

Makale Türü	Mart 2022	Cilt	Sayı
Derleme Makale	Başvuru Tarihi: 16.10.2021 Kabul Tarihi: 03.12.2021	2	1

SOSYAL AĞLARIN BİREYİN SOSYALLEŞME SÜRECİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ *Hatice ŞAFAK GÜÇLÜ**

Öz

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve internetin hayatımıza girmesiyle birlikte birey, anında geniş kitlelere ulaşma imkanını bulmuştur. Bu sürecin bireyi hem kendisine hem de içinde bulunduğu sosyal çevreye yabancılaştırdığı görülmektedir. Bu çalışmada, günümüzde hızla yayılan ağ iletişiminin neden olduğu en önemli sorunlardan biri haline gelen bireyin yabancılaşma süreci, sosyal medya ve yabancılaşma bağlamında incelenmiştir. Bu kapsamda, birey ve toplumu değişim ve dönüşüme uğratarak geleneksel iletişim biçimlerinin yerini alan sosyal medyanın (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Flicker gibi) yabancılaşma olgusuna etkisi ele alınmıştır. Sonuç olarak, hızla yayılan sosyal medya kullanımı sonucu ortaya çıkan yabancılaşmanın birey ve toplum üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

Bunun yanı sıra, sosyal ağların bireyin sosyalleşmesindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda sosyal medya ve yeni sosyalleşme süreci arasındaki ilişki literatür taraması ışığında otaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyalleşme, Sosyal Medya, Fomo, Hareketsiz Toplumsallaşma, Yabancılaşma

THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS ON THE SOCIALIZATION PROCESS OF THE INDIVIDUAL

Abstract

With the developments in communication technologies and the introduction of the internet into our lives, the individual has the opportunity to reach large masses instantly. It is seen that this process alienates the individual from both himself and the social environment he is in. In this study, the alienation process of the individual, which has become one of the most important problems caused by the rapidly spreading network communication, is examined in the context of social media and alienation. In this context, the effect of social media (such as Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Flicker) on the alienation phenomenon, which replaces traditional forms of communication by changing and transforming the individual and society, has been discussed. As a result, the effects of alienation, which emerged as a result of the rapidly spreading use of social media, on the individual and society were examined.

In addition, it is aimed to determine the effect of social networks on the socialization of the individual. For this purpose, the relationship between social media and the new socialization process has been tried to be put forward in the light of literature review.

Keywords: Socialization, Social Media, Fomo, Sedentary Socialization, Alienation

* İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi, haticesafakuclu@hotmail.com, 0000-0001-6340-3358

GİRİŞ

Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişimiyle internet, 4.66 milyar kullanıcısıyla (dünya nüfusunun %59'u) bireyin en önemli ihtiyaçlarından biri haline gelmiştir (Nurluoğlu, 2021).

İnternet yapısı itibariyle çok sayıda ağın bir arada kullanılabilirdiği iletişim ortamları sunmaktadır. Böylece yeni iletişim ortamlarında yeni sosyalleşme biçimleri ortaya çıkmıştır. İnternetin ve sosyal ağların sağladığı olanaklardan kaynaklı olarak her geçen gün kullanıcı sayısı ve içerik akışı hızla artış göstermektedir. Sosyal medya platformları bireyin her anında yer almaya başlamıştır. Daha çok zamanın geçirildiği ağlar, bağımlılık oluşturarak kişiyi çevresinden soyutlaştırmaktadır. Birey bu sanal gerçeklikte var olmaya ve varoluşunu sürdürmeye yönelik içerik üretmektedir.

Gündelik akışın yoğun temposunda aktivitelerinin kolaylıkla halledilebildiği ağlar aynı zamanda bireyin etkileşime geçtiği, sosyalleştiği alanlara dönüşmüştür. Sosyal medya ortamları sunduklarıyla yeni bir yaşam alanı doğmasına neden olmuştur.

Sosyal ağların ve çok sayıda medya araçlarının artması ve sunduğu pek çok alternatif nedeniyle günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Mobil cihazların devreye girmesiyle birlikte de sosyal ağlar artık tüm aktivitelerin gerçekleştiği ortamlara dönüşmüştür. Sosyal ağlarda iletişim kurarak ve paylaşımında bulunarak sürekli var olmak sosyal yaşam pratiklerini tamamen değiştirmiştir. Bundan dolayı sosyal yaşamın biçim değiştirdiğini söyleyen Babacan'a (2015) göre, "Toplumun değişen hayat tarzı yeni medya araçlarını güçlendirmekte, güçlenen yeni medya araçları da topluma etki ederek sarmal bir etki mekanizması ortaya çıkarmaktadır." Bundan dolayı birey, sosyal medyadan uzak kaldığında bir şeyleri kaçırmış olma hissine kapılmaktadır.

İnternet, her zaman ve her yerde dünyayla iletişime geçerek sanal bir yaşam sürdürme fırsatı sunmuştur. Birey, daha rahat, güvende ve özgürce kendini ifade edebildiği için sosyal paylaşım ağlarında varlık göstermektedir. Bu bağlamda, ortaya çıkan yeni sosyalleşme şekilleri, geleneksel, yüz yüze iletişimin yerini almıştır. Sosyal ağlarda gerçekleştirilen bedensiz, dolaylı, hareketsiz iletişim şekli sanal sosyalleşmeye neden olmaktadır.

Günlük yaşantısının büyük bir bölümünü sosyal medyada geçirerek ekran bağımlısı olma durumu bireyi sosyal hayattan koparmıştır. Castells'in (2008) tanımladığı "Ağ toplumu", iletişim kurma biçimlerini yeniden şekillendirmiştir. Bu bağlamda dijitalleşmeyle ortaya çıkan, ağlarda oluşan yeni ilişki tarzları toplumsal yapılarda dönüşüme neden olmuştur. Bu dönüşümün artan bir şekilde hayatımıza yansımaları görülmektedir.

Hayatın yoğun akışından kaçmak için zamanının büyük bir bölümünü sosyal ağlarda geçiren kişiler çevresinden uzaklaşarak yalnızlaşmaktadır. Bu yeni sosyalleşme biçimi, toplumsal yapıda değişim ve dönüşümlere yol açmaktadır. Bireyi, gerçek ortamlarda kurulan iletişimden koparan, ekrana bağlayarak hem kendine hem de içinde bulunduğu topluma yabancılaştıran bir süreci yaşamalarına yol açmaktadır. Gerçeği anlamsızlaştıran birey, hayatının kontrolünü kaybetmektedir. Böylece sanal bir dünya yaratan sosyal medya bir yanılsama ortamı oluşturmaktadır. Bu yanılsama ortamında birey başkalarını arayarak benliğinden uzaklaşmaktadır (Baudrillard, 2005).

KAVRAMSAL OLARAK SOSYALLEŞME

İletişim, insanın sosyal yaşamdaki varlığı ve bunun sürekliliği için temel bir ihtiyaçtır. Sosyalleşme süreci, kişinin çevreyle kurduğu bu ilişkiyle gerçekleşmektedir. Böylece birey, toplumla sağlıklı bir bağ kurarak sosyalleşmektedir.

Kelimenin kökünün Latince'deki "socialis" kelimesinden geldiği ve "birleşmiş, başkaları ile yaşam" anlamında kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Bir isim olarak sosyal kelimesi ise "arkadaşça toplanma" anlamında ilk defa 1870 yılında kullanılmıştır (Online Etymology Dictionary, 2021).

Sosyalleşme kavramını ilk kullanan E. Durkheim'dır. Durkheim sosyalleşme kavramını, "yetişkin kuşakların, yetişmekte olan kuşakları sosyalleştirmesi, toplumsal hayata alıştırması, ruhsal, zihinsel ve ahlaki yönden yetiştirmesi" olarak açıklamıştır (Shaver, 1981, s. 125-132).

Sosyalleşme, bireyin toplumsal yapı içerisinde kişilik kazanarak toplumla bütünleşmesi olarak ifade edilmektedir. İnsanın doğumundan itibaren başlayan süreçte varlığını sürdürebilmek için gösterdiği tüm faaliyetleri kapsamaktadır. Söz konusu faaliyetler bireyi sosyalleştirerek toplumun bir parçası haline getirmektedir. Kişi bu süreçte bilgi ve beceri kazanarak, değer ve normları öğrenerek, sosyal çevresini içselleştirerek topluma adapte olmaktadır (Tolan, 1996).

Berger ve Luckmann, "Gerçekliğin Sosyal İnşası" teorisiyle sorgulamadan gerçekliği olduğu gibi kabul ederler. Sosyal yaşamın gerçekliği objektif olarak başlar sonrasında subjektif olarak kendini gösterir. İnsanın var olması ve varlığını devam ettirebilmesi çevresiyle kurduğu ilişkiyle mümkün olmaktadır. Kurulan ilişkilerden ortaya çıkan kurallar bir düzen oluşturmaktadır. Bu sosyal düzen meşrulaştırılarak nesilden nesile aktararak sürekliliği sağlanır. Birey, ailede başlayan sosyalleşme süreciyle toplumun onayladığı tutum ve davranışları benimseyerek bir kimlik ortaya koyar (Berger & Luckmann, 1966, s. 83-90).

Bireyin toplumsal yapı içerisindeki tutum ve davranışlarını belirleyen, kimlik kazanmasını sağlayan bir süreci kapsayan sosyalleşme, hem sosyal psikolojinin

aynı zamanda hem de toplum bilimlerinin içinde bulunan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Tolan, 1996).

Sosyalleşme sürecinde başkalarının bizim hakkımızda ne düşündüğü kişi için oldukça önemlidir. Bireyin başkaları tarafından nasıl görüldüğünü Cooley “ayna benlik” kavramıyla ortaya koymuştur. Sosyalleşme, bireyin sosyal etkileşimde bulunmasıyla ortaya çıkarak şekillenmektedir.

Sosyalleşme, toplumsal yapı içerisindeki kompleks ve düzensiz hali organize eden, kurallar ve normlar getiren tekrar edilen davranışlar bütünü şeklinde tezahür etmektedir (Goffman, 1974).

Sosyalleşme süreci insan hayatında aşamalı olarak gerçekleşmektedir. İlk aşaması, doğumundan çocukluk dönemine kadar ki süreci kapsamaktadır. Bu evre aile içerisinde gelişmektedir. İkinci aşama ise, gençlik ve yetişkinlik dönemiyle devam etmektedir. Ailede başlayan sosyalleşme mahalle, okul, toplumsal gruplar ve iletişim araçlarının devreye girmesiyle olgunlaşma göstermektedir (Giddens, 2005, s. 25-28).

YENİ BİR SOSYALLEŞME ALANI SOSYAL AĞLAR

Kavram, 1954’te ilk defa Barnes tarafından ortaya atılmıştır. Barnes sosyal ağları, “kişiler arasındaki tesadüfen tanışmalardan ailevi bağlara kadar dayanan ilişkilerin bir haritasıdır” şeklinde ifade etmiştir (Aksüt, Çelikkanat, Balaban, & Ateş, 2012, s. 72). Tanımda, sosyal medyada oluşan yeni iletişim biçimi açıkça ifade edilmektedir. Sosyal medya sosyalleşmenin bir aracı haline gelmiştir.

İnternet ve sosyal ağlar toplumsal yapıda var olan sosyalleşme şekillerinden farklı bir yapıyı ortaya koymaktadır. Ağlar, bireyin kendini ifade etmesine olanak tanıırken diğer yandan ortamda bulunanlarla etkileşime geçme imkânı sunmaktadır. Sosyal medyanın özelliklerinden kaynaklı olarak haber alma, oyun oynama, alışveriş yapma, arkadaş bulma, iletişime geçme gibi pek çok etkinlik gerçekleştirilmektedir. Kullanıcının zamanının büyük bir bölümünü geçirdiği bu alanlar, gerçek sosyal faaliyetlerin sürdürülmesinin ötesinde sanal bir gerçeklik oluşturmaktadır. Bu anlamda sosyal ağlar tüm sosyalleşme biçimlerinden apayrı bir yerde durmaktadır. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte sosyal yaşamda etkileşime geçilen fiziksel ilişkiler ve edinilen değer ve davranışlar yerini sanal ortamlara bırakmıştır. Bu alanlarda birey, içinde yer aldığı sosyal cemaatlere göre kendisini ve yaşamını biçimlendirmektedir (Karaboğa, 2018).

Günümüz ağ toplum yapısının sosyalleşme süreci üzerine etkisini, McLuhan (2005), teknolojilerin sosyal alanları yeniden şekillendirdiğini belirterek açıklamıştır. Bell (1996), endüstri sonrası toplumu tanımlarken, bilginin üretilmesini ve bilginin dolaşımını ön plana çıkarmaktadır. Castells (2008) ise, ağ toplumunda toplumsal yapılanma süreçleri ve bilginin dolaşımının ağ üzerinden gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

Teknoloji ve toplum sürekli etkileşim içinde olmuştur. Günlük yaşamın hızlı akışı içerisinde bireyin sosyal bir takım ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. Söz konusu ihtiyaçların karşılanması noktasında sosyal ağlar devreye girerek kişinin, kendini ifade etmesine ve toplumda konumlanmasına olanak sağlayan bir unsur olmuştur. Sosyal paylaşım ağları ve birey arasındaki kaçınılmaz etkileşim sosyalleşmenin yeni biçimlerine yol açmaktadır (Altunay, 2015). İletişim teknolojileri ve toplumsal yapı arasındaki ilişki karşılıklı etkileşime neden olmuştur. Dijitalleşmeyle beraber sosyal ağlar toplum üzerinde değiştirici ve dönüştürücü bir etki yapmıştır (Dijk, 2006, s. 156).

Dijital medyanın ortaya koyduğu, yeni iletişim biçimlerinin şekillendiği ağlarda zaman ve mekân kavramlarının boyutu değişmiştir (Dijk, 2006). İş zamanı ile serbest zaman arasındaki ayrımlar ve sınırlar bulanıklaşmıştır. Ağ toplumunun oluşturduğu yapı geleneksel yaşam alanını tamamen değiştirerek iş ve serbest zaman birbirine karışmıştır. Sosyal yaşamda var olamayan bireyler dünya görüşleri doğrultusunda bir gruba dahil olmaktadır. Sosyal ağlar her bir ferde eşit ortamlarda özgürce kendini ifade etme fırsatı vererek sosyalleştirmektedir.

Günümüzde teknolojinin gelişmesi beraberinde bilgi akışını hızlandırmıştır. Kesintisiz, günün her saatinde işlevselliği olan ve Harvey'in (1999, s. 270) "zaman-mekân sıkışması" olarak adlandırdığı durum ortaya çıkmaktadır. İnternetle birlikte artık birey zaman ve mekandan bağımsız olarak eğitimden alışverişe günlük aktiviteleri zahmetsizce gerçekleştirebilmektedir. Teknolojinin baş döndüren hızı, sosyal hayata ilişkin alışkanlıkları gerçekliklerinden sanal bir alana taşımıştır (Çizmecici, 2015).

Sosyal paylaşım ağları yüz yüze iletişimin yerine geçerek yeni sosyalleşme biçimlerini ortaya çıkarmıştır. Bireyler bu ortamlarda her türlü duygu ve düşüncelerini paylaşarak, eğlenerek zamanlarının büyük bir bölümünü geçirmektedirler. Sosyal ağlar, günlük hayatın yorucu temposundan bir kaçış olarak gören kişinin her anlamda yaşam pratiklerini gerçekleştirdiği sosyalleşme olgusu üzerinde çok önemli bir etkisi bulunmaktadır (Ünal, 2015).

Araştırmalar, özellikle çocuk ve genç nüfusun rahat ortamlarından ayrılmadan klavye başında geçirdikleri sürenin giderek arttığını göstermektedir. Mekândan bağımsız, karşılıklı iletişim olmadan girilen yeni sosyal ilişki biçimlerinin gerçekleştiği ağlardaki bu durum sanal sosyalleşme şeklinde ortaya çıkmaktadır (Online Etymology Dictionary, 2021).

Bunların sonucunda sosyal medyanın, gerçek ilişkilerin azaldığı yeni sosyalleşme biçimlerine ve bir takım kaygı bozukluklarına yol açtığı görülmektedir.

SOSYAL MEDYADA GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU: FoMO

FoMO (Fear of MissingOut) kavramı, birçok çalışmada, "fırsatı kaçırma", "bir şeylerden geri kalma", "gündemi kaçırma", "sosyal bir etkileşimden haberdar

olamama”, “eksik kalma”, bağlantıda kalamama”, “deneyimlerden eksik kalma” ve “yoksun olma” gibi korkular olarak açıklanmıştır. Bu anlamda FoMO, sosyal medya korkularının meydana getirdiği “kaygı” ya da “takıntı” durumunu yansıtabilmektedir (K.Przybylski, Murayama, & Gladwell, 2013).

FoMO kavramı, ilk olarak 2010 yılında Voboril tarafından dile getirilmiştir. Toplumsal yaşamda ortaya çıkışı ise, JWT (James Walter Thompson Intelligence-2012) raporuyla 18-34 yaş aralığında olanların %70’nde görüldüğü açıklanmıştır (Güngör, 2021). Kavram, 2012 yılında Dan Herman tarafından pazarlama malzemesi olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Gelişen iletişim teknolojilerinin kullanımı beraberinde tüketici davranışlarında da değişimlere neden olmuştur. Herman’a göre (2012), FoMO sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu olarak ortaya çıkmış olsa da zamanla değişen tüketim anlayışıyla tüketici davranışlarına yansımıştır. Sanal ortamlarda sürekli tüketme isteği sunulan pek çok alternatifi kaçırma endişesini tetiklemektedir (Herman, 2012, s. 3).

Kavram, Öz-Belirleme Teorisi’inin sosyal yaşamdaki bireyin başkalarının tutum ve davranışlarından etkilendiği görüşüne dayanmaktadır (Deci & Williams, 1996). Sosyal medyayla birlikte gündemimizde yer alan FoMO, pek çok teorik temele de dayandığı ileri sürülmektedir. Söz konusu teoriler, Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Dışlanma Teorisi ve Sosyal Karşılaştırmalar Teorisi olarak ifade edilmektedir (Argan & İpek, 2018, s. 45-114).

FoMO fırsatı, yenilikleri ve imkânları kaçırma korkusuyla her şeye sahip olma isteğinin bir yaşam biçimine dönüşmesi olarak tanımlanmaktadır. Birey, başkalarının ne yaptığıyla ilgilenerek eksik kaldığı hissine kapılmaktadır (Hayran, Anik, & Gürhan-Canlı, 2016, s. 468). Sürekli olarak ihtiyaçların ortaya çıkması ve karşılanmama hali bireyi sosyal medya tüketicisi durumuna getirmiştir (Jood, 2017, s. 29). FoMO, diğerlerinin deneyimlediklerini daha eğlenceli bularak onları takip etme arzusu içinde olmaktır. Dolayısıyla geri kalma endişesi, bir şeyleri kaçırma korkusu, her şeyden haberdar olma isteği bireye eksik kalma duygusunu yaşatarak psikolojik sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir (Marie & Grybś, 2013, s. 268).

Sosyal medya, kullanıcıların boş zamanlarını geçirdikleri alanlarken daha çok tıklanma, takip etme gibi bireylere verdiği hazdan dolayı tüm zamanın geçirildiği ortamlar haline gelmiştir. Hatta dinlenme ve uyku zamanlarının yok olduğu sosyal ortamlar, bir takım fiziksel ve ruhsal bozukluklara neden olmaktadır.

Bireyi çok çalışarak başarıya ve daha çok tüketime yönlendiren anlayış, kişinin ruhsal dünyasında sorunlar yaşamasına yol açmaktadır. Tüketim toplumunun insanı “kar getirmesi gereken bir girişim” olarak gördüğünü savunan Fromm’a

göre, yaşam bu döngüde anlamını yitirmiştir (Horkheimer & Adorno, 2010, s. 18), (Fromm, Sağlıklı Toplum, 2005, s. 165).

Bireyin tüm zamanını dokunmatik olarak sanal ortamlarda geçirmesi hareketsiz toplumsallaşma kavramını gündeme getirmiştir.

HAREKETSİZ TOPLUMSALLAŞMA

Hareketsiz toplumsallaşma kavramı, internetle birlikte kurulan yeni ilişki biçimlerine açıklık getirmesi açısından oldukça önem taşımaktadır.

Ağlar üzerinden gerçekleştirilen yeni sosyalleşme biçimini Bakardjieva hareketsiz toplumsallaşma olarak kavramsallaştırmaktadır (Bakardjieva, 2003, s. 291). Çevrimiçi ve çevrimdışı yürütülen günlük faaliyetler arasındaki ayırım giderek yok olmaktadır. Hareketsiz toplumsallaşma kavramı, çevrimiçinde oluşturulan yeni sosyal ilişkilere gönderme yapmaktadır (Binark, vd.. 2009, s. 195). Dijitalleşmenin oluşturduğu yeni yapılanmaları açıklamakta eski kavramlar yetersiz kalmaktadır. Bu yüzden hareketsiz toplumsallaşma kavramı alana büyük katkı sağlamıştır (Subaşı, 2005, s. 111).

İnternet ve sosyal ağlarda oluşan yeni sosyalleşme alanları bireyin konforunu en üst seviyeye çıkaran işlevleriyle hareketsiz toplumsallaşmayı beraberinde getirmektedir. Bu durum bireyi, sanalda sosyalleştirirken öte yandan yalnızlaştırmaktadır (Binark, 2007, s. 23). Bu alanlar zaman, para ve emek harcamadan bilgiye ulaşmada sınırsız içerik sunmaktadır. Kesintisiz her durumda ve her ortamda etkileşimi sağlamaktadır. Gerçekliğin silikleştiği sanal ortamlar, sanal ilişkiler ortaya çıkarmıştır. Sosyal ağlarda, günlük aktivitelerin tek tuşla halledilebilmesi hareketsiz toplumsallaşmanın oluşmasında önemli bir etken olarak görülmektedir. Geline nokta sosyal ağlar yeni sosyalleşme biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Çambay, 2015).

Sanal sosyalleşmenin yaygınlık kazanması beraberinde hareketsiz ve gerçeklikten uzak yeni sosyalleşme biçimlerini ortaya çıkarmıştır. Bireylerin hareketsiz bir şekilde sanal ortamlarda var olmaları, sosyalleşmenin temel fonksiyonu olan fiziksel olarak birarada olma durumunu yıpratmaktadır. Bu durum, bireyin mutsuzluğuna yol açarak psikolojik ve sosyolojik açıdan bir takım sorunlara neden olmaktadır. Bunun sonucunda da, yoğun enformasyon akışı içerisinde kaybolan yalnız bireylerin sosyal çevrelerine yabancılaştığı toplumsal yapılar oluşmaktadır (Çambay, 2015).

Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birey ve toplum yapısında meydana gelen değişimler, bireylerin klavye başında sosyalleşmelerine yol açmıştır (Yengin, 2012, s. 92-97).

YABANCILAŞMA

Günümüz dijital dünyasında sosyoloji, psikoloji gibi pek çok alanın konusu olan yabancılaşma iletişim alanında da ele alınması gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet ve sosyal medyanın her an her yere ulaşabilirliği, günlük aktivitelerin kolaylıkla yapılabilirliğini mümkün kılmasına karşılık gerçeklikten uzaklaştırma tarafıyla yalnızlığı ve yabancılaşmayı kaçınılmaz kılmaktadır.

Yabancılaşma kavramını, felsefi zeminde ilk kullanan G. W. F. Hegel'dir. Hegel, yabancılaşmayı çok eski tarihlere kadar götürür. Kendini geliştiren birey yabancılaşır. Yabancılaşan bireyse, gerçeklikten uzaklaşır (Hegel, 1986, s. 296). Hegel, insanın kendine yabancılaşmasını ele alarak felsefenin tartıştığı alanlardan biri haline getirmiştir. Feuerbach ise, yabancılaşmayı salt insana dayandırmaktadır. Bu anlamda Marx (2015) ise, Hegel ve Feuerbach'tan esinlenerek insanın emek ve ürettiklerine yabancılaştığını savunmaktadır. Bir süre sonra içinde yer aldığı üretim sürecinin bireyi kontrol etmeye başladığı görülmektedir. Yabancılaşma günümüz nesnelere dünyasını üretmiştir. Marx, yabancılaşmış emek kavramına pek çok açıdan yaklaşarak anlamlandırmıştır (Göymen, 2007).

Marx (2015, s. 87) "yabancılaşmış emek" kavramını, üretim sürecinin bireyin hayatını devam ettirmek için bir araçken sonrasında kendisinin üretimin bir aracı haline gelmesiyle yabancılaşması şeklinde açıklamıştır.

Yabancılaşan bireyi ele alan ve tanımlamasını yapan diğer bir kuramcı da Erich Fromm'dur. Yabancılaşma süreciyle birlikte bireyin yaşamı, tüketerek daha özgür ve daha mutlu olabileceğine indirgenmiştir. Bu da kişinin kendini birey olarak ortaya koymasına engel teşkil etmekte ve kitleye dahil olmaya zorlamaktadır. Sosyal yaşamın içinde yer alan kişi süreç içerisinde hem kendisinden hem de çevresinden kopmuştur. Böylece hayatını kontrol edemez duruma gelmiştir. Sürekli tüketerek mutlu olmaya çalışan açlığını çektiği mutluluğa ulaşamayınca tekrar tüketme çılgınlığına devam etmektedir. Bu kısır döngü içerisinde benliğini kaybetmektedir (Fromm, 1981, s. 74).

Sosyal medya ortamları hayatın akışını kolaylaştıracak çok fazla seçenek sunmaktadır. Birey ağlarda, farklı motivasyonlarla paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu yüzden kullanıcılar zamanının büyük bir bölümünü burada geçirmektedir. Söz konusu ortamlarda duygu, fikir, tutum ve yaşam tarzları paylaşılmaktadır. Sunulan paylaşımlar kullanıcıları etkileyerek birey ve toplum yapısını yeniden şekillendirmektedir. Böylece birey, klavyenin karşısında sosyalleşirken diğer taraftan gerçek ortamlardan uzaklaşarak asosyalleşme eğilimi göstermektedir. Bunun sonucunda da yabancılaşma kaçınılmaz olmaktadır. Sosyal ağların bireyin hayatını değiştirmedeği yalnızca katkıda bulunduğu yönündeki yaklaşımın yanı sıra

ağların kesinlikle doğrudan etkileme ve yönlendirme gücüne sahip olduğu görüşü de yer almaktadır (Yılmaz A. , 2016, s. 306).

Günümüz iletişim teknolojileri bireyin faaliyetlerini metalaştırarak tüketim olgusuna dönüştürmüştür. Duygu, düşünce, inanç ve kanaatler yeniden inşa edilmektedir. Yeniden üretilen ürünler kullanıcılar tarafından içselleştirilmektedir. Birey, zaman içerisinde ürettiklerinin kölesi haline gelerek anlamlandırdıkları değersizleşmektedir. Bu süreç onu yalnızlaşmaya, benliğini kaybetmeye dahası yabancılaşmaya götürmektedir. Yabancılaşma, pek çok alanın da ilgilendiği bir kavram olarak ele alınmıştır. Hatta kavramı daha ileri boyutta değerlendiren yaklaşımclar, bireyin makineleştiği ve köleleştiği yorumunu yapmaktadırlar. Theodor W. Adorno'nun ifade ettiği gibi, "bunalım, yalnızlaşma, kişiliksizleşme, kimlik yitimi ve nesneleşme" kaçınılmaz olmuştur (Tolan, 1981, s. 233).

Sosyal ağlar günümüzde gündelik yaşamın tüm alışkanlıklarını sanallaştırarak geleneksel yapıyı yeniden biçimlendirmektedir. Hayatın hızına yetişmeye çalışan birey, sosyal yaşam içerisindeki ilişkilere zaman ayıramamaktadır. Bu durum bireyi ekrana daha da bağlayarak iletişim şekillerin de farklılıklara neden olmuştur. Bu bakımdan bireyi çevresinden koparıp yalnızlaşmasına ve yabancılaşmasına yol açmıştır (Karagülle & Çaycı, 2014, s. 2).

Günümüzde birey internetle sunduklarıyla her türlü enformasyona zahmetsizce ulaşabilmektedir. Günlük aktivitelerin dijital teknolojilerle hızlı bir şekilde yapılmaktadır. Sanal ortamlarda gündemi kaçırmadan takip ederken kendi gerçekliklerini kaçırmaktadırlar. Dolayısıyla sanal ve gerçeklik iç içe geçerek karışıklığa neden olmuştur (Çizmecı, 2015, s. 84).

Sosyal medya, bir taraftan bireyin günlük ihtiyaçlarını giderdiği diğer taraftan kendini ifade ettiği, duygu ve düşüncelerini dile getirdiği, diğerleriyle paylaştığı ve sosyalleştiği alanları James Lull "Doym Modeli" teorisiyle açıklamaktadır (Giddens, 2012, s. 656). Bu durum ekran karşısında uzun sürelerin geçirilmesiyle bağımlılığa neden olmaktadır (Cabral, 2011, s. 6).

Teknolojinin ilerlemesi, kendini yenilemesi bireyin hayatını kolaylaştırmasının ötesine geçmiş, onu ele geçiren bir araca dönüşmüştür. İletişim teknolojileri, bireyin tüm yaşamsal alanlarını değiştirmiştir. Yaşanan bu gelişmeler bireyin bir başına kalması ve sosyal çevrenin dışında bırakılması sonucunu getirmiştir (Çakır, 2014, s. 200). Bookchin'in (1996, s. 25) belirttiği gibi; "Teknoloji insanlığın bir uzantısı olmaktan çıkmış; insanlık teknolojinin bir uzantısı haline gelmiştir."

İletişimin dijitalleşmesiyle birlikte gerçekliğin ötesinde sanal bir yaşam sunan sosyal medya bireyin kendini yeniden gerçekleştirdiği alanlar haline gelmiştir. Kullanıcılar, söz konusu platformlarda üretirken, ürettiklerini paylaşarak, beğeniyerek kendini gösterir. Beğeniler doğrultusunda olmak istediği kimliği oluşturur. Bu durum, sürekli başkalarının onayladığı benliği sunarak bireyi kendi

benliğinden uzaklaştırmaktadır. Sonucunda yaşanan süreçte kişi var olan benliğine yabancılaşmaktadır. Birey sosyal medyada ürettiklerinden ziyade tükettiklerine göre şekillenir hale gelmiştir.

SONUÇ

İletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi günlük yaşantımızda bireyin ilişkilerini, davranış biçimlerini ve yaşam tarzlarını değiştirmiş ve dönüştürmüştür. İnternetle birlikte hayatımızın vazgeçilmezi haline gelen sosyal ağlar bireyin sosyalleşme biçimlerine, iletişim süreçlerine, sosyalleşme alanlarına etki ederek farklılaştırmıştır. Bu farklılaşma süreciyle zaman ve mekân sınırlarının kaybolduğu ağlarda yeni kimliklerin inşa edildiği sosyal alanlar oluşmuştur.

Günümüz iletişim teknolojilerinin sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirilen anlık mesajlaşma, haber alma, öğrenme, paylaşma, kamuoyu yaratma, tepki oluşturma gibi sağladığı olanaklarının yanında yeni sosyalleşme biçimiyle bireyin kendine ve içinde bulunduğu topluma yabancılaşması gibi olumsuzluğu da beraberinde getirmiştir.

Bu bağlamda yüz yüze iletişimin yerini alan sosyal ağlardaki sosyalleşme alanları hareketsiz toplumsallaşmaya neden olmuştur. Dolayısıyla, izole olan birey gerçek ilişkilerden uzaklaşarak kendini daha rahat ifade ettiği, özgür hissettiği sanal ortamları tercih ederek yalnızlaşmıştır. Sosyal ağlarda var olmayı gerçek ilişkilere tercih eden birey topluma hatta çevresine ve ailesine yabancılaşmıştır.

Bunların sonucunda bireyin sosyal ağları bir araç olarak kullanmak yerine amaç haline getirmesi pek çok psikolojik ve sosyal sorunları gündeme getirmiştir. Bireyi, kalabalıklar içinde yalnızlaştırarak bireyselleştiren, asosyallığe iten sosyal ağlar yeni hastalıkların ortaya çıkmasına da neden olmuştur.

Sonuç olarak bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerin baş döndürücü hızı toplumdan soyutlanmış sosyal ağda varlık gösteren bireyi yalnızlaştırmasıyla yabancılaşma sorununu ortaya çıkarmıştır. Bunun günlük yaşamda bireysel ve toplumsal bir takım sonuçları görülmektedir. Sosyal ağlarda geçirilen uzun zamanlar bireyde sosyal izolasyona neden olmaktadır. Sınırsız ve özgür alanlarda bağımlı hale gelen birey kendisini yalnızlaştırıp topluma yabancılaştırmıştır. Sosyal ağ, kullanıcılar tarafından bilgi edinme, boş zaman geçirme, alışveriş, rahatlama ve birçok alanda kullanılmaktadır. Modern bireyin zamansızlıktan yaşadığı pek çok sorununa, sosyal platformların çözüm getirmesi bireyi biraz daha ekran bağımlısı haline getirmiştir. Söz konusu bağımlılık her geçen gün daha fazla zamanın bu alanlarda geçirilmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu paradoks birey ve toplum üzerinde çok büyük etkilere yol açabilmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, bireyin kendisine ve topluma yabancılaşmasında sosyal medyanın etkisini ortaya koymak açısından önem arz etmektedir.

Bu sorunsalın çözümü üzerinde yürütülen çalışmaların faydalı olacağı, bu noktada sosyal ve psikolojik açıdan sağlıklı birey ve toplum yapılanması için alana katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

Aksüt, M., Çelikkanat, A., Balaban, S., & Ateş, S. (2012). İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği). *XIV.Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (s. 71-76). Uşak: Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya. *Selçuk İletişim* , 9 (1), 410-428.

Argan, M., & İpek, M. T. (2018). Keşke Olsaydım! Bir Fomo Tüketicinin (fomsumer) Anatomisi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi* , 9 (1), 43-57.

Babacan, M. E. (2015). *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul: Açılım Kitap.

Bakardjieva, M. (2003). Virtual Togetherness: An Eeveryday Life Perspective . *Media, Culture&Society* , 25 (3), 291-313.

Baudrillard, J. (2005). *İmkansız Takas*. (A. SÖNMEZAY, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bell, D. (1996). *The Cultural Contradictions Of Capitalism*. New York: Basic Books.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction Of Reality*. USA.

(2014). N. Bilgin içinde, *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Siyasal Kitapevi.

Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu*. (M. Binark, Dü.) Ankara: Dipnot Yayınları.

Binark, M., Yıldırım, A., Aygül, E., Börekçi, S., Çomu, T., & Toprak, A. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım!"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Bookchin, M. (1996). *Ekolojik Bir Topluma Doğru*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Cabral, J. (2011). Is Generation Y AddictedtoSocial Media? *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications* , 2 (1), 6.

Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

- Çambay, S. O. (2015). Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 5 (2), 237-347.
- Çizmecici, E. (2015). Yeni Medya ve Serbest Zaman. E. Ç. Ümit içinde, *İletişim Çalışmaları* (s. 81-99). İstanbul: Derin Yayınları.
- Deci, E. L., & Williams, R. M. (1996). Need Satisfaction and The Self-Regulation Of Learning. *Learning and Individual Differences* , 8 (3), 165-183.
- Dijk, J. V. (2006). *The Network Society*. (J. V. Dijk, Dü.) London: Sage Publications.
- Fromm, E. (2005). *Sağlıklı Toplum*. İstanbul : Payel Yayınları.
- Fromm, E. (1981). *Yeni Bir İnsan Yeni Bir Toplum*. (N. Arat, Çev.) İstanbul: Say Kitap.
- Giddens, A. (2012). *Modernliğin Sonuçları*. (E. Kuşdil, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2005). *Sosyal Teorinin Temel Problemleri*. (Ü. Tatlıcan, Çev.) İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Giddens, A. (2005). *Sosyoloji*. (C. Güzel, Dü.) Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Goffman, E. (1974). Çerçeve Analizi: Deneyim Teşkilatı Üzerine Bir Deneme. E. Goffman içinde, *Frame Analysis* (s. 600). Boston : Northeastern University Press.
- Göymen, A. Y. (2007). Hegel ve Marx'ın Tarih Anlayışlarının Karşılaştırılması. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi (Siyaset Bilimi) Anabilim Dalı* , 153.
- Güngör, M. (2021, 02 15). *News4mind*. 10 11, 2021 tarihinde News4mind: <https://www.news4mind.com/yasamak-degil-bizi-bu-fomo-oldurecek/> adresinden alındı
- Harvey, D. (1999). *Potmodernliğin Durumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Hayran, C., Anik, L., & Gürhan-Canlı, Z. (2016). Exploring the Antecedents and Consumer Behavioral Consequences of "Feeling of Missing Out (FOMO)". *ACR North American Advances* , 661-662.
- Hegel, G. W. (1986). *Tinin Görüngübilimi*. (A. Yardımlı, Çev.) İstanbul: İdea Yayınları.

- Herman, D. (2012). *The Fear of Missing Out by Dan Herman*. danherman.com: [http://www.danherman.com/The-Fear-of-Missing-Out-\(FOMO\)-by-Dan-Herman.html](http://www.danherman.com/The-Fear-of-Missing-Out-(FOMO)-by-Dan-Herman.html) adresinden alınmıştır.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (N. Ülner, & E. Ö. Karadoğan, Çev.) İstanbul: Kabalıcı Yayınları.
- Jood, T. E. (2017). *Missing the present for the Unknown: The relationship between Fear Of Missing Out (fomo) and Life Satisfaction*. Africa: University of South Africa.
- K.Przybylski, A., Murayama, K., & Gladwell, C. R. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29 (4), 1841-1848.
- Karaboğa, T. M. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri. *Mertsin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14 (3), 912-936.
- Karagülle, A. E., & Çaycı, B. (2014). Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4 (1), 1-9.
- Marie, A., & Grybś, M. (2013). Modern Trends in Consumer Behaviour in Era of E-communication. *Studia Ekonomiczne*, 263-273.
- Marx, K. (2015). *Kapital 1. Cilt*. (M. Selik, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- McLuhan, M. (2005). *Yaradığımız Medya*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Turkuaz Kitap.
- Nurluoğlu, G. (2021, 04 27). *Gamze Nuroğlu - We Are Social, 2021 Raporu*. 10 11, 2021 tarihinde Gamze Nuroğlu: <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/> adresinden alındı
- Online Etymology Dictionary*. (2021, 10 11). Online Etymology Dictionary: <http://www.etymonline.com> adresinden alınmıştır.
- Shaver, K. G. (1981). *Principles of Social Psychology*. Cambridge: Winthrop publishers.
- Subaşı, N. (2005). İnternet ve Sanal Cemaat Tartışmaları. N. Subaşı, M. Binark, & B. Kılıçbay (Dü) içinde, *İnternet, Toplum, Kültür*. Ankara: Epos yayınları.
- Tolan, B. (1981). *Çağdaş Toplumun Bunalımı*. Ankara: A.İ. T.İ.A.
- Tolan, B. (1996). *Toplum Bilimlerine Giriş*. Ankara: Murat & Adım yayıncılık.

Ünal, A. T. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Marmara Üniversitesi(Yayınlanmamış doktora tezi)* , 1-250.

Yengin, D. (2012). *Dijital Oyunlarda Şiddet*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Yılmaz, A. (2016). Nesnelerin İnterneti: İnternetin Evrimi. M. G. Genel içinde, *Yeni Medya Araştırmaları-2* (s. 306). Ankara: Ekim Yayınları.