıştır. Bireyler günümüzde eğlenmek, gezmek, yeni yerler keşfetmek, yemek, müze, konser, festival, spor karşılaşmaları vb. sosyal ortamlarda bulunmak, spor yapmak, kitap okumak, tek başına kalmak gibi fiziken ve ruhen iyileştirebilecek tüm aktivitelerin sosyal medya hesaplarında paylaşılmak için yapılmaya başlanması ve bu paylaşımların ciddi bir şekilde dolaşıma girerek takibe alınması yaşanan ortak bir durumdur. (Olçay, 2018: 91). Bireyler yaşanan bu durum sonunda artık var olan kimliklerinden ziyade sosyal bir kimlik elde etmektedir. Yeni medya bağımlılığı dediğimiz durum kişilerde bir sosyal medya bağımlılığı da yaratmaktadır. Her şeyi anında paylaşma ve paylaşılan her şeye anında ulaşma isteği duymaktadır. Kişideki bu bağımlılık o an ne hissettiğinden ziyade sosyal medyada nasıl gözükmek istediği gibi bir duygu oluşturmaktadır. Kendi benliğini bir kenara bırakarak sosyal medyada kendine oluşturduğu kimlik bağlamında hareket etmektedir. Birey toplumun da buna inanmasını bekler. Herhangi bir kimse bir rol canlandırırken gözlemcilerin bu rolün doğruluğunu kabullenmesini beklemektedir. İzlettikleri bu karakterin niteliklerine gerçekten sahipmiş gibi gözükmek için açacağı sorunlarında gerçekçiliğine inanmalarını bekler ve toplumun aslında her şeyin görüldüğü gibi olduğunu kabul etmesini talep etmektedir (Goffman, 2009: 29). Birey kullandığı sosyal medya uygulamasında yarattığı kimlikle genel olarak günlük hayatında aynı yaşamamaktadır. Beğeni duygusu denilen hazzın yaşanması adına bireyler genel olarak bu bağlamda hareket ederler. Yarattıkları kimliğinde toplum tarafından beğenilmesini ve inanılmasını istemektedirler. Yeni medyanın en önemli özelliklerinden birisi olan etkileşim bu noktada devreye girmektedir. Medya ortamında her şeye anında ulaşım olarak; etkileşim her yerde hazır olma durumu olarak tanımlanmaktadır (Yengin, 2014: 134). Kullanıcıların bu bağlamda ulaştıkları haz yeni medyanın özelliklerinin varlığını gözler önüne sermektedir. Etkileşim, sanallık, dijitallik gibi yeni medyayı oluşturan özellikler; bireylerin hayatlarında medyaya ve kitle iletişim araçlarına düşkünlüğüne sebep olmaktadır. Çünkü günümüz itibarıyla paylaşımların hızlı dolaşıma girmesi, istenilen her şeye hemen ulaşım gibi iletişimi daha da kolaylaştıran unsurlar kullanıcıyı cezbetmektedir.

Yeni medya bağımlılığı genel olarak kullanımlar ve doyumlar kuramıyla ilişkilendirilmektedir. Birey mobil telefonla veya diğer teknolojik aletlerle bağlandığı sosyal medya uygulamasını kendisine bir kaçış olarak görmektedir. Kuram bağlamında kişiler herhangi bir sosyal medya uygulamasını kullanmakta, bundan doyum ve haz almaktadır. *“İzleyiciler birtakım ihtiyaçlarını gidermek için medya içeriklerini kullanırlar. Bu kullanımlar sonucunda izleyicinin ihtiyacı giderilmiş yani ihtiyaç doyurulmuş dolayısıyla da izleyiciler ihtiyaçları yönünde medya içeriklerini kullanarak doyuma ulaşmış olurlar”* (Yaylagül, 2018: 72). Bu noktada bireylerde bir zaman sonra davranışsal bozukluklar meydana gelebilmektedir. Kişi günlük ihtiyaçlarının dışında hayatını tamamıyla teknoloji ve sosyal medyaya bağlı bir şekilde geçirmesiyle ortaya dijital hastalıklar çıkmaktadır. Tamamen dijitale dönüşen dünya bireyleri her konuda aşırılığa sürüklemektedir. Kendini internet ve sosyal medya kullanımında sınırlandıramayan bireylerde söz konusu olan bu aşırılık durumu psikolojik ve sosyal birçok soruna neden olmaktadır. *“Dijital hastalık; dijital ortam kullanımı sonucunda; organizmada birtakım değişikliklerin ortaya çıkmasıyla sağlığın bozulması durumudur”* (Yengin & Bayındır der. Karadağ, 2019: 104). Bu bağlamda ortaya çıkan hastalıklardan birisi de photolurking dediğimiz bir sosyal medya uygulaması üzerinden saatlerce fotoğraflara bakmaktır. Birey hesabın kullanıcılarını tanıyıp tanımamasını gözetmeksizin saatlerce profilinde gezerek fotoğraflarını incelemekte ve bunun sonucunda zamanında nasıl geçtiğini anlamamaktadır. Sosyal medya kullanıcılarındaki anlık çek – paylaş mantığı bu hastalığı insanları daha da tetiklemektedir. Dijitalleşmenin evrilmesiyle birlikte kullanıcılar artık hayatı sosyal medyada yaşamaktadır. Instagramın keşfet bölümü sanında milyonlarca insanın gönderisini dolaşıma sokmasıyla bireylerde photolurking hastalığı da hızını artırmaktadır. Bu durum sonucunda kullanıcılar aldıkları doyum ve hazdan hep daha fazlasını beklemeye başlamakta ve bunun sonucunda etik olmayan davranışlar sergilemektedir. Photolurking sonucu ortaya çıkan dijital şiddet dediğimiz psikolojik etki bağımlı olan bireyin an yaptığı her ne ise paylaşmadan duramayan veya paylaşmadığında kendisini eksik hissetmesine neden olan bir etkidir. Bunun yanı sıra paylaşımlardan olumsuz geri dönüşler aldığıda karşı tarafa aynı şekilde psikolojik açıdan olumsuz geri bildirimde bulunmasına neden olmaktadır. Bireyler zamansız/süresiz bu takibi yaptığı müddetçe insan varlığı teknolojik bağımlılık tarafından etki altına alınmaya devam edecektir (Olçay, 2018: 91). Dijital şiddet, bireyin sosyal medyada fotoğraflarına saatlerce baktığı kişiye kimi zaman kendi profilinden kimi zamansa anonim bir profilden etik dışı bir dille psikolojik saldırı yapmasıdır. Karşı tarafın etkilenme durumunu düşünmeksizin o an aldığı doyumunu daha fazla haza ulaştırmak istemektedir.

Makalede photolurking hastalığının ne olduğuna değinilerek bunun sonucunda oluşan dijital şiddetin farklı Instagram kullanıcıları üzerinden içerik analizi yapılacaktır. Çalışmanın başında iletişim ve sonrasında yeni medyaya geçiş incelenecektir. Bu noktada yeni medya bağımlılığı ve sosyal medya ilişkisi bağlamında bireylerin yaklaşımı kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile ilişkilendirilecektir. Araştırmanın devamında değindiğimiz bu terimler doğrultusunda bağımlılık sonucu ortaya çıkan dijital şiddet kavramı tanımsal olarak araştırılarak bireyler üzerindeki etkisi ve ortaya çıkışı incelenecektir. Dijital şiddetin ilişkili olduğu dijital hastalıklardan bir tanesi olan photolurking hastalığı araştırmanın devamlılığını oluşturmaktadır. Photolurking hastalığı incelemesi sonucu ele alınan örneklem ise influencer Duygu Özasan olacaktır. Yaptığımız araştırmalar sonucunda vardığımız bir bilgi olarak photolurking hastalığına yakalanan kullanıcılar tarafından uygulanan dijital şiddet istatistiksel verilere göre en fazla Duygu Özasan'a yapılmaktadır. Sosyal medya uygulaması olan Instagram üzerinden Özasan'ın hesabında yaptığı paylaşımlar baz alınarak bir araştırma tablosu oluşturulacaktır. Bu tabloda yer verilen gönderi ve yorumlar incelenerek her birine ayrı ayrı sonuçlar belirlenecektir. Bunun yanı sıra Özasan'ın bu konudaki yaklaşımına da yer verilerek çalışma tamamlanacaktır. Sonucunda bu dijital hastalık üzerine neler yapılabilir konusu tartışılarak bir farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır.

### **KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI**

İletişim tarihi boyunca farklı düşünürler ve farklı kuramlar tartışılmıştır. Genel olarak insanın sosyal ve psikolojik yaşamı ve ihtiyaçları doğrultusunda olmuş ve kabul görmüştür. Bir anlam yaratma faaliyeti olan iletişim tarih boyunca toplumsal bir bağlam içerisinde gerçekleşmiştir. Bu bağlam doğrultusunda da bireylerin yaşam şekline göre farklı yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. *“İletişim alanındaki kuramcılar, bireyler ve kitlelere dair çeşitli görüşler öne sürmüşlerdir. Örneğin Katz (1959) yapmış olduğu iletişim çalışmalarının da bireyin iletişim araçları ile ne yaptığına dikkat çekmekte, iletişim araçlarının bireye ne yaptığı sorunsalını geri planda tutmaktadır”* (Ormanlı & Yengin, 2020: 85). Geçmişten bugüne tüm düşünürlere yol gösterici olan yaklaşımlar günümüzde de hala iletişim çalışmalarına katkıda bulunmaktadır. Teori olan kuramlar herhangi bir konu hakkındaki görüş ve düşüncelerin bütününe kapsamaktadır (Yengin, 2017: 17).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, izleyicinin kullandığı iletişim araçları karşısında aktif veya pasif olma durumlarını esas almaktadır. Yaklaşımda birey iletişim araçlarını kullanmada doğrudan yetkiye sahiptir. Buna bağlı olarak izleyici genel olarak aktif konumdadır. Günlük hayatta bireyin birçok ihtiyacı bulunmaktadır. Bu ihtiyaçları karşılama doğrultusunda kitle iletişim araçlarına yönelmektedirler. Eğlence, bilgi edinme, okuma vb. ihtiyaçları karşılayarak bir doyuma ulaşması yaklaşımın sonuçlarından birisini ortaya koymaktadır. Psikolog Elihu Katz *“İnsanlar medya ile ne yapıyor?”* tartışması bağlamında bu yaklaşımı ortaya çıkartmıştır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında, medya içeriği ile izleyici arasında işlevsel bir ilişki olduğu genel bir yargı olarak kabul edilmiştir (Yaylagül, 2018: 72). Bireyler kullandığı iletişim araçları ile ihtiyaç duyduğu şeyleri karşılayabilmekte ve bu doğrultuda bir doyuma ulaşmaktadır. Bunun sonucundan da iletişim araçlarının kullanımının bireyin yetkisine bağlı olduğu gözlenmektedir. Örnek verecek olursak birey bilgi edinme ihtiyacını karşılamak için bir haber kanalı izlerken, diğer birey eğlence ihtiyacını karşılayabilmek için tv programı izlemektedir. Görüldüğü üzere birey kitle iletişim aracı olan televizyonu kendi ihtiyacını doyuma ulaştırmak için kendi yetkisinde kullanmaktadır. Geleneksel medyadan yeni medyaya geçişle birlikte dijital platformlar daha çok bireyin ihtiyaçları doğrultusunda şekillenmeye başlamıştır. Tüketim ve davranışa yönelik çözümler üreterek içerik yaratılmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı da izleyici merkezli olduğundan bireyin ihtiyaçları ve tatmin duygusu yönünde şekillenmektedir. Rosengren bu yaklaşıma yönelik çalışmalarında *“izleyici gereksinimlerini”* ön plana çıkarmıştır. *“Bu yaklaşımda bireyin gereksinimleri ve bunları doyurma ya da tatmin etme yöntemlerini şartlandıran ekonomi – politik çevreyi oluşturan sınıfsal koşullar ve bakış açıları ihmal edilir. Bunun dışında insanların kendi istek ve ihtiyaçları ‘evet’, ‘hayır’ ve ‘belki’ şeklinde verilen cevaplara indirgenmiştir”* (Rosengren akt. Yaylagül, 2018: 73). Bireyler izledikleri yayınları ve okudukları paylaşımları kendi istek ve ihtiyaçlarına yönelik yorumlamaktadır. Bu doğrultuda izleyicilerin kendi öznel yaklaşımları da ortaya çıkmaktadır. İzleyiciler kendi öznelliklerine yönelik çıkardıkları mesaj ile ihtiyaç duydukları doyuma ulaşmış olmaktadır.

Bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için medyaya yönelmesiyle sosyoekonomik – kültürel yaşantıları arasında da bir bağ bulunmaktadır. Kişi kendi gerçek yaşamında sahip olduğu imkanlar doğrultusunda neye ihtiyacı olduğuna karar verir ve bu doğrultuda bir doyuma ulaşmayı hedefler. Günlük hayatının büyük çoğunluğunu evde geçiren bir bireyin çevresinde olup bitenleri öğrenme ihtiyacını karşılaması için televizyonu daha çok tercih etmesinin yanı sıra toplumsal çevreyle daha iç içe olan ve çalışan bir bireyin bu ihtiyacını karşılamak için medyaya ihtiyaç duymayarak sosyal ortamından edinmesi kaçınılmaz bir gerçektir (Güngör, 2018: 133). Birey günlük hayatta karşılaştığı sorunlara çözüm ve doyum olarak genel anlamda medyaya yönelmektedir. Örneğin sanal ortamda oyunlara katılmak, internet üzerinden alışveriş yapmak, televizyondan haber izlemek gibi birçok ihtiyacını kitle iletişim araçlarından karşılamakta ve doyuma ulaşmaktadır. 2018 yılında yapılan bir çalışmaya göre bireyler sosyal medya uygulaması olan Instagramı fotoğraf ve video paylaşmak, sıkıldığında zaman geçirmek ve gruba aitlik hissi oluşturmaktan kaynaklı kullandığını belirtmiştir. Bu çalışmada Instagramın insanlara ne yaptığından çok, insanların Instagramla ne yaptığını ve hangi doyumlara ulaştığını araştırmak amaçlanmıştır (Yayla, 2018: 60). Sosyal medya kullanıcıları ve diğer kitle iletişim araçlarından ihtiyaçları doğrultusunda doyuma ulaşmak isteyen kullanıcılarda yaşanan olumsuz bir durum dijital şiddettir. Doyuma ulaşan birey psikolojik haz bağlamında dijital bir şiddet uygulamaktadır. Bu durum Güngör'ün bahsettiği gerçek hayatta sahip olduğu imkanlarla farklı doyumlara ulaşmak istemesiyle ilişkilendirilmektedir.

## YENİ MEDYA BAĞIMLILIĞI

Yeni medya kavramı çeşitli kanallara sahip ve iletişimin gerçekleşmesini en kolaya indirgeme ihtiyacıyla ortaya çıkmıştır. Bireylerin istediği bilgiye istediği zamanda ulaşması bağlamında gerek kurumsal gerekse kişisel iletişimin çok hızlı ilerlemesi yeni medyanın işlevlerini gözler önüne sermektedir. Dijitalleşme dönemiyle birlikte elektronik çağ yerini artık dijital ve daha hızlı bir hayata bırakmıştır. Mesajın ve içeriğin paylaşım ortamının değişimiyle birlikte hayatımıza gelen yeni medya kavramsal değil ortamsal bir yeniliktir. İnteraktif, bütünsel ve etkileşimli bir iletişim ortamı olanağı sağlayan yeni medya bu bağlamda içerisinde birçok yeniliği de kapsamaktadır. Yeni medya ile yaşanan değişiklikler bireyin yaşam tarzını, iletişim süreçlerini ve bununla birlikte birçok şeyi değiştirmeye devam etmektedir (Yengin'den akt. Öztürk, 2015: 289). Bireylerin sosyalleşmesini ve kendi içeriğini üretir hale gelmesini sağlayan yeni medya bu nedenle içerisinde sosyal medyayı da barındırmaktadır. Sosyal medyanın kolay ulaşılabilir olması, hızlı iletişim imkanı ve çift yönlü olması kullanıcıların tercih etme nedenleri olarak sıralanmaktadır. Kullanıcıların bu denli sosyal medyanın içerisinde olması zamanla olumsuz etkilere sebep olabilmektedir.

Küreselleşmenin neredeyse tüm dünyayı kapsadığı bu dönemde iletişim kültürü de değişime uğramıştır. İnternetinde beraberinde getirdiği bu dönüşüm hızlı yayılımı sağlamakta ve bireyleri yeni medyanın içerisinde tamamen çekmektedir. Yeni medyanın bir kolu sosyal medyada bu noktada devreye girmektedir. Aralarındaki ilişkinin fazlasıyla kuvvetli olduğu bu iki kol günümüzde hemen her bireyi etkisi altına almaktadır. Yaş, dil, cinsiyet gibi hiçbir farkı gözetmeyen yeni medya herkese hizmet verebilecek güce sahiptir. İçerisinde bulunan sosyal medya ise başlarda daha çok genç kesime hitap ediyor olsa da günümüzde her yaşta her kitleden insan sosyal medyanın içerisinde yer almaktadır. Bu noktada sosyal medya öteki adıyla yeni medya şeklinde anılmaktadır. Bu ortam bireye internet üzerinde yer ve zaman kısıtlaması sunmaksızın duygu ve düşüncelerini aktarma imkanı sunmaktadır. *“Kişiler yeni medya dediğimiz sosyal medyada günlük düşüncelerini dile getirmekte ve bu düşüncelerini belli ortamlarda tartışabilmekte, bulunduğu ortamda yeni fikirler ortaya çıkarabilmektedirler”* (Aydın, 2016: 374 – 375). Bu noktada karşılıklı dinamik ve etkili iletişimi baz alan yeni medya ve sosyal medya arasındaki ilişkinin ne kadar kuvvetli olduğu ortaya çıkmaktadır. Bireyler bu ilişki bağlamında duygu ve düşüncelerini aktarmakta, herkesin paylaşımına açık platformlara erişim imkanı sunmaktadır.

Yeni medya bağımlılığı dediğimiz ve günümüzde de toplumda neredeyse iki insandan birisinde rastladığımız problemi ortaya çıkartmaktadır. *“Sosyal medya bir yandan da giderek yalnızlaşan ve kendini kolay ifade edemeyen insandan; popüler olup toplumu kolay yönetebilen, bilgi verebilen insana kadar geniş yelpazede herkese söz hakkı sağlayan yeni bir platform olarak kabul edilmektedir”* (Aydemir, 2014: 63). Bireyler günlük hayatlarında yalnızlaşarak tamamen sosyal medyada yaşamaya

başlayarak hayatı oradaymış gibi görmektedir. Bu durum da yeni medya ve sosyal medyanın yarattığı bağımlılığı tam olarak ifade etmektedir. Zaman ve mekan sınırlaması olmadan orada bir dünya yaratılmakta; paylaşımlar, tartışmalar ve içerik üretimleri yapılmaktadır. Yeni medya bu bağlamda kullanıcının yönettiği bir mecra haline gelmiştir. Yeni medya bağımlılığı yaş, cinsiyet, ırk gibi kişisel özellikler gözetmeksizin ulaşabilen hemen herkeste ortaya çıkan bir durum haline almaya başlamıştır. Sosyal medya uygulamalarının yanı sıra televizyon programlarının ve haberlerin internet üzerinden takip edilmesi, dizilerin oradan izlenmesi, bloglar ve köşe yazılarının okunması ve hatta gazete alımının artık durması ve internet gazeteciliğinin tercih edilmesi gibi birçok yeni medya bağımlılığının yaşandığı durumları sıralayabilmekteyiz. *“Sanal alıştırıcı olan bilgisayarın ve internet ortamının fizyolojik bağımlılık yaptığı bugün artık kesinlik kazanmıştır”* (Tarhan & Nurmedov, 2019: 66). Kullanıcıların düşündüklerinden daha fazla internette zaman geçirmeleri, aldıkları keyiften hep daha fazlasını beklemeleri, günlük hayattaki yalnızlıktan ve problemlerden kaçma isteği gibi etmenler yeni medya bağımlılığının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte belli bir eğitim seviyesi gerektiren bilgisayar ve internet kullanımı artık bu farkı ortadan kaldırmıştır. Bu bağlamda sosyal medya uygulamaları, internet oyunları gibi herkesin kolaylıkla ulaşabildiği dijital ortamlar bireyde bozukluklara yol açmaktadır. İnternetin ortaya çıkmasıyla birlikte çok kanallı iletişim ortamları medya bağımlılığı olgusunu da güçlendirmiştir (Bayındır & Yengin ed. Karadağ, 2019: 103). Yeni medya bağımlılığının belirtilerine uykusuzluk, sorumluluklarını yerine getirememe, çevreden uzaklaşma gibi maddeleri sıralayabiliriz. Bunların sebebi de yine bahsettiğimiz gibi yeni medyanın kolay ulaşılır ve sürükleyici olmasıdır.

Yeni medyanın ana izlenimi tüm ihtiyacı karşılaması, kullanıcıya haz ve doyum vermesi, interaktif olup bireye katılım hakkı vermesi oluşturmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyanın kullanıcıya yeni zevkler benimsetmesi, yeni hazlar vermesi, yeni dünyaların keşfedilmesi yönünde bir işlevsellik sağlamaktadır (Zeybek der. Yengin, 2015: 364). Bu bağlamda yeni medya ve sosyal medya bağımlılığını kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıyla ilişkilendirmek mümkün olacaktır. Bu yaklaşım bağlamında birey tükettiği şeylerden belli bir doyum almaktadır. Aldığı doyum sonucu ulaştığı haz hep daha fazla beklentiye girmesiyle yeni medya bağımlılığı ortaya çıkmaktadır. Birey zamanla bu bağımlılıkla birlikte hayatı sosyal medyada yaşamaya başlar ve kendisiyle baş başa kalmaktan tamamen uzaklaşır. İnsanların hayatını takip ederek yaşamak bir kenara kendi hayatını da sosyal medyada benimsediği kimlik doğrultusunda yaşamaya başlamaktadır. Newport bireyin kendi yalnızlığından yoksun kalmasına şöyle bir tanım yapmıştır; *“İnsanın kendi düşünceleriyle baş başa, başka zihinlerin girdilerinden azade bir halde neredeyse tek bir dakikasının bile olmamasıdır”* (Newport, 2019: 100). Zamanla bireyler artık kendi hayatlarından daha çok sosyal medyada takip ettiği kişilerin hayatını yaşamaya başlamaktadır. Kim, ne zaman, ne paylaşmış, gibi birçok soruya yanıt arayan bağımlılık düzeyindeki kullanıcılar davranışsal ve psikolojik olarak olumsuz durumlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Bunun sebebi dijital bir toplumda yaşamamıza rağmen insanlığın teknolojiyi ve yeni medyayı kullanımı konusunda yeterince bilinçlendirilmemesidir. Dijital dünyanın sunduğu imkanları üretenler yaşanan olumlu etkileri kendi faydaları doğrultusunda kabullenerek, olumsuz etkileri üstlenmemektedirler. Bu durumda üreticilerin ekonomik kaygısının olduğunu ifade etmektedir. Dijitalleşme ve internet ortamı kullanıcılara sosyal ağlara ve üyeliklere hemen her daim ulaşım imkanı tanımaktadır (Chayko, 2018: 194). Kullanıcıya bu denli kolaylık sağlayan dijital dünya bireyin alıştığı süper ve hızlı bağlantı olmadığı zaman endişeye, yalnızlığa ve kaybolmuş hissine kapılmasına sebep olmaktadır.

Özellikle günümüzde varlığını daha çok hissettiren yeni medya bağımlılığı her şeye kolay ulaşım imkanıyla bir şeye sahip olmanın önemini ortadan kaldırmaktadır. Sahip olmadan müzik dinlemek, indirme işlemine gerek duymadan film seyretmek, satın almadan oyun oynamak veya kitap okumak gibi örnekler artık dijital dünyaya geçişle birlikte hayatımızın bir erişim üzerine kurulu olduğunu ifade etmektedir. *“Artık sahiplik eskisi kadar önem taşıyor. Erişim her zamankinden daha önemli”* (Kelly, 2016: 127). Yeni medyada ortaya çıkan bağımlılığın en büyük sebeplerinden birisi de her şeye hemen her zaman erişim imkanı tanınmasıdır. Birey olmak istediği kimlikle kendisine bir statü vermekte ve bunu yaşamaktadır. Bu bağlamda sahiplik hissi yaşamaması sağlayan erişim belirli bir zaman sonra doyumsuzluk hissi yaratarak bağımlılığa yol açmaktadır. Geleneksel medyanın dönüşümler ve evrilmeler sonucu yerini yeni medyaya bırakması iletişimin farklı boyutlar kazanmasına neden olmuştur. Eskiye nazaran artık etkileşimli ve interaktif bir iletişim ortamı söz konusudur. Bu bağlamda iletişimsel tüm paylaşımlar çok daha hızlı dolaşıma girmekte ve yayılmaktadır. Medya ortamının bu

denli kullanıcı elinde olması toplumda bağımlı olma durumunu ortaya çıkarmaktadır. Yeni medyaya bağımlı olan birey kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında ürettiği ve tükettiği içerik sonucu bir doyum ve haz kazanmaktadır. Bağımlı olan birey giderek yalnızlaşmakta ve dijital ortamda oluşturduğu kimlikle var olarak hayatına devam etmektedir. Bu durumla paralel olarak ortaya çıkan photolurking dediğimiz içeriklerle çok fazla zaman geçirme problemi kullanıcıyı dijital şiddete itmektedir.

## BAĞIMLILIK SONUCU OLUŞAN PHOTOLURKING

Günümüzde teknoloji hayatımızın tamamını kaplamaktadır. Geleneksel medyanın yerini yeni medyaya bırakmasıyla dijital bir dünyaya girmiş bulunmaktayız. Dijital dönüşümün getirdiği dijital iletişim süreci sayesinde etkileşimli ve interaktif bir ortam sağlanmaktadır. Bireyin teknoloji üzerindeki hakimiyeti bazı olumsuz sonuçlara da yol açmaktadır. Kontrolsüz ve sınırsız kullanım bireyleri bağımlılığa götürmektedir. Teknoloji ve yeni medya bağımlılığı dediğimiz toplumun kullandığı nesne üzerindeki kontrolünü kaybetmesi durumudur. Bireylerin mobil cihazlar, bilgisayar gibi teknolojik aletler üzerindeki kullanımı durumunda iradesini kaybetmesi ve istemsiz bir şekilde bu davranışın devam ederek buna ihtiyaç duyması, bireyin bağımlı hale geldiğinin göstergesidir (Dinç, 2017: 8). Bir davranışsal bağımlılık olan teknoloji bağımlılığı kitle iletişim araçlarının imkanlarının artması ve bireyin bunlara kolaylıkla ulaşması ile paralel olarak ilerlemektedir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının ifade ettiği teknoloji bağımlılığında birey kendi ihtiyacı doğrultusunda üretir ve tüketir, bu bağlamda birey doyuma ulaştığı an da ihtiyaç son bulur (Algül der. Yengin, 2015: 23). Bağımlı olan birey tükettiği şeyler konusunda bir haz ve doyum yaşamaktadır. Bireyler genel olarak sosyal medyada oluşturdukları kimlikle gerçek hayattaki kimlikleri her zaman aynı olmamaktadır. Sosyal medyada bağımlı olan birey beğeni ve tıklanma isteği ile farklı bir kimliğe bürünmektedir. Bu kimlik doğrultusunda ulaşmak istediği haz ve doyumunu yaşamaktadır. Medyanın interaktif ve etkileşim özelliği ile izleyici ve tüketiciler iç içe geçmiş durumdadır. *“Tüketiciler medyayı yalnızca izlemez, aynı zamanda birbirleriyle paylaşırlar; bu belirli bir ürüne olan tutkularını gösteren bir tişört giymek de olabilir, bir tartışma panosunda bir ürünü arkadaşına tavsiye eden bir mesaj paylaşımı veya internet de dolaşan bir reklam parodisi yaratmak da olabilir”* (Jenkins, 2019: 103). Burada da bahsedildiği gibi bireyler yalnızca sosyal medyada vakit geçirerek bağımlı hale gelmemekte, aynı zamanda haber ve bilgi edinme, çevresiyle etkileşimde olmak gibi amaçlar doğrultusunda da kullanarak bağımlı olmaktadır. Bireyler bir nevi teknolojinin evrilmesiyle hayatlarını küçük ekranlarda geçirmeye başlamıştır. Toplumun bağımlı hale gelmesiyle birlikte kişilerde bazı davranışsal bozukluklar meydana gelmektedir. Gerek teknolojiyle iç içe olma hali gerekse teknolojinin her şeyi içerisinde barındırması ortaya çıkan davranışsal bozuklukların sebebi olmaktadır. Davranışsal bozukluklar genel adıyla dijital hastalıklar olarak adlandırılmaktadır. Sanal ortamlardan uzak kalmak istememe, medyaya bağımlılık vb. sebepler dijital hastalıkların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bireyler gündelik ihtiyaçları doğrultusunda kullandığı teknolojiden vazgeçememe noktasına geldiğinde bir bağımlı ve dijital hastalıklı bir bireye dönüşmektedir. Bu bağlamda bağımlı olma durumu bireylerde medya dışında bir sosyal hayat olmadığına, yalnız kalma korkusuna, arkadaşlarıyla sosyal medya üzerinden görüştüğü bir kimlik oluşturmaya maruz bırakılmaktadır (Bayındır & Yengin ed. Karadağ, 2019: 86). Dijital hastalıklar günümüzde ciddiyet boyutunu artırmıştır. Yaş, cinsiyet gibi kişilik özelliklerini barındırmaksızın hemen her grupta olan hastalıklar bireylerin ruh halini ve fiziksel durumlarını etkilemektedir. Ruhsal çöküntüye ve fiziksel bozukluklara sebep olan hastalıklar bireylere teknolojiye muhtaç bir hale sürüklemektedir.

Birey çevre etkisi, merak, problemlerden kaçmak gibi sebeplerle bağımlı hale gelmektedir. Bağımlılık sonucu ortaya çıkan dijital bir hastalık örneği olarak photolurking verilmektedir. Photolurking akıştaki gönderilere saatlerce bakmak ve zamanın nasıl geçtiğini anlamamak olarak tanımlanmaktadır. Literatür tanımına bakacak olursak Olcay: *“Photolurking, İngilizce “fotoğraf” kelimesinin karşılığı olan “photo” ve “gizlice izleme” anlamını taşıyan “lurking” kelimesinin birleşiminden oluşmuştur”* (Olcay, 2018: 96). Birey internette saatlerce başkalarının fotoğraflarına bakarak zaman geçirmektedir. Kronik hastalıklar kapsamına giren dijital hastalıklardan olan photolurking, bireylerde geçirdikleri zaman doğrultusunda ve baktıkları fotoğraflar bağlamında bir haz ve doyum hissi yaşatmaktadır. Analogdan sayısala geçişle birlikte dijitalleşen fotoğraf bireyler için artık daha fazla önem teşkil etmektedir. Gerçek kimliklerinin yanı sıra sosyal medya üzerinden belirledikleri kimlikleri kullanıcıya sunmakta ve bu doğrultuda fotoğraf paylaşımları yapmaktadırlar. Geçmişte albümlerden bakılan fotoğraflar günümüzde

yerini uygulamalarda paylaşılan fotoğraflara bırakmıştır. Teknik anlamda sürekli gelişen sosyal medya uygulamaları bireyleri photolurking hastalığına daha da yaklaştırmaktadır. Bu hastalığı tetikleyen başlıca uygulama Instagramdır. Instagram görsel paylaşma ve izleme açısından kullanıcıların en fazla üyeliği olan uygulamalardan bir tanesidir. Bireylerin fotoğrafları Instagram aracılığıyla cep galeri dönemine imkan sağlamaktadır (Yılmaz der. Yengin, 2015: 147). İlk olarak kullanıcı adı ve e-posta isteyen uygulama kullanıcının bir kimlik oluşturmasını mecburi kılmaktadır. Instagramın sunduğu anında geribildirim, etkileşim, gönderi paylaşma, beğeni, anonimlik gibi tüm imkanlar bireyleri kullanıma teşvik etmektedir. Bu imkanlar bağlamında kısa süreli kullanım ve merak düşüncesiyle platforma giren bireyler zamanın nasıl geçtiğinin farkına varmamakta ve photolurking dediğimiz dijital hastalığa yakalanmaktadır. Photolurking belirtilerini şu şekilde sıralayabiliriz; uzun süreli ekrana bakmaktan kaynaklı baş ağrısı, zamanın nasıl geçtiğinin farkına varmamak, farklı bir kimliğe bürünmek, fotoğraflar arasında kaybolup gitmek vb. şeklindedir. Kullanıcılar photolurking hastalığı sırasında baktıkları fotoğraflarda ve aldıkları beğeniler konusunda aldığı doyum ve hazdan bir süre sonra tatmin olamamaktadır. Instagramda uzun süreli vakit geçirme bağlamında oluşan tatminsizlik keşfet bölümüyle de güçlenmektedir. Kullanıcılar burada izledikleri paylaşımlar doğrultusunda oluşturdukları kimlikleri de yönetmeye çalışmaktadır. Keşfet de sürekli olarak akışta olan gönderiler arasında kaybolan kullanıcılar bir zaman sonra kendi içlerinde bazı problemlerle karşılaşmaktadırlar. Photolurking hastalığı sonucunda arasında kayboldukları fotoğraflara ve sahiplerine karşı doyum hissini verdiği olumsuzlukla dijital bir şiddet uygulama eğilimine kapılmaktadırlar. Karşı tarafa karşı yorumlarla bir dijital şiddet uygulamaktadır. Kimi kullanıcılar kendi kimlikleriyle kimisi de anonim kimlikle bunu uygulamaktadır. Medyanın ve sosyal medya uygulamalarının üreticilerinin en önemlisi kaygısı reklam ve satış olduğundan oluşan bu photolurking hastalığını tetikleyici kolay ulaşılır ve sürekli yenilenen içerikler üretmektedirler (Uzay, 2018: 382). Bu bağlamda instagram kullanıcıları bilinçsiz kullanım sonucu yakalandıkları hastalıktan doğan dijital şiddetle ulaştıkları doyum ve hazzı daha da artırmak istemektedir. Anonim kimlikten kullanıcılara yorum atıp onları aşağılayarak doyuma ulaşırken karşı tarafta psikolojik olarak olumsuz etkiler bırakmaktadır. Kullanıcı dostu olarak gözükken sosyal medya aslında bireylerde kontrolsüz kullanım ve buna bağlı olarak photolurking hastalığının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Saatlerce başkalarının fotoğraflarına bakmak ve sonucunda oluşan doyumunu kontrol edemeyerek dijital şiddete başvurmak kullanıcıların sorunlu bir bağımlı olduğunu ifade etmektedir.

## PHOTOLURKING BAĞLAMINDA ORTAYA ÇIKAN DİJİTAL ŞİDDET İNCELEMESİ

Bir sosyal medya uygulaması örneği olan Instagram üzerinden herhangi bir kimsenin fotoğraflarına saatlerce bakmak olarak adlandırılan photolurking hastalığı istenmeyen bazı sonuçlara sebep olmaktadır. Dijital hastalıklardan birisi olan photolurking bireyin sosyal medya hesabında oluşturduğu kimlikle sörf yapması ve uygulamada zamanı kontrol edemeden vakit geçirmesidir. Bu şekildeki kolay ulaşım internet ve sosyal medya uygulamalarının günümüzde yaygınlığı ve popülerliğinin yanı sıra bazı kitleler için hayatının ta kendisi olmuştur (Doğuş ed. Çakır, 2014: 133). Bu bağımlılık sonucu ortaya çıkan photolurking hastalığı yan etkileri dışında psikolojik sorunlarda teşkil etmektedir. Kullanıcıları dijital şiddet eğilimine sürükleyen photolurking aynı zamanda kimlik değişimine de sebep olmaktadır. Bireyler kimi zaman kendi kullanıcı bilgileriyle kimi zamansa anonim şekilde ulaştıkları doyum sonucu tatmin olamamakta ve dijital bir şiddet içerisine girmektedir. *‘Kurgusal kimlik ve statü şüphesi, çoklu sosyal medya ortamlarını güvenilmez hale getirmektedir’* (Bahar, 2018: 5). Sosyal medyanın bir jargonu haline gelen anonim kimlik dijital şiddet konusunda bireyi rahatlatmaktadır. Kim olduğu bilinmeden doyumun verdiği tatminsizlikle kendi içerisinde yaşadığı psikolojik durumu karşı tarafa saldıran atmaktadır. Karşı tarafı psikolojik olarak etkileme şeklinde tanımlanan dijital şiddet, dijital ortamlardaki etik anlayışı da ortadan kaldırmaktadır. Bu noktada kullanıcılar pasif durumdan aktif duruma geçiş sağlamaktadır. Bireyler agresif duygularını ve tatminsizliği bu şiddet yoluyla dışa vurarak kendisini deşarj etmek istemektedir.


Teknolojiyle alakalı hemen her ortamda bulunan dijital şiddet, bireyi diğer tüm şiddet türleri kadar etkilemekte ve sorun teşkil ettiği görülmektedir (Altıparmak & Cebecioğlu, 2017: 425). Bu bağlamda özellikle sosyal medyada görülen dijital şiddet göz ardı edilmemeli, sebep olduğu sorunlar göz önünde bulundurularak buna karşı güçlü önlemler alınmalıdır. Çünkü bireyler fiziksel şiddetten aldığı zarardansa psikolojik olarak maruz kaldığı şiddetten kendi iç dünyasında çok daha fazla etkilenmektedir.

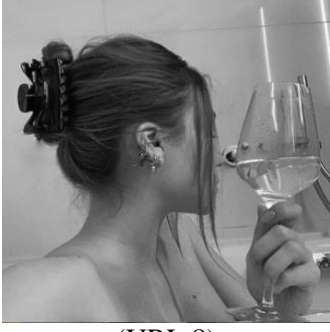











Kendilerini yalnız hissetmektedirler. Dijital şiddet türlerine örnek verecek olursak; ısrarlı takipçi, cinsel içerikli mesajlar ve ifşa edilmesi, intikam pornografisi vs. gibi türler sıralanabilir. Bu saydığımız türlerin hemen hepsi günümüzde sosyal medya platformlarında karşımıza çıkmaktadır. Bizim ele aldığımız konuya uygunluk açısından ısrarlı takipçi başlığına bakacak olursak, birey karşı taraftan haz etsin veya etmesin sürekli olarak profilinde gezinme ve beğenmediği noktada kelimelerle şiddet uygulaması anlamı taşımaktadır. Teknolojiyle yoğun ve etkileşimli halde olan bireyin dijital şiddeti elden bırakmaması yönünde algı ve tavır geliştirmesi desteklenmelidir. Dijital şiddetin bu denli artmasının sebeplerinden birisi sosyal medyada duygu ve düşüncelerimizi rahatlıkla ifade edebiliyor olmamızdan kaynaklanmaktadır. Çoğu zaman bir süzgeçten geçmeksizin direkt kullanıcıyla buluşturulan yorum ve düşünceler bir noktadan sonra dijital şiddeti kaçınılmaz kılmaktadır. Dijital şiddetin oluşma süreci de bu etkileşimle doğru orantılıdır. Yapılan yorum ve paylaşımların etkileşim hızı ve yayılım oranı şiddetin ortaya çıkışını hızlandırmaktadır. Çalışmanın bu aşamasında bir influencerın sosyal medya uygulaması olan Instagram üzerinden paylaştığı gönderiler bağlamında maruz kaldığı dijital şiddet içerik analizi yöntemiyle incelenecektir. Günümüz medyasında kullanıcılar tarafından takip edilen ve tanınan kişiler ‘‘influencer’’ olarak adlandırılmaktadır. Bu kişilerin diğer kullanıcılar tarafından düzenli olarak izlenmesi ve takip edilmesinin yanı sıra markalarında bu doğrultuda hareket ederek iş birliği yapması influencer olmayı adeta bir meslek haline dönüştürmüştür (Eyel & Şen, 2020: 8). Bunun yanı sıra etkileyici anlamıyla da influencer olmak diğer kullanıcılara yol gösterme ve ilham verme şeklinde de tanımlanmaktadır (URL 1). Örneklem olarak yalnızca Duygu Özaslan’ın seçilmesinin sebebi influencer kategorisinde oldukça popüler olmasının yanı sıra en fazla dijital şiddete maruz kalan kişi olmasıdır. Influencerların popülerliğinin araştırıldığı sitelerden derlenen verilere göre Duygu Özaslan’ın en fazla takipçiye ulaşan influencer olarak sıralamanın en başında yer aldığı görülmektedir. Verilere göre Özaslan haftalık olarak 40.000 – 50.000 takipçi kazanmaktadır. Site yorumcuları bu denli takipçi kazanmasının sebebini sevilmesinin yanı sıra antipatik bulunmasına da bağlayarak dijital şiddete neden maruz kaldığının da nedenini belirtmiş bulunmaktadır (URL 2). Duygu Özaslan olumlu yorumların yanı sıra fazla olumsuz yorum almasına rağmen gündemde olmasının bir nedeni de erişim hızının çok yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

**Tablo 1.** Duygu Özaslan’ın maruz kaldığı dijital şiddet incelemesi.

No	Görsel	Yorumlar	Konu	İçerik
1.	 (URL 3)	<p>kutyakaramann Ödün koptu dimi ayakkabılarını görmeyeceğiz diye.... 2h 7.303 beğenme Yanıtla — Yanıtları gör (33)</p> <p>yiliginin ödün koptu dimi 39393ayakkabın gözükmeyecek diye 2h 5.113 beğenme Yanıtla — Yanıtları gör (14)</p> <p>coronavirushaberr Ayakkabı koleksiyonunu görmicez diye ödün kopuyor dimi?? 2h 4.110 beğenme Yanıtla — Yanıtları gör (20)</p> <p>szn.nysc Yastığın görünmeyecek diye ödün kopuyo dimi 2h 2.496 beğenme Yanıtla</p>	Duygu Özaslan’ın sosyal medyada başlatılan yastık challenge hareketine katılması ve lüks hayat göstergesi şeklinde takipçilerinden gördüğü dijital şiddet.	Influencer olan Duygu Özaslan’ın challenge içerikli paylaştığı fotoğrafta takipçileri ayakkabı dolabını göstermek istediğini belirterek ‘ödün koptu gösteremeyeceksin’ şeklinde bir dijital şiddet uygulamaktadır.

2.	 <p>(URL 4)</p>	<p>makeupbygizmo Chanel gucci ve nikelarım gösterişini yapmak için 40 takla atarken ben... 5h Yanıtla</p> <p>roseparkchui Chanel güzüksün diue 🤔🤔🤔🤔🤔 5h Yanıtla</p> <p>esracakmakozturk Önceki hayatında ya fakir ya da ezikmiş 🤔 5h 1 beğenme Yanıtla</p> <p>bztp_cengiz_06 İfsa var profile bak cabuk 5h Yanıtla</p> <p>betulicilarlann İlla marka göstercen dimi 5h 3 beğenme Yanıtla</p>	<p>Duygu Özaslan'ın evinde paylaştığı bir fotoğraf üzerinden maruz kaldığı dijital şiddet.</p>	<p>Takipçileri Duygu Özaslan'ı her fotoğrafında olduğu gibi burada da marka göstermek amaçlı olduğunu dile getirmiş bu bağlamda Özaslan psikolojik olarak dijital şiddet görmüş ve görgüsüz damgası koyulmuştur.</p>
3.	 <p>(URL 5)</p>	<p>berenssert Childhood'un gozukmucek diye odun koptu dimi 4g 90 beğenme Yanıtla</p> <p>laadybat Tek değişen şey yozgatlı kızın İngiliz prensesine dönmesi 4g 239 beğenme Yanıtla</p> <p>— Yanıtları gör (11)</p> <p>ahmetkayji Dişlerin arasına marka yerleştirilir 4g 67 beğenme Yanıtla</p> <p>— Yanıtları gör (1)</p> <p>firat_yrgc Sahanda yumurtadan sunny side up a geçiş mi bu 4g 44 beğenme Yanıtla</p>	<p>Duygu Özaslan paylaştığı çocukluk fotoğrafı üzerinden sosyal medyanın dijital şiddetine maruz kalmıştır.</p>	<p>Geçtiğimiz günlerde 'sahanda yumurtanın' Türkçesini bilmemesiyle gündeme gelen Özaslan'a, fotoğrafında da kullanıcılar tarafından bunun iması yapılmıştır. Daha önce gündeme geldiği 'ödün koptu' cümlesi de dijital şiddet göstergesidir.</p>
4.	 <p>(URL 6)</p>	<p>osmanjero Cennet mahallesi influencer bölümü 1h 3 beğenme Yanıtla</p> <p>yasminyentur ya bunlari yaparlen aklından ne ge mesela 1h 6 beğenme Yanıtla</p> <p>sumeyyekatarr Anadoluyla Avrupa arasında gel g yaşiyon napiyon ablacım ? 1h 5 beğenme Yanıtla</p>	<p>Duygu Özaslan'ın maruz kaldığı dijital şiddet.</p>	<p>Verdiği poz ile benzetmelere maruz kalan Özaslan takipçileri tarafından eleştirilmektedir.</p>
5.	 <p>(URL 7)</p>	<p>nisanmartinez Spor yaparken şarap içmeyen de ne biliyim yani 1h 2.353 beğenme Yanıtla</p> <p>— Yanıtları gör (28)</p> <p>onurvatkt En uyumlu üç şey ; şarap, stiletto , kondisyon bisikleti 1h 1.404 beğenme Yanıtla</p> <p>— Yanıtları gör (1)</p> <p>erendemezler İddin koptu di mi fendiyle şarap eşliğinde spor yaptığını görmicez diye tamam ablam tamam en elit sensin 1h 2.572 beğenme Yanıtla</p> <p>— Yanıtları gör (20)</p> <p>taebasard Topuklu ayakkabı niye 1h 679 beğenme Yanıtla</p>	<p>Duygu Özaslan'ın verdiği pozdaki içeriklerle ilgili dijital şiddet.</p>	<p>Kullanıcılar spor yaparken şarap içmesi ve topuklu ayakkabı giyerek poz vermesi konusunda Özaslan'ı eleştirmiştir. Dijital şiddetin içeriği asıl amacın spor yapmak değil nesnelere gösteriş yapmak istemesiyle ilgilidir.</p>

6.	 <p>(URL 8)</p>	 <p>Yine elinde şarap bardağıyla duş alırken verdiği pozda kullanıcıların dijital şiddeti.</p>	Bu paylaşımda da gündeme geldiği ‘ödün koptu’ cümlesi kullanılmıştır. Burada verilen mesaj her şeyi gösterişe döktüğü ve sosyal kimlikteki hayatı gösteriş olarak kullandığı yönündedir.
7.	 <p>(URL 9)</p>	 <p>Duygu Özaslan instagramda kullanıcı tarafından unfollow edilmekle tehditkar biçimde dijital şiddete maruz kalmıştır.</p>	Anonim bir kimlikle Özaslan’a gösteriş yaptığına dair ithamlarda bulunarak, taklitçi olduğunu dile getirmiştir. Influencerlar için önemli bir şey olan unfollowlanmakla tehdit eden kullanıcı sanal ortamda yüksek bir şiddet uygulamaktadır.
8.	 <p>(URL 10)</p>	 <p>Duygu Özaslan’a dijital şiddet.</p>	Ev ortamında verdiği bir pozla yine marka gösterisi olduğu yönünde suçlamalar yapılmıştır. Alaycı bir üslupla markadan en iyi anlayan ve marka düşkünü yönünde ithamlarda bulunulmuştur.

9.	 <p>(URL 11)</p>		Duygu Özaslan'a dijital şiddet.	Özaslan'a bir kullanıcı bu görselde de marka gösterme adı altında bir konuşma diliyle yorum yazmıştır. Bir diğer kullanıcı ise sırf kıyafet gösterme amacıyla olduğunu ima ederek, alaycı bir sübliminal mesajla instagram hesabını açmasını dile getirmiştir.
10.	 <p>(URL 12)</p>		Fotoğrafın içeriği doğrultusunda Duygu Özaslan'a dijital şiddet.	Kullanıcılar kendisini beğenmediklerini, popülerite amaçlı değişik pozlar verdiği ve onların giydiğini toplum giyse dalga geçileceğini dile getirmişlerdir. Tüm kullanıcılar bir doyumdan tatminsizlik bağlamında dijital şiddet uygulamaktadır.

Kullanıcılar instagramda kontrolsüz zaman harcama sonucu photolurking hastalığına yakalanmaktadır. Photolurking sonucu kullanıcılar doyumun tatminsizliğe dönüşmesiyle dijital şiddete yönelmektedir. Influencer olan Duygu Özaslan'a kullanıcılar tarafından uygulanan dijital şiddet Özaslan'ı psikolojik olarak etkilemektedir. Youtube kanalında yayınladığı bir videoda takipçilerinden gelen soruları yanıtlayan Özaslan kendisinin global bir influencer olduğunu ve her türlü eleştiriyi göze aldığını söylerken ardından psikolojik açıdan kimi zaman demoralize olduğunu da sözlerine eklemiştir (URL 13). Bazı kullanıcılar kendi profilleriyle bazıları ise fake yani kendisine ait olmayan isim ve fotoğrafla açtığı hesap doğrultusunda yorum yapmaktadır. Yorumlarda kullanılan agresif ve nefret içerikleri kelimeler anonim yani bireyin kimliğini gizlediği hesaplarda ve fake olan profillerde daha fazla rastlanmaktadır. Uygulanan şiddet genel olarak gösterişli bir hayat ve gündeme geline popülarite cümleler bağlamında yapılmıştır. Dijital bir kazanç amacıyla olan Duygu Özaslan bu bağlamda sergilediği markalar sebebiyle etik olmayan bir dijital şiddete maruz kalmaktadır. Özaslan'ın gündeme geldiği bazı olaylar kullanıcılar tarafından sık sık yorumlarda kullanılmıştır. Bazı profiller de dijital şiddeti yorum atarak değil de atılan yorumları beğenerek desteklemektedir. Sosyal medyada bir jargon haline gelen dijital şiddet kullanıcıların sevmedikleri bir profilde dahi saatlerce vakit geçirmesi yani photolurking hastalığının doğurduğu bir sonuçtur. Kullanıcılar sosyal medya hesaplarında takip edebilecekleri içerikleri kendileri seçebilecekleri halde hoşlanmadıkları profilleri kimi zaman daha çok takip etmektedirler. Bunun sebebiyse dijital etik kurallarını gözetmeksizin Özaslan'a ve diğer influencerlara karşı ruhsal şiddete başvurarak, kendi içsel dünyalarını rahatlatıp hazzın dönüştüğü tatminsizliği yeniden hazzla ulaştırmakta ve her geçen gün daha fazla bağımlı hale gelmektedir. Influencerlar bu bağlamda kötü yorum sonucu maruz kaldıkları dijital şiddetten her ne kadar etkilenmediklerini dile getirirler de kendi içlerinde demoralize oldukları noktalar bulunmaktadır.



## SONUÇ

Tarih boyunca her dönemde iletişim temel ihtiyaç olmuştur. Bilgi edinmek, eğlenmek gibi ihtiyaçlar bağlamında iletişim tarih boyunca her dönemde önemli bir yere sahiptir. Geleneksel medyanın yerini yeni medyaya bırakmasıyla beraber iletişim yeni bir boyut kazanmıştır. Yeni medyayla birlikte teknoloji artık toplumlar için vazgeçilmez bir hal almıştır. Hayatımızın her alanında konumlanmaya başlayan teknoloji, her geçen gün gelişmiş ve evrilmiştir. Teknolojinin gelişmesinde insanlığın etkisi yadsınamaz bir durumdur. Bizler teknolojiyi kendi hayat standartlarımızda ve ihtiyaçlarımız doğrultusunda geliştirmekteyiz. Şu an içerisinde bulunduğumuz dönem tamamen bir teknolojik dönemdir demek yerinde bir tanım olacaktır. Tarımdan eğitime, alışverişten bilgi edinmeye hayatın her alanında teknoloji hakimdir. Yeni medya sayesinde dünyanın bir ucundan diğer ucuna bağlanma, evinden alışveriş gibi tüm imkanları bulan kullanıcılar bu durumun bazı dezavantajlarıyla da karşı karşıya gelmektedir. Toplum teknoloji ve yeni medyayla bu denli iç içe olmasından kaynaklı bir bağımlılık hali almaktadır. Bireyin ‘bağımlı’ hale gelmesi; yeni medyayı kontrolsüz kullanım, zamanın farkına varmama, yalnızlık hissinden kurtulma ve günlük sorunlardan kaçmak gibi sebepler olarak sıralanmaktadır. Hal böyle olunca toplumsal bir bağımlılık paterni ortaya çıkmaktadır. Bağımlılık bireylerde bel ve boyun ağrısı, elde uyuşmalar ve göz ağrısı gibi fiziksel problemler teşkil etmesinin yanı sıra ruhsal olarak da sorunlara neden olmaktadır. Bağımlı hale gelen birey toplumda yalnız kalmaktan ve sorunlarıyla baş etmektен korkmaya başlamaktadır. Yeni medya bağımlılığı kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile ifade edilmektedir. Birey eğlenmek, bilgi edinmek gibi ihtiyaçları doğrultusunda kullandığı yeni medya ve içerisinde barındırdığı sosyal medya uygulamalarına karşı bir doyum yaşamaktadır. Aldığı doyum karşısında haz yaşayan birey her zaman daha fazlasını istemeye başlamaktadır. Sosyal medyanın etkileşim ve interaktiflik özelliği sayesinde bireyler kendi içeriğini üretmekte veya bakmak, okumak istediği içeriği kendisi seçebilmektedir. Aynı zamanda içeriklere müdahale ve geribildirim hakkı olan kullanıcılar bu özellik sayesinde her daim çevrimiçi konumdadır. Kullanıcılar sosyal medya uygulamalarında kendilerine bir kimlik edinmektedir. Dijital kimlikleri çoğu zaman reel hayatlarında sahip oldukları kimlikten farklılık göstermektedir. 2010 yılında kurulan Instagram uygulaması bugüne kadar birçok güncelleme ve gelişim göstererek kullanıcıların vazgeçilmezi olmuştur. Dijital hastalıklar başlığı altında toplanan teknolojinin sebep olduğu bazı hastalıklar bulunmaktadır. Bahsettiğimiz fiziksel ve ruhsal problemlerin adlandırdığı dijital hastalıklar hafife alınmamalı ve kullanıcılar tarafından buna dikkat edilmelidir. Kendini kanıtlama, sorunlarla başa çıkma, eğlenme gibi sebeplerden dolayı girilen sosyal medya zamanla hemen her kullanıcı da bir dijital hastalığa sebep olmaktadır.

Saatlerce bir sosyal medya uygulamasında kullanıcıların fotoğraflarına bakmak olarak nitelendirilen photolurking dijital hastalık örneğidir. Herhangi bir amaç doğrultusunda sosyal medyaya girmek ve bu bağlamda zamanın nasıl geçtiğini anlamadan saatlerini harcamak problemleri bir sosyal medya kullanımudur. Saatlerce bir kişinin fotoğraflarına bakmaktan ziyade bu dürtüyü kontrol edememek kullanıcının photolurking hastalığına yakalandığının kuvvetli bir belirtisidir. Bireyler zamanın boşa gittiğinin ve fiziksel sorunlar yaşadığının farkında olsa dahi bu dürtüyü engelleyememektedir. Instagramın keşfet bölümünde her tarzda içerik bulunması bireylerin daha fazla zaman geçirmesine sebep olmaktadır. Bu sosyal medya uygulamasında takip edeceği içeriği kendisinin seçmesi kullanıcıyı ekstra bağımlı hale getirmektedir. Örneğin spor yapmayı seven bir insanın spor sayfası takip edip içerikleri izlemesinin yanı sıra bunu gerçek hayatta uygulamaması photolurking sonucu izleyerek yapıyor muşçasına bir doyuma ulaşmasına sebep olmaktadır. Bu bağlamda bireyler photolurking hastalığına karşı bilinçlendirilmeli, gerçek hayatta vakit geçirmenin, sorun çözmenin veya yalnızlık hissine kapılmaması konusunda alternatiflerin zenginleştirilmesi gerekmektedir. Yukarıda verdiğimiz spor yapma örneğine bakacak olursak, bireyin gerçek kimliğini bu doyuma ulaştırmak için motivasyonun güçlendirilmesi konusunda önlemler alınmalıdır. Dijital şiddet dediğimiz sosyal medya uygulamalarında herhangi bir kullanıcıya klavye üzerinden bir şiddet uygulamaktadır. Photolurking sonucu kullanıcılar kullandığı ve izlediği içerikler bağlamında bir doyum yaşamaktadır. zamanı kontrolsüz harcama ve fotoğrafları saatlerce inceleme olarak tanımlayabileceğimiz photolurking hastalığı yaşanan doyumu zamanla yeni bir doyumсузluğа ve tatminsizliğe ulaştırmaktadır. Dijital şiddete sebep olan bu tatminsizlik karşı tarafı psikolojik olarak etkilemektedir. Bireyin dijital şiddete başvurmasının sebebi yaşadığı doyum sonucundaki tatminsizliği agresif cümleler sarf ederek yeni bir doyuma ulaştırmaktır. Bu döngünün sonucunda da birey bağımlı ve photolurking hastası bir kişiye dönüşmektedir.

Bir influencer olan Duygu Özaslan'ın toplum tarafından çok fazla takip edilmesi ve buna karşın bir o kadar da tepki alması bazında Instagram profilinden bazı gönderileri içerik analizi ile incelenmiştir. Özaslan'ın gönderilerinde dijital şiddet içerikli birçok yoruma rastlanmıştır. Gündeme geldiği bazı cümleler baz alınarak yorum atan kullanıcılar çoğu kez anonim profiller tercih etmektedir. Bunun sebebi olarak gerçek kimliklerinden dile getiremedikleri yerme içerikli cümleleri farklı bir dijital kimlik üzerinden yazarak haz almaktadır. Dijital şiddetin sebebi her kullanıcıda farklılık göstermesinin yanı sıra ortak payda her zaman ulaşılan doyumun tatminsizliğe dönüşmesi ve yeniden ihtiyaç duyulan bir doyum hissidir. Kimi zaman argo cümlelere dahi başvuran kullanıcılar Özaslan'ı etik anlamda olumsuz etkilemekte ve manipüle etmektedir. Dijital şiddete başvurulduğu taktirde dijital etik göz ardı edildiğinden buna maruz kalan kullanıcı psikolojik olarak etkilenmekte ve demoralize olmaktadır. Teknolojinin evrilmesiyle dijital hale dönüşmesi ve ulaşım kolaylığı da dijital şiddetin sebeplerinden bir tanesidir. Gelişen teknoloji bireyi yalnızlaştırma eğilimine sürüklemektedir. Bireyler yalnızlaşmayla birlikte kendi iç dünyalarında olumsuz durumlarla karşı karşıya kalmaktadır. Dijital şiddet bu noktada devreye girerek bireyde oluşan yalnızlık duygusunu bastırmak, sorunlarıyla başa çıkmadığından onlardan kaçmasını sağlamak gibi etkenlerle birey üzerinden hakimiyet kurmaktadır. Bu bağlamda dijital şiddetin meşru bir hale dönüşmüş olmasına karşı bazı önlemler alınmaktadır. Profil sahibinin hakaret içerikleri yorumları engellemesi, o profili şikayet etmesi veya gönderisine yorum atmasını kısıtlaması gibi tercihler örnek verilebilmektedir. Karşı tarafa bu şiddeti uygulamak yerine görmek istemediği profile girmeme dürtüsünü kontrol edebilen birey zamanla bu alışkanlığından vazgeçmeye başlayacaktır. Tüm bu saydığımız önlemlerin yanı sıra klinik ve korucuyu tedbirler, yeni tespit ve önlemler photolurking hastalığına ve sonucunda oluşan dijital şiddeti önleme açısından önem teşkil etmektedir. Aynı zamanda başvuru hukuki yolların ve cezai yaptırımların daha etkili olması da önem taşımaktadır. Dijital etiğin ihlali sonucu oluşan dijital şiddetin ilgili kurumlarca daha sık denetlenmesi güçlü bir tedbir olacaktır.

## KAYNAKÇA

Algül, A. “Gençlerin Mobil İletişim Alışkanlık ve Tercihlerinin Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı İle Analizi” (Sosyal Medya Araştırmaları içerisinde der. Deniz Yengin). İstanbul: Paloma Yayınevi, 2015, ss. 19 – 45.

Altıparmak, İ. B. & Cebecioğlu, G. (2017). *Dijital Şiddet: Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine Bir Araştırma*: Sakarya University Journal of Education. 7(2): 423 – 431.

Aydemir, M. (2014). *Yeni Medya Üzerine.... içinde (Editör: Müge Demir) Sosyal Medyanın*

Aydın, E. İ. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği*: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 35: 373 – 386.

*Toplumsal Eylemleri Yönlendirmesi: Soma Maden Kazası Örneği*. (s. 63 – 92). Konya: Literatürk Yayınları.

Bahar, A. (2018). *Bilişim Suçları, İletişim Ve Sosyal Medya*: İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi. 10(3): 1 – 36).

Bayrak, T. (2017). *Sosyal Medyada Dijital Etik: Twitter’da Şiddet İçerikli İletilerin İncelenmesi*: Yeni Medya Elektronik Dergi. 1(1): 32 – 46.

Binark, M. (Der.). (2014). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, Scola Ayrıntı Dizisi: 23.

Chayko, M. (2018). *Süper Bağ(lantı)lı: İnternet, Dijital Medya & Tekno – Sosyal Hayat*. (Çev. Bayındır, B. & Bayrak, B. & Yengin, D.). İstanbul: Der Yayınları.

Dinç, M. (2017). *Teknoloji Bağımlılığı ve Biz*. İstanbul: Yeşilay Yayınları.

Doğus, F. E. (2014). “*Yeni Medyaya Bir Sosyal-Psikolog Gözünden Bakmak: Sonia Livingstone*” (Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar içinde ed. Mukadder Çakır). İstanbul: Doğu Kitabevi, 2014, ss. 131 – 157.

- Eyel, C. Ş. & Şen, B. (2020). ‘*Influencer Pazarlama ve Tüketicilerin Influencer'lara Yönelik Tutumlarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi*’: Atlas Sosyal Bilimler Dergisi. 1(5): 7 – 29.
- Goffman, E. (2004). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (Çev. Sezar, B.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Gök, K. (2016). *Fotoğrafın Bulunuşu Ve Sonrasında Oluşan Teknik Gelişmeler*: Yıldız Journal Of Art Design. 3(1): 43 – 66.
- Güngör, N. (2018). *İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya Uyg. Ve Arş. Merkezi. (2018). *Tarmer Çalıştayları 2 – Dijital Dönüşüm Ve Toplumsal Etkileri*. İstanbul: Kurumsal Yayın.
- Jenkins, H. (2019). ‘*Cesur Yeni Medya*’ *Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bayındır, B. & Yengin, D. ‘*Dijital Bağ(ım)lı*’ (Dijital Hastalıklar içinde ed. Gökmen H. Karadağ). İstanbul: Der Yayınları, 2019, ss. 85 – 117.
- Kelly, K. (2016). *Büyük Teknolojik Dönüşüm*. (Çev. Şensoy, Ü.). İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları.
- Leonhard, G. (2018). *Teknolojiye Karşı İnsanlık: İnsan İle Makinenin Yaklaşan Çatışması*. (Çev. Akkartal, C. & Akkartal, İ.). İstanbul: Siyah Kitap.
- Newport, C. (2019). *Dijital Minimalizm*. (Çev. Mavituna, C.). İstanbul: Metropolis Yayıncılık.
- Olçay, S. (2018). *Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi Olarak Sosyal Medya Ve Resimler Arasında Kaybolma Bozukluğu: Photolurking*: Yeni Medya Elektronik Dergi. 2(2): 90 – 104.
- Ormanlı, O. & Yengin, D. (2020). *İnteraktif Kurgu Örneği Olarak Bandersnatch Filminin Analizi*: The Turkish Online Journal of Design Art and Communication. 10(2): 83 – 96.
- Öztürk, Ş. (2015). *Sosyal Medyada Etik Sorunlar*: Selçuk İletişim. 9(1): 287 – 311.
- Tarhan, N. & Nurmedov, S. (2019). *Bağımlılık: Sanal Veya Gerçek Bağımlılıkla Başa Çıkma*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Uzbay, T. (2018). *Hazdan Bağımlılığa: İnsan Neden Bağımlı Olur?*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Yayla, H. M. (2018). *Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği*: Selçuk İletişim. 11(1): 40 – 65.
- Yaylagül, L. (2018). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen Ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yengin, D. (2014). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yengin, D. (2017). *İletişimde Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yengin, D. (2019). *Teknoloji Bağımlılığı Olarak Dijital Bağımlılık*: The Turkish Online Journal of Design Art and Communication. 9(2), 130 – 144.
- Yılmaz, D. ‘*Mobil Fotoğraf Estetiği*’ (Sosyal Medya Araştırmaları içerisinde der. Deniz Yengin). İstanbul: Paloma Yayınevi, 2015, ss. 125 – 149.
- Zeybek, I. ‘*Çağın Vebası: Sosyal Medya Bağımlılığı*’ (Sosyal Medya Araştırmaları içerisinde der. Deniz Yengin). İstanbul: Paloma Yayınevi, 2015, ss. 357 – 369.

## ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL-1: <https://eksizozluk.com/influencer--2617970> Erişim Tarihi: 30.12.2020.

URL-2: <https://www.boomsocial.com/Instagram/Hesap/duyguozaslan-642919165> Erişim Tarihi: 30.12.2020.

URL-3: <https://www.instagram.com/p/B-uLW51pzXf/> Erişim Tarihi: 24.04.2020.

- URL-4: <https://www.instagram.com/p/B92CbJpWuN/> Erişim Tarihi: 24.04.2020  
URL-5: [https://www.instagram.com/p/B\\_U4E9ZJlge/](https://www.instagram.com/p/B_U4E9ZJlge/) Erişim Tarihi: 24.04.2020  
URL-6: [https://www.instagram.com/p/B\\_NQLWkp1le/](https://www.instagram.com/p/B_NQLWkp1le/) Erişim Tarihi: 24.04.2020  
URL-7: [https://www.instagram.com/p/B\\_KsZhCpgAa/](https://www.instagram.com/p/B_KsZhCpgAa/) Erişim Tarihi: 24.04.2020  
URL-8: <https://www.instagram.com/p/B9xA0aTJsQA/> Erişim Tarihi: 26.04.2020  
URL-9: <https://www.instagram.com/p/B94CpfOJhvT/> Erişim Tarihi: 26.04.2020  
URL-10: <https://www.instagram.com/p/B-Z82pHJcRF/> Erişim Tarihi: 26.04.2020  
URL-11: <https://www.instagram.com/p/B8Y5ytWpejY/> Erişim Tarihi: 26.04.2020  
URL-12: <https://www.instagram.com/p/B8yivzdp4gZ/> Erişim Tarihi: 26.04.2020  
URL-13: <https://www.youtube.com/watch?v=f9CCh9keOEo> Erişim Tarihi: 30.12.2020

**Atıf için:**

Esen, R. ve Yengin, D. (2021) Yeni Medya Bağımlılığında Photolurking Sonucu Ortaya Çıkan Dijital Şiddet Üzerine Bir İnceleme, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5 (2), 156-171