



# GENÇLİK VE SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİ

ARŞ. GÖR. HATİCE DURAN OKUR\*

## Giriş

İnsanoğlu, teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim açısından tarih içinde gelinebilmiş en geniş imkânların içinde yaşamaktadır. Günümüzde internet ve internetteki teknik gelişmeler sayesinde kurulan, Sosyal Paylaşım Siteleri olarak isimlendirilen web tabanlı sayfalar, bireylerin hem kendilerini ifade etme biçimlerinde hem de birbirleriyle ilişki kurmalarında, en etkili kitle iletişim biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu iletişim ortamında hem fizikî mesafe ortadan kalkmakta hem de kitleler içerisine dâhil olurken, birey, muhatabıyla yüz yüze olduğunu hissedebilmektedir.

Teknolojinin çok hızlı bir şekilde değişmesi, bireylerin hayat tarzlarını etkilemektedir. Bu etki özellikle, yenilikçi ve dinamik özelliklerle nitelenen genç kuşaklarda, kendisini göstermektedir. Özellikle kuşaklar arası ilişkiler açısından bakıldığında, gençler arasında oldukça popüler bir iletişim aracı olarak kullanılmakta olan internetin ve sosyal paylaşım sitelerinin, gençlerin hayatında hem olumlu hem de olumsuz sonuçları bulunduğu öne sürülmektedir. Örneğin

\* İnönü Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi.

Özellikle kuşaklar arası ilişkiler açısından bakıldığında, gençler arasında oldukça popüler bir iletişim aracı olarak kullanılmakta olan internetin ve sosyal paylaşım sitelerinin, gençlerin hayatında hem olumlu hem de olumsuz sonuçları bulunduğu öne sürülmektedir.

en önemli iddialardan biri genç neslin eksik ve 'yanlış' sosyalleştiğine yöneliktir. Bu tür iddialar, özellikle kendi hayat tarzında internete yer vermeyen ya da sonradan sadece makul günlük ihtiyaçları giderme amacıyla kullanan daha yaşlı kuşaklar tarafından ortaya atıldığı düşünülebilir. Genç kuşaklar açısından internetle birlikte oluşan hayat tarzının, böyle bir teknolojinin kaçınılmaz bir sonucu olup olmadığı sürekli tartışılmaktadır. Bu tartışmalar sosyal realitenin hemen bütün birimlerinde yapılacak kadar genişlemiş, akademik çalışmaların da önemli bir konusu hâline gelmiştir. Türkiye'de konuya yönelik akademik çalışmalar son yıllarda artmaktaysa da henüz yeterli düzeyde olmadığı düşünülebilir.

### Gençlik ve Genç

İnsanın biyolojik, psikolojik ve sosyolojik boyutu ile önemli bir dönemini içeren gençlik çağı, bu anlamda insanın bedensel, ruhsal ve sosyal gelişmesinin ve kişiliğinin oluşmasında hassas bir dö-

nemi içinde barındırır. Biyolojik, psikolojik ve sosyolojik faktörler ve gerçekliklerin tümü, genç bireyin gelişmesinde aynı anda ve birlikte değişip gelişmediği için tek bir faktöre dayanarak bir gençlik tanımı yapılamamaktadır. Ayrıca gençlik dönemi, zamana ve toplumsal koşullara göre de değişiklik gösterebilmektedir.

Çeşitli açılardan tanımlanabilen gençlik, nüfus bilim açısından, 15-25 yaş kümesinin kapsadığı toplumsal küme olarak sınırlanmaktadır. Genel olarak 25 yaş üst sınır olarak benimsenmekle birlikte, alt sınır için farklı görüşler mevcuttur. Bazı araştırmacılar 25 yaşın altındaki tüm nüfusu gençlik olarak tanımlarken, Birleşmiş Milletler 12-25 yaş grubunu, Türkiye Resmi İstatistikleri 12-24 yaş grubunu gençlik olarak almaktadır (Armağan 2004: 5).

Gençlik tanımlarında yaygın olarak benimsenen yaş aralığı, eğitimde geçirilen yılların uzaması nedeniyle, son dönem Birleşmiş Milletler ve Avrupa Konseyi raporlarında, 15-29 olarak değiştirilmiştir. Bu değişim de, insan hayatının bu tip kategorilere bölünerek değerlendirilmesi, bu kategorilerin bizzat kendileri, tamamen

kültürel ve tarihsel olgular olup dönemin koşulları doğrultusunda yeniden ve yeniden tanımlanma ihtiyacında olduğunu bir kez daha göstermektedir (Yentürk-Kurtaran-Nemutlu, 2008: 4; aktaran Çebi-Şahin Akıllı 2011: 201).

Sosyolojide ise gençlik, biyolojik bakımdan genç olma durumunu yansıtmaktan ziyade, toplumsal düzeyde kurgulanmış bir adlandırma ya da atfedilmiş bir statü olarak düşünülen bir kavramdır (Marshall, 1999: 264). Toplumsal açıdan gençlik, nüfusun büluğa erme ile toplumsal hayatta tam sorumluluk alma dönemleri arasında kalan

kesim olarak tanımlanmaktadır. Gençlik dönemi, insanların toplumsal ve bireysel açıdan hareketli, en enerjik dönemidir. Toplumsal hayata hazırlık dönemidir (Armağan 2004: 6).

Berkay (1985)'a göre, "Toplum açısından genç bir birey ve bütünüyle gençlik, içinde dünyaya geldiği, yetiştiği, eğilmekte olduğu sosyal bünyeyi ve o bünyeye ait temel özellikleri, hem koruyacak hem de çağın gereklerine göre zenginleştirip geliştirerek kendisinden sonra geleceklere aktaracak bir sosyal potansiyeldir." (Bayhan 2003: 18). Bu çerçevede gençlik, toplumun itici gücüdür, onu yarınlara taşıyacak olandır, geleceğidir.

Gençlik dönemi, bireyin kişiliğini oluşturduğu, kültürel değerlerin ve kimliğinin belirlendiği, toplumda kendisine yer edinmeye çalıştığı bir dönemdir. Bu nedenle hem bireysel açıdan hem de toplumsal açıdan önemli olan gençlik döneminde, bireyin topluma uyum süreci olarak adlandırabileceğimiz sosyalleşme süreci de önem kazanmaktadır.

Sosyalleşme, bireyin doğumuyla başlayıp neredeyse bütün hayatı boyunca devam eden bir süreçtir. Sosyalleşmeyle birey, toplumun değerlerini, normlarını, örf ve âdetlerini, diğer bir ifadeyle toplumun kültürünü ve toplumun kendisinden beklediği rolleri öğrenerek hayatına devam eder. Sosyalleşme sürecinde aile, okul, arkadaş ve akran çevresi birey üzerinde etkili olurken, bunların yanında kitle iletişim araçları da bireyin hayatının her döneminde etkisini sürdürmektedir. Birey kitle iletişim araçlarını kullanarak boş zamanını değerlendirebilmekte, ilişkili olduğu sosyal çevresiyle, istekleri doğrultusunda vaktini kullanabilme imkânına sahip olmaktadır. Bu sayede birey, farklı sosyal çevreler edinebilmekte ve çok değişik ko-

Gençlik dönemi, bireyin kişiliğini oluşturduğu, kültürel değerlerin ve kimliğinin belirlendiği, toplumda kendisine yer edinmeye çalıştığı bir dönemdir.

nularla ilişki kurarak sosyalleşmesine katkıda bulunmaktadır. Günümüzde bireye bu imkânı sunan birçok kitle iletişim aracı bulunmaktadır. Son yıllarda bu araçlar içinde internet ve içeriğindeki çeşitli sosyal paylaşım siteleri, görece daha öne çıkmış durumdadır.

### **Sosyal Paylaşım Sitelerinde Gençlerin Yeri**

Gün geçtikçe hayatımızın önemli bir parçası hâline gelen internet ve internet teknolojisindeki gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan sosyal paylaşım siteleri, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gençlerin gözdesi durumundadır.

Bugün nerede olursak olalım internete erişmek çok kolay ve maliyeti oldukça ucuzdur. Ayrıca bireylerin internet üzerindeki sosyal ağlara ücretsiz olarak kayıt olabilmesi ve sunduğu hizmetlerden faydalanabilmesi, internet ve sosyal paylaşım sitelerinin yoğun olarak kullanılmasında önemli bir etkidir.

Sosyal paylaşım siteleri geliştirilmeden önce, internet üzerindeki iletişim elektronik posta ve anlık mesajlaşma siteleri aracılığıyla sağlanmıştır. Özellikle 1990’lı yılların ortalarında başlayan bu iletişim sistemi günümüzde yerini Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerine bırakmaya başlamıştır. Yazılı, işitsel ve görsel olarak mesajlaşmanın her çeşidine ilişkin araçları kullanıcılarına sunan bu siteler, sanal dünyada içerik oluşturma ve paylaşma platformu haline dönüşmüşlerdir (Değirmencioğlu 2011: 7).

İlk kez 1997’de kullanıma geçen sosyal paylaşım siteleri, 2006 yılında ve sonraki yıllarda daha çok gündeme gelmeye başlamış, her geçen yıl yeni özellikleri bünyesine katarak gelişmiş ve sayıları çok hızlı bir şekilde artmıştır.

Sosyal paylaşım siteleri, genel olarak kullanıcıların, kendileri ile ilgili kişisel bilgi ve haberleri verebileceği, arkadaş edinebileceği, aile, arkadaş veya akrabaları ile etkileşimli bir şekilde iletişim kurabileceği, fotoğraflarını, videolarını paylaşabilecekleri, çeşitli etkinlikler düzenleyebilecekleri web siteleridir (Eldeniz 2010: 26-27).

Bugün milyonlarca internet kullanıcısı, arkadaşlarıyla iletişimde olmak, yeni arkadaşlıklar kurmak ve fotoğraf, video, sosyal yer işaretleri, bloglar gibi kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikleri paylaşmak için binlerce sosyal paylaşım sitesini kullanmaktadırlar (Kim, Jeong, Lee 2009: 215).

Türkiye’de internet ve sosyal paylaşım siteleri kullanım oranları ve ülkedeki genç nüfusun payı düşünüldüğünde konu daha da önemli hâle gelmektedir. Türkiye’nin 2012 yılı sonu itibarıyla toplam nüfusu 75 627 384 kişi olup bunun % 16,6’sını (12 591 641 kişi) gençler oluşturmaktadır (TÜİK 2012: 1-3). Türkiye’deki

internet kullanıcılarının sayısı hızla artmaktadır. 2007 ile 2012 arasında internete erişimi olan hanelerin oranı iki kattan daha fazla artarak % 19,7'den % 47,2'ye ulaşmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu'na göre, yine 2007 ile 2012 arasında kullanıcı sayısı 21 milyondan 36 milyona çıkmıştır. İnternete evlerinden erişemeyen nüfus ise başka noktalardan internete erişebilmektedir. Tüm internet kullanıcılarının üçte biri iş yerinden, % 16'sı ise internet kafelerden erişim sağlamaktadır. Bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24'tür (TÜİK 2012: 1). Ayrıca gençlerin % 67,7'si bilgisayar kullanırken, gençlerde internet kullananların oranı % 65,8'dir (TÜİK 2011: 2).

Gençlerin sinema izlemeye bir ayda ayırdığı ortalama süre 1 saat 5 dakika, müzik ve sahne sanatları gösterisi izlemeye ayırdığı ortalama süre 1 saat 3 dakika ve internet kullanımına ayırdığı ortalama süre 5 saat 11 dakikadır (TÜİK 2011: 4).

Socialbakers (2013)'a göre, Avrupa'nın ortalama internet kullanımı 26.9 iken, Türkiye'de 31 saattir. Ayrıca Avrupa'nın en genç internet kullanıcıları Türkiye'dedir ve Türkiye sosyal medya kullanımında dünyada 6. sırada yer almaktadır. Bu veriler, Türkiye'nin geleceği olan genç nüfusun internet kullanımına ayırdıkları zamanın ne kadar fazla olduğunu ve bu bağlamda internetin etkisinin de ne kadar fazla olabileceğini göstermektedir.

Bugün Facebook'tan sonra dünyaca en gözde olan sosyal paylaşım siteleri "Twitter", "LinkedIn"dir (<http://www.ebizmba.com>). Alexa (2013)'a göre, Facebook, 31 Ağustos 2013 itibarıyla; Dünya'nın en fazla ziyaret edilen 2. sitesidir. Ayrıca Türkiye'de Google'dan sonra ziyaret edilen 2. internet sayfasıdır. Socialbakers (2013)'a göre, Facebook'un şu anda 1 milyardan fazla kullanıcısı bulunmaktadır. Türkiye 32.438.200 kullanıcıyla dünyada 7. sırada yer almaktadır. Türkiye'de Facebook kullanıcı profilleri incelendiğinde ise en yaygın grup 18-24 yaş aralığı olarak dikkat çekiyor. Kullanıcılar arasında 18-24 yaş aralığındaki % 34'lük bir kesim Facebook kullanırken, 25-34 yaş aralığı % 28, 35-44 yaş aralığı ise % 12 olarak dikkat çekmektedir. Facebook kullanıcı profilleri arasında 55 yaş üzeri ise % 17'lik bir dilimi oluşturuyor.

Gençlerin sinema izlemeye bir ayda ayırdığı ortalama süre 1 saat 5 dakika, müzik ve sahne sanatları gösterisi izlemeye ayırdığı ortalama süre 1 saat 3 dakika ve internet kullanımına ayırdığı ortalama süre 5 saat 11 dakikadır.

Gençlerin günde ortalama 53,5 dakikaları sosyal ağlarda geçmekte, bilgi paylaşımı da artık bu platformlarda gerçekleşmektedir. Sosyal ağlarda en fazla vakit geçirenleri ise 13-17 yaş arası gençler oluşturmaktadır. Yaş ilerledikçe sosyal ağlarda geçirilen süre azalmaktadır.

Türk Twitter kullanıcı sayısı 9.6 milyon. Türk kullanıcılar günde toplam 8 milyon tweet atıyor. 2012'de saniyede 20 tweet atan Türk Twitter kullanıcıları, 2013'te bu rakamı saniyede 92 tweete yükseltti. Fotoğraf, Twitter üzerinde en fazla paylaşılan içerik türlerinden biridir (<http://blog.monitera.com/>).

Yapılan Genç Türkiye Araştırması (2012), internet ve sosyal ağların gençlerin vazgeçilmez hâline geldiği, gençlerin sosyalleşme tarzının değiştiği, bilgisayar ve internette geçen sürelerin gün geçtikçe arttığı belirtilmektedir. Araştırmada, gençlerin üçte ikisi, bilgisayar kullanımının kendilerini daha fazla sosyalleştirdiğini belirtmektedir. Gençler bilgisayarlarını en çok sosyalleşme, eğlence ve bilgi-haber alma amaçlı kullanmaktadır. Gençlerin günde ortalama 53,5 dakikaları sosyal ağlarda geçmekte, bilgi paylaşımı da artık bu platformlarda gerçekleşmektedir. Sosyal ağlarda en fazla vakit geçirenleri ise 13-17 yaş arası gençler oluşturmaktadır. Yaş ilerledikçe sosyal ağlarda

geçirilen süre azalmaktadır.

Youth Insight (2011)'in yaptığı Sosyal Medya Araştırmasında, her 10 gencin 9'u sosyal medyada ve zamanlarının çoğunu (uyumadıkları zamanın yarısını) sosyal paylaşım sitelerinde geçirmektedir. Gençler, bütün bir hafta 50 saatini (25 saat hafta içi, 25 saat hafta sonu) sosyal medyada geçirmektedir. Gençlerin Facebook'ta ortalama 415 arkadaşları var, üniversite öğrencilerinin ortalama arkadaş sayısı 400 iken, lise öğrencilerinin ise 439'dur. Üniversitelilerin % 71'i en çok akşam 20.00-02.00 arası Facebook'a giriyor. Liselilerin ise % 67'si 16. 00-00.00 arası Facebook'ta daha çok vakit geçiriyor. Gençlerin tamamına yakını her gün Facebook'u ziyaret ediyor. Twitter hesabı olanlar ise haftada en az 4 kere hesaplarına giriş yapıyor ve tweetleri takip ediyor.

Yapılan araştırmalara göre, son yıllarda sosyal paylaşım sitelerinin hızlı bir şekilde büyümesi, özellikle gençler ve genç yetişkinler arasında oldukça popüler olması, bu sitelerin artık birçok birey için ana iletişim teknolojisi hâline geldiğini göstermektedir (Ofcom 2008: 5).

### Gençler Sosyal Paylaşım Sitelerinde Ne Yapıyor/Nasıl Sosyalleşiyor?

İnternet teknolojisinin gelişmesi, toplumsal hayat üzerinde belirgin etkiler meydana getirerek toplumsal iletişim ve bireyler arası ilişki kalıplarını değiştirmektedir (Aktaş 2007: 122). Ancak internetin bireyler arası ilişkiler üzerine etkisi konusunda farklı görüşler mevcuttur. Bazıları internetin yeni ve daha iyi bir iletişim sağladığını öne sürerken, bazıları internetin bireyleri topluluk ve ailelerinden uzaklaştırdığını iddia etmektedirler (Wellman vd. 2001: 436-438). Kraut ve arkadaşlarının (1998: 1017-1031) yaptığı çalışmada, yoğun internet kullanımı, bireylerin hanedeki aile üyeleri ve sosyalleştiği çevre ile iletişiminin düşmesi ve bireyde depresyon ve yalnızlık hissini artırması ile ilişkilendirilmiştir. Sanders ve diğerlerinin (2000: 237-242) yaptığı çalışmada, yoğun internet kullanan bireylerin ebeveynleriyle ve arkadaşlarıyla daha zayıf ilişkileri olduğu ifade edilmiştir.

Konuya yönelik bir bakış açısı getiren “sosyal ağ teorisi” ise, birçok insanın sosyal olarak birbirine bağlı olduğunu ve birbirleri ile çeşitli araçlar yoluyla iletişime geçmeyi tercih ettiklerini ve internetin, sosyal ağlara katılım yoluyla, bireylerin birbirleri ile iletişime geçmesine ve coğrafi olarak uzak olan bireylerin, paylaşılan ortak ilgiler çerçevesinde, yakınlaşmasını sağladığını öne sürmektedir (Haythornthwaite-Wellman, 1998: 1101-1114).

Zamansal ve mekânsal anlamda birçok engeli ortadan kaldıran internet ve ona bağlı olarak sosyal paylaşım siteleri, sosyalleşmenin önemli bir tamamlayıcı ögesi olarak ön plana çıkmaktadır. Günümüz modern toplumunun hızlı yaşanan kopuk ilişkileri içerisinde, sosyal paylaşım sitelerinin yardımıyla bireyler, sosyal ilişki kurma ya da var olan ilişkilerini sürdürme fırsatına sahip olabilmektedirler (Özmen vd. 2011: 45-46).

Sosyal paylaşım sitelerinin, kullanıcılarına kendilerine ait bir profil sayfası oluşturmalarına izin vermesiyle, bireyler, bu profil sayfalarına profil fotoğraflarını, paylaşmak istediği kişisel bilgilerini yerleştirebiliyor, sayfasını istediği şekilde kişiselleştirebiliyor. Çeşitli videoları, fotoğrafları, yazıları buradan paylaşarak “ben de buradayım!” mesajını veriyorlar. Bu şekilde beğenilerini, düşüncelerini de diğer kullanıcılara sergilemiş oluyorlar.

Kullanıcılar, kendi gruplarını oluşturabileceği gibi, ilgi alanlarına ve hobilerine yönelik herkese açık ya da kapalı olarak oluşturulabilen çok sayıdaki gruba katılarak kendilerini özgürce ifade edebilmekte, istedikleri konu hakkında bilgi sahibi olup kendilerini geliştirebilmektedirler. Gençler, daha çok eğitim/akademik amaçlı gruplara ve kültürlerini arttırmaya yönelik gruplara katılmaktadır.

Sosyal paylaşım sitelerinde kullanıcılar yaygın olarak mevcut arkadaşlarıyla iletişime geçiyorlar, eski arkadaşlarıyla tekrar iletişim kurma imkânını elde ediyorlar ve yeni arkadaşlıklar da kurabiliyorlar. Paylaştıkları kişisel bilgileriyle ve iletilerle birbirlerinin hayatlarındaki gelişmelerden haberdar olabiliyorlar.

Kullanıcılar sadece arkadaşlarını değil, sevdiği sanatçıları, siyasetçileri, dünyaca ünlü isimleri sanal alanda takip ederek, onların güncel paylaşımlarını, ne yapıp ettiklerini, hayatlarındaki önemli gelişmeleri öğrenebiliyorlar. Ayrıca istedikleri gazetelere, dergilere, sevdiği yazarlara ya da haber kanallarına, tuttuğu takımların sayfalarına üye olarak son gelişmelerden haberdar olup, gündemi takip edebilme fırsatını yakalamaktadırlar.

Siyasal partilerin de sosyal paylaşım sitelerine üyelikleri bulunmaktadır. Sanal alandan partiler kendi reklamlarını yapabiliyor, sayfalarında partinin hedeflerini belirtebiliyor, parti programlarını duyurabiliyorlar. Kullanıcılar bu partilerin sayfalarını beğenerek, gruplarına katılarak siyasi anlamda da sosyalleşebilme imkânına sahip olabilmektedirler.

Bugün sosyal paylaşım sitelerine, neredeyse bütün markaların üyelikleri bulunmaktadır. Kullanıcılar istedikleri markaları takip edip, kampanyalardan haberdar oluyorlar, müşteri temsilcilerine kolay bir şekilde ulaşabiliyorlar, diğer üyelerle iletişime geçip ürünlere yönelik olumlu veya olumsuz bilgi edinebiliyorlar ve alışveriş yapabiliyorlar. Ayrıca, sanal market olarak kendi ürünlerinin (el işi takılar, örgüler, çeyizlikler vb.) fotoğraflarını paylaşarak tanıtımlarını yapabiliyorlar ve ürünlerini pazarlayabiliyorlar. Özellikle üniversite öğrencileri ikinci el satılık eşyalarını, kiralık/satılık evlerini duyurabiliyorlar, bu şekildeki ürünlere ulaşabiliyorlar.

Sosyal paylaşım siteleri üzerinde binlerce farklı oyun bulunmaktadır ve bu oyunları özellikle genç kullanıcılar oynamaktadır. Gençler bu oyunları oynayarak eğleniyorlar hem de diğer oyun oynayanlarla etkileşime geçerek sosyalleşiyorlar. Fakat gençlerin oyun oynaması bağımlılık derecesinde de olabilmektedir. Demez (2009: 553)'e göre oyun oynayan gençler bilgisayar başında bir yandan kendi başlarına ve bağımsız oldukları görüntüsü verseler de genellikle sanal olarak aynı mekânda farklı bilgisayarlar başında birbirleriyle oyun oynayan bir grubu oluşturmaktadırlar. Bu da mevcut sosyal ilişkilerini ve arkadaşlıklarını teknoloji aracılığıyla ama aynı mekânda devam ettirdikleri bir durumu ortaya çıkarmaktadır.

Kullanıcılar, sanal alan üzerinden doğum günü partisi, düğün, konser, konferans, eylem gibi çeşitli organizasyonlar oluşturup, etkinlikler düzenleyerek,



arkadaşlarını davet edebilmek-tedirler. Bu şekilde sanal alan üzerindeki iletişimi, gerçek hayata da taşıyabilmektedirler.

### **Gençler Kimliklerini Sanal Alanda Sergiliyor**

Sosyal paylaşım sitelerinin, kullanıcıyı bir kimlik performansına ittiği söylenebilir. Kullanıcılar bu sitelerde sürekli benliğini, kim olduğunu kendi arzusuyla teşhir eder. Sosyal ağlarda duygu, düşünce ya da kişisel bilgilerin paylaşımı anlamında durum güncellemesi yapmak, fotoğraf paylaşmak, gruplara üye olmak, yorum yazmak gibi faaliyetler bireyin kim olduğuna, nasıl bir hayat tarzı olduğuna ve nasıl bir sosyal çevreye sahip olduğuna, beğenilerine, zevklerine, ideolojilerine ilişkin ipuçları veren, kimliğini adeta fragmanlar hâlinde diğer kullanıcılara sunan eylemlerdir. Kimliğin bu şekilde sanal ortamlarda teşhir edilmesi, bireyselliğin yeni görünüm biçimlerinden biridir. Kullanıcı kendisiyle ilgili bilgileri sunarak bir tür toplumsal görünürlük kazanmaktadır (Şener 2010: 1). Bireyler sosyal paylaşım sitelerinde yaptıkları eylemlerle kendi kimlik performanslarını sergilemektedirler. Goffman'ın deyimiyle bu "performans", belli bir durumda belli bir kullanıcının diğer kullanıcılardan herhangi birinin dikkatini çekmeye ve onu etkilemeye yönelik olan tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Goffman 2004: 28). Sosyal paylaşım sitelerinde gençler kendi sayfalarını adeta 'kişisel vitrinleri' (Goffman 2004: 35) olarak görmektedirler. Çünkü sayfalarının düzenleniş biçimi ve kullanılışı diğer kullanıcıların beğenilerine sunulmaktadır.

**Sosyal paylaşım sitelerinin, kullanıcıyı bir kimlik performansına ittiği söylenebilir. Kullanıcılar bu sitelerde sürekli benliğini, kim olduğunu kendi arzusuyla teşhir eder.**

### **Gençler Kendilerini Sosyal Paylaşım Sitelerinde Gerçekleştiriyor**

Bireyler modern dünyanın karmaşıklığı içinde bireysel varoluşlarını göstermek, ben de buradayım diyebilmek ve kendilerini ifade edebilmek için farklı yollar kullanmaktadırlar. Günümüzün en önemli alanlarından olan kitle iletişim sistemleri ve bunların içinden özellikle internet, bireyin kendini gerçekleştirmesinde, kimliğini ifadelendirmesinde ve modernleşme süreciyle birlikte birey davranışının değişime uğramasında gözlemlenebilecek önemli bir alan olarak önümüzde durmaktadır (Ayyıldız-Koçak 2004: 226).

Geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak internet ve içeriğindeki sosyal paylaşım siteleri, yeni toplumsal hareketler için alternatif bir medya olmayı vaat etmektedir.

Kullanıcının iletişim sürecindeki egemenliğine vurgu yapan internet üzerindeki etkileşimde (Timisi 2003: 132) gençler, internet üzerinde kendi sosyalliklerini yeniden yaratan, üreten, diğer bireylerle paylaşımında bulunan, kendini özgürce ifade eden aktif öznelerdir (Demez 2009: 547). İnternet sayesinde, grup eyleminin önündeki engellerin çoğu aşılmıştır ve artık bir araya gelerek bir şeyler yapmanın yeni yolları bulunmaktadır (Shirky 2010: 24). Bilgisayar ağlarının yayılması, gevşek bağlı ve seyrek örgülü olan ağ toplumlara bir yönelişi sağlamıştır ve bu, toplum içinde internete ulaştığımız her mekânda grup dayanışmalarını kolaylaştırmıştır (Wellman 2001: 2031-2034). Bunun sonucunda gençler, kendilerini gerçekleştirmek

için, hem kendi başına hem de kendisi gibi düşünenlerle grup oluşturarak faaliyette bulunmaktadır.

Geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak internet ve içeriğindeki sosyal paylaşım siteleri, yeni toplumsal hareketler için alternatif bir medya olmayı vaat etmektedir. Kitle iletişim araçlarının belirli grupların elinde yoğunlaşması sonucunda, kamusal alanda seslerini yeterince duyurma imkânı olmayan yeni toplumsal hareketler için internet; ucuzluğu, zaman ve mekân sınırı tanımaması, geleneksel hiyerarşik yapılar yerine “yatay iletişim”e dayanmasıyla söz konusu hareketlerin iletişime geçme, örgütlenme ve eylemlerini artırmakta ve seslerini duyurabilmesine yardımcı olmaktadır. Yeni toplumsal hareketler; ulus içi ve ulus ötesinde bulunan grup üyeleriyle iletişimi genellikle internet üzerindeki sanal gruplar vasıtasıyla yürütmektedir. Yine internet vasıtasıyla daha fazla bireye kendilerini tanıtmakta, aktivist toplamakta, belirli konular ve sorunlar etrafında toplanan “sanal cemaatler” oluşturmakta, aktivistlerini bilgilendirmek ve harekete geçirmek için web siteleri, haberleşme listeleri, sohbet odaları gibi araçlardan faydalanmaktadırlar (Langman-Morris aktaran Şener 2011: 233).

Lüküslü (2011: 50-51), Ekşi Sözlük, Genç Siviller ve Yüzde 52 web sitelerinden yola çıkarak, bu siteler aracılığıyla oluşturulan yeni gençlik hareketlerini ve siyaset yapmak için kullandıkları yeni araç ve taktikleri incelemiştir. Ona göre, interneti aktif olarak kullanan yeni gençlik hareketleri web siteleri vasıtasıyla iletişim ağı oluşturmaktadırlar. Tüm farklılıklara rağmen sahip olunan ortak değerler ve ortak

bir kimlikte birleşerek, seslerini duyurup kamuoyu yaratmak için, özellikle sanal âlemin dışında da eylem ve faaliyetler düzenleyip, kendilerini gerçekleştirmektedirler.

Sosyal paylaşım siteleri, ayrıca gündemdeki siyasi yönelimleri temsil eden, dile getiren ve örgütleyen bir araçtır (Türkoğlu 2008: 78-85). Sitede bireyler güncel olaylara karşı tepkilerini, paylaşımlarıyla, yorumlarıyla ve kurdukları gruplarla dile getirmektedir, hatta bu gruplar üzerinden eylem planları yapıp bunları gerçek hayata taşımaktadırlar. Özellikle günümüzde sanal alanda sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla örgütlenip gerçek hayatta gerçekleştirilen eylemler oldukça sık görülmektedir. Bunun en son örneği olarak Gezi Parkı eylemlerini verebiliriz. İlk günlerinde önemsenmeyip haberleri yapılmayan Gezi Parkı eylemleri, Facebook ve Twitter üzerinden yayılmıştır.

Tepkiye yönelik olan eylem ya da organizasyonlara sadece gruplara katılarak, yorum yaparak, konuyla ilgili herhangi bir içeriği profilde paylaşarak, tepkisini dile getirenler de bulunmaktadır. Sanal alan üzerinden yapılan bu paylaşımlarla bir anlamda klavye kahramanlığı yapıldığı, tepkilerin çoğunlukla sanal uzamda sessiz çığlık olarak kaldığı ve nadir olarak gerçek hayata yansıdığı söylenebilir. Fakat sanal alanda da olsa gençlerin toplumun geleceği için herhangi bir konuya olumlu ya da olumsuz tepki vermesini ve bunu dile getirmesini olumlu bir davranış olarak karşılamak gerekir. Çünkü günümüzde artık sanal alanda da olsa bu tür tepkiler önemsenmekte, haber bültenlerine konu yapılmaktadır, yani bir şekilde bireylerde farkındalık oluşması sağlanarak tepkiler kamuoyunun gündeminde yer almaktadır.

Gençler, sanal alan üzerinden siyaset, eğitim, teröre tepki, yardım, çevre/ doğa koruma amaçlı çeşitli organizasyonlara da katılmaktadırlar. Yapılan organizasyonlara örnek verecek olursak; siyasetle ilgili olanlar, genellikle partilerin ve gençlik kollarının yaptıkları grup toplantıları, güncel olaylara karşı tepkilerini dile getirmek için yaptıkları eylemleri içermektedir. Eğitim amaçlı olanlar, genellikle Türkiye’de yapılan sınavların güvensizliği ve kopya iddiaları gerekçesiyle iptal

Özellikle günümüzde sanal alanda sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla örgütlenip gerçek hayatta gerçekleştirilen eylemler oldukça sık görülmektedir. Bunun en son örneği olarak Gezi Parkı eylemlerini verebiliriz.

Kendilerine gerçek hayatta yeterince fırsat verilmediğini düşünenler için sanal alan bir özgürlük alanı olarak var olmaktadır. Gençler, sanal alandaki tepkileriyle dikkat çekmeyi başarmaktadırlar.

olması için yapılan eylemlerden oluşmaktadır. Teröre tepki ile ilgili olanlar, genellikle yürüyüşler ve profil fotoğraflarının Türk bayrağı ya da teröre lanet resimlerinin koyulması şeklindedir. Yardım ile ilgili olanlar, köy okullarına kitap gönderilmesi ya da engelli bireylere yönelik yapılan yardımlar şeklinde olmaktadır. Çevre/doğa koruma ile ilgili olanlar, nükleer santrallerin kurulmaması için ya da akarsuların korunması için yapılan eylemleri ve imza kampanyalarını içermektedir.

### Sonuç

İlki 1997 yılında oluşturulan fakat 2000'li yıllarda gündeme gelmeye başlayan sosyal paylaşım siteleri, özellikle genç bireyler tarafından oldukça popüler olarak kullanılmaktadır. Sosyal paylaşım sitelerinin özellikle gençler tarafından yoğun olarak

kullanılması, "genç" diye tanımladığımız toplumsal kategorinin yeniliğe açık olma özelliklerinden ileri geldiği söylenebilir.

Bireylerin kişiliklerinin oluştuğu, gelecek için kendilerine yön verdiği, sosyalleşmenin daha da önem kazandığı, insan hayatının hassas bir geçiş dönemi olan gençlik döneminde, bireylerin sosyal paylaşım sitelerini yoğun olarak kullanması, hayat tarzlarının bunlardan etkilenmesini de beraberinde getirmektedir.

Gençlerin günlük hayatlarının rutin bir parçası haline gelen sosyal paylaşım siteleri, gençlerin yeni sosyalleşme mekânı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençler sanal mekânları sadece eğlence için değil, arkadaşlarıyla iletişimde kalmak, yeni arkadaşlıklar kurmak, istediği konularda bilgi edinmek ve haber almak, gündemi takip etmek, alışveriş yapmak, kimliklerini sergilemek ve kendisi gibi düşünen diğer bireylerle birlik olup bir güç oluşturabilmek ve kendilerini gerçekleştirebilmek için de kullanılmaktadırlar.

Gençlerin sanal alandaki aktiviteleri gerçek hayata da yansımaktadır. Kendilerine gerçek hayatta yeterince fırsat verilmediğini düşünenler için sanal alan bir özgürlük alanı olarak var olmaktadır. Gençler, sanal alandaki tepkileriyle dikkat çekmeyi başarmaktadırlar. Bu tepkilerin gerçek hayatta vuku bulmasıyla, toplumun geleceği olan gençlerin pasif özneler olmaktan çıkıp aktif özneler olarak gündeme

gelmesi, gençleri toplumu ilgilendiren konulara yönelik ilgilerinin artmasını sağladığı ve tepkilerini ortaya koyma konusunda daha da cesaretlendirdiği söylenebilir.

### Kaynaklar

- AKTAŞ, Celalettin (2007), "Bir İletişim Aracı Olarak İnternetin Topluma Etkileri", s.121-130, içinde EROL, Gülbuğ (drl.), *Medya Üzerine Çalışmalar*, İstanbul: Beta Yayınları.
- ALEXA, <http://www.alexa.com/topsites> (05.09.13).
- ARMAĞAN, İbrahim (2004), *Gençlik Gözüyle Gençlik-21. Yüzyıl Eşiğinde Türkiye Gençliği*, İzmir: USADEM Yayınları.
- AYYILDIZ, Esengül- Dilek Özhan KOÇAK (2004), "Koleksiyonculuğun Sanal Alandaki Görünümü: İnternette Aranılan Türk-işi Nesnelere", s.225-241, içinde Der. TÜRKÖĞLU, Nurçay, *Renkli Atlas*, İstanbul: Babil Yayınları.
- BAYHAN, Vehbi (1997), *Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma*, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı.
- BERKAY, Fügen (18 Kasım 1985), *Gençlik Sosyolojisi*, Konferans, İnönü Üniversitesi, Malatya, 2-3; aktaran BAYHAN, Vehbi (2003), *Genç Kimliği-Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili (İnönü Üniversitesi Uygulaması)*, Malatya: İnönü Üniversitesi Basımevi.
- DEĞİRMENCİOĞLU, Gürsoy (2011), "Yerel Basında Yeni Medya ve Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı: Kocaeli'de Yayınlanan Yerel Gazetelerin İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme", *Academic Journal of Information Technology*.
- DEMEZ, Gönül (2009), "Yeni Bir Toplumsallaşma Mekânı Olarak İnternet: Üniversite Öğrencilerinin Sanal Ortamı Kullanma Biçimleri ve Sosyalleşme Arayışları", s.545-558, içinde, Der. TÜRKÖĞLU, Nurçay- S. Toprak ALAYOĞLU, *Medya ve Kültür*, İstanbul: Urban Kitap.
- ELDENİZ, Levent (2010), "İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0", içinde Der. AYDOĞAN, Filiz-Ayşen AKYÜZ, *İkinci Medya Çağında İnternet*, İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.
- GENÇ TÜRKİYE ARAŞTIRMASI (2012), <http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/> (05.09.13).
- GOFFMAN, Erving (2004), *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, çev. Barış Cezar, İstanbul: Metis Yayınları.
- HAYTHORNTHWAITE, Caroline- Barry WELLMAN (1998), "Work, Friendship and Media Use for Information Exchange in a Networked Organization", *Journal of the American Society for Information Science*, 49(12), ss.1101-1114.
- KIM, Won- Ok-Ran JEONG- Sang Won LEE (2009), "On Social Web Sites", *Information Systems*, V.35, <http://www.deepdyve.com/lp/elsevier/on-social-web-sites-DgWF7n25UV>, (04.06.2012).
- KRAUT, R., M. PATTERSON, V. LANDMARK, S. KIESLER, T. MUKOPHADHYAY, W. SCHERLIS (1998), "Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well Being?", *American Psychologist*, Vol: 53, pp.1017-1031.
- LANGMAN, Lauren- Douglas, MORRIS, "Internet Mediation: A Theory of Alternative Globalization Movements", <http://www.csudh.edu/dearhabermas/langmanbk01.htm>, (25.12.2005) akt. ŞENER, Gülüm (2011), "Türkiye'de Barış Hareketinde İnternetin Kullanımı: Küresel BAK Örneği", içinde drl. TELLİ AYDEMİR, Aslı, *Katılım "E-Hali" Gençlerin Sanal Âlemi*, İstanbul: Alternatif Bilişim.
- LÜKÜSLÜ, Demet (2011), "Bilişim Teknolojileriyle Örgütlenen Gençlik Hareketleri ve Yeni Bir Siyaset Arayışı", s. 48-67, içinde drl. TELLİ AYDEMİR, Aslı, *Katılım "E-Hali" Gençlerin Sanal Âlemi*, İstanbul: Alternatif Bilişim.
- MARSHALL, Gordon (1999), *Sosyoloji Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat.
- OFCOM (2008), *Social Networking A Quantitative and Qualitative Research Report into Attitudes, Behaviours and Use*, Research Document, [http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/02\\_04\\_08\\_ofcom.pdf](http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/02_04_08_ofcom.pdf), (15.07.2012).
- ÖZMEN, Fatma vd. (2011), "Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği", 6. International Advanced Technologies Symposium (IATS'11), Elazığ, Turkey, ss.45-46, <http://web.firat.edu.tr/iats/cd/subjects/Instructional/ITE-9.pdf>, (12.05.2012).
- SANDERS, C.-T. FİELD-M. DİEGO-M. KAPLAN (2000), "The Relationship of Internet Use to Depression and Social Isolation Among Adolescents," *Adolescence*, V: 35, ss.237-242.
- SHIRKY, Clay (2010), *Herkes Örgüt*, çev. Pınar Şiraz, İstanbul: Optimist Yayınları.
- SOCİALBAKERS (2013), <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> (05.09.13).
- SOCİALBAKERS (2013), <http://1sosyalmedya.com/comscore-europe-digital-future-in-focus-2013-analizi.html> (05.09.13).

- ŞENER, Gülüm (2010), "Sosyal Ağlarda Kimlik ve Cemaat", Mostar Aylık Kültür ve Aktüalite Dergisi, S.62, <http://www.mostar.com.tr/Detay.aspx?YaziID=492>, (01.05.2012).
- TİMİŞİ, Nilüfer (2003), Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Ankara: Dost Kitabevi.
- TOP 15 MOST POPULAR SOCIAL NETWORKING SITES /SEPTEMBER (2013), <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> (05.09.13).
- TÜİK (2011), İstatistiklerle Gençlik.
- TÜİK (2012), Hane Halkı Bilişim Teknolojilerinin Kullanım Araştırması.
- TÜİK (2012), İstatistiklerle Gençlik.
- TÜRKOĞLU, Didem (2008), "Snapshots of Popular Turkish Nationalism: Neo-Kemalism, Bestsellers and Facebook", Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Boğaziçi University, Atatürk Institute for Modern Turkish History.
- WELLMAN, Barry (2001), "Computer Networks As Social Networks", Computer And Science, V.293, s. 2031-2034.
- WELLMAN, Barry- A. Q. HAASE- J. WITTE- K. HAMPTON (2001), "Does The Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment", *American Behavioral Scientist*, November, V.45, No.3, s.436-455.
- YENTÜRK, Nurhan- KURTARAN Yörük - NEMUTLU Gülesin (2008), Türkiye'de Gençlik Çalışması ve Politikaları, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, aktaran ÇEBİ, Sezgin - ŞAHİN AKILLI Yelda, (2011) "Türkiye'de Gençliğin İnternet Üzerinden Katılımı Özelinde Genç Siyasallığı ve Müzakereci Demokrasi", s.198-232, s.201, içinde, drl. TELLİ AYDEMİR, Aslı, Katılımın "e-hali" Gençlerin Sanal Âlemi, İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Genel Merkezi.
- YOUTH INSIGHT (2011), <http://sosyalmedya.co/youth-insight-arastirma-turkiye/> (05.09.13). 013 Twitter Türkiye Profili, <http://blog.monitera.com/> (05.09.13).