

**MESLEK YÜKSEKOKULUNDA ÖĞRENİM GÖREN ÖĞRENCİLERİN
YENİ MEDYA PLATFORMLARINDAKİ BEĞENİLME TUTKULARI¹**

**THE PASSION OF VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS FOR BEING LIKED ON
NEW MEDIA PLATFORMS**

Tolgay DURMUŞ*

*Geliş Tarihi: 05.04.2024
(Received)*

*Kabul Tarihi: 12.08.2024
(Accepted)*

ÖZ: Teknolojinin ileri seviyelere gelmesi nedeniyle insanlar arasındaki fiziksel birlikteliğin oluşturulması oldukça güç bir duruma gelmiştir. İnternetin küresel anlamda yayılım göstermesi ile yeni medya platformlarının kullanıcı sayılarında her geçen gün artış görülmektedir. Kullanıcı sayılarının artması ile toplumlar arasındaki fiziki bağlar yerini uzaktan yani sanal iletişime bırakmaktadır. İnsanların fiziksel bağlardan uzak kalması yeni medya platformlarında kendi kişisel dünyalarını oluşturmalarına ve öz benliklerini içinde bulunmuş oldukları toplumlara kanıtlamaya ve kabul ettirme çabalarına itmiştir. Bu araştırmada Bitlis Eren Üniversitesi, Güroymak Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin yeni medya platformlarında paylaşılmış oldukları gönderilerde beğenilme beklentisi içinde olduklarının gösterilmesi ve bu beklentinin nedenlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırmada fenomenolojik yaklaşım kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcıları random (rastgele) örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Öğrencilerin görüşleri yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanmıştır. Verilerin analiz edilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda yeni medya platformlarında gönderi paylaşan öğrencilerin yüz yüze iletişim olanaklarının kısıtlı olması nedeniyle akranlarına ve yakınlarına karşı sosyal kabullenme düşüncesi içinde oldukları görülmektedir. Öğrencilerin yapılan paylaşımlarında beğenilme ve kabul görme beklentisi içinde hareket ettikleri görülmektedir. Beklentilerin karşılanması sonucunda öğrencilerde mutluluk, özgüven, sosyal çevreyle olan ilişkilerde iyileşme ve hayata karşı bakış açılarında düzenleme görülmektedir. Öğrenciler arasında, beğenilme ve kabul görme endişesinin oluşmasına teknolojik ilerlemelerin ve internet olgusunun medya platformlarına dâhil olması neden olmaktadır. Ayrıca katılımcılara mülakat/görüşme yönteminin uygulanmış olması nedeniyle Bitlis Eren Üniversitesi Etik İlkeleri ve Etik Kurulunun 2024/03-29 ve E.5281 sayılı kararıyla uygun görülmüştür etik kurul izni uygun görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Fenomenolojik Yaklaşım, İnternet, İletişim, Medya Platformları.

¹ Bu çalışma için, 2024/03-29 ve E.5281 sayılı karar ile 01.04.2024 tarihinde, Bitlis Eren Üniversitesi Etik İlkeleri ve Etik Kurulu'ndan "MYO'da Öğrenim Gören Öğrencilerin Yeni Medya Platformlarındaki Beğenilme Tutkuları" çalışması için etik kurul izni alınmıştır.

* Öğr. Gör. Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, t.durmus@beu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1703-6996.



OPEN ACCESS

© Copyright 2024 Durmuş

ABSTRACT: Due to the advanced levels of technology, it has become very difficult to create physical unity between people. With the global spread of the Internet, the number of users of new media platforms is increasing day by day. With the increase in the number of users, physical ties between societies are replaced by remote, virtual communication. The fact that people stay away from physical ties has pushed them to create their own personal worlds on new media platforms and to prove and accept their self-identity to the societies they are in. In this study, it is aimed to show that students studying at Bitlis Eren University, Güroyamak Vocational School are in the expectation of being liked in the posts they have shared on new media platforms and to reveal the reasons for this expectation. Phenomonological approach was used in the research. The participants of the study were selected by random sampling method. Students' opinions were collected through semi-structured interview technique. Content analysis method was used to analyze the data. As a result of the study, it is seen that students who post on new media platforms are in the idea of social acceptance towards their peers and relatives due to limited face-to-face communication opportunities. It is seen that students act in the expectation of being liked and accepted in their posts. As a result of the fulfillment of expectations, students experience happiness, self-confidence, improvement in their relations with the social environment and an adjustment in their perspectives towards life. Technological advances and the inclusion of the internet phenomenon in media platforms cause the concern of being liked and accepted among students. In addition, since the interview/interview method was applied to the participants, the ethics committee permission was deemed Bitlis Eren University Ethical Principles and Ethics Committee's decision numbered 2024/03-29 and E.5281 was deemed appropriate and ethics committee permission was deemed appropriate.

Key Words: New Media, Phenomonological Approach, Internet, Communication, Media Platforms.

EXTENDED ABSTRACT

Technological developments have created great changes in the living standards of the masses in the social sense. Especially with the invention of the internet, it has become inevitable that positive or negative changes will be experienced in the quality of life of the masses. This development of technology and web-based services has led to the emergence of new concepts and phenomena. One of these concepts is the concept of new media.

New media has ushered in a new era of communication and brought about a radical change in the traditional communication order. New media consists of a network-based, unlimited, interactive and centralized structure. New media can be explained with different definitions. New media is also referred to as multimedia. The concept of new media differs from traditional media by including the element of interaction in image, sound and data. Therefore, new media is defined as "applications that cannot be run without the processing power of computers" (Dilmen, 2007: 115).

Radical changes have been realized in the social sense with communication technologies. The concept of new media has profoundly affected society and enabled changes in the social and economic order. However, expressing the concept of new media only in terms of technological developments would be an incomplete definition. New media also provides an integrity with the concept of internet. It is possible to express new media with vital examples. This is because individuals read newspapers on their cell phones and computers and share their photos and videos taken in their daily activities on the internet. With the new media phenomenon, societies have changed their living standards and reached higher standards than their previous quality of life. Especially since the 2000s, almost all of the

younger generations have technological opportunities, causing them to lead a different life compared to their predecessors.

This research addresses the effects of the new media phenomenon on societies due to the advanced levels of technology and the fact that web-based services can reach a large majority of societies. In this research, it is aimed to show that students studying at Bitlis Eren University, Güroymak Vocational School have the expectation of being liked in the posts they have shared on new media platforms and to reveal the reasons for this expectation.

With the inclusion of new media in our lives, distance and transportation between societies have lost their value and the concept of time has lost its importance. The fact that web-based mobile devices provide individuals with the opportunity to make audio and video calls can be shown as the reasons for the devaluation of the concepts of time and space. In today's societies, especially in young generations, individual and mass distancing is seen in the social sense with the decrease in face-to-face communication. This situation may cause feelings of "loneliness and abandonment" to emerge, especially in the younger generation. In this research, investigating the expectations of being appreciated and accepted in the social environment that arise in young people with the emergence of the new media phenomenon reveals the importance of the research.

The participants were selected by random sampling method and the questions of the research were answered by semi-structured interview technique in order to reveal the views and thoughts of the participants. Phenomenological approach method was used in the research. The research aims to show that students experience the expectation of being liked in the posts they have shared on new media platforms and to reveal the reasons for this expectation by asking the questions "Do you worry about being liked while sharing your posts on media platforms? Why?" and "How do you feel when you receive likes on your posts on media platforms?".

As one of the results of the research, when students were asked about the definition of the concept of new media, the majority of the students stated that the concept of new media consists of the internet and social media platforms. In addition, when asked one of the research questions, "When you share your posts on media platforms, do you worry about being liked? Why?", the majority of the students stated that they share with the idea of being liked and appreciated by their family and peer groups. It can be said that technological advances and web-based services push societies and individuals towards physical separation. It can be stated that especially young people are negatively affected by the consequences of this distancing. Therefore, it can be said that they mentally feel the hunger for feelings of acceptance and appreciation.

When the general results are analyzed, it is determined that students have feelings of appreciation and acceptance towards the groups they value. It is seen that students act in the expectation of being liked and accepted in their posts. As a result of the fulfillment of these expectations, students experience happiness, self-confidence, improvement in their relations with the social environment and an adjustment in their perspectives towards life. Technological advancements and the inclusion of the internet phenomenon in media platforms cause students to worry about being liked and accepted. As a result, physical or face-to-face relationships weaken and students become lonely and worried about proving themselves. As a result of these concerns, students share posts on media platforms with the concerns of being liked and accepted against value groups. The fact that students do not attribute any reactive meaning to the likes received from individuals they do not know is one of the indicators that they do not have an expectation and desire for appreciation towards these groups.

When the literature was examined, studies were found in line with what the new media phenomenon is and the opportunities it provides to societies. It is thought that this research will contribute to the literature since it touches upon the psychological effects of the new media phenomenon on young generations.

1. GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler, toplumsal anlamda kitlelerin yaşam standartlarında büyük değişimler yaratmıştır. Özellikle de internetin icat edilmesi ile kitlelerin yaşam kalitelerinde olumlu ya da olumsuz değişimlerin yaşanması kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir. Teknolojinin ve web tabanlı hizmetlerin bu denli gelişim göstermesi yeni kavramların ve olguların da ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Bu kavramlardan bir tanesi ise yeni medya kavramıdır.

Yeni medya yeni bir iletişim dönemini başlatarak geleneksel haberleşme düzeninde köklü bir değişiklik gerçekleştirmiştir. Yeni medya ağ tabanlı, sınırsız, etkileşimli ve merkezileşmiş bir yapıdan oluşmaktadır. Yeni medya farklı tanımlar ile açıklanabilir. Yeni medya aynı zamanda çoklu ortam olarak da ifade edilmektedir. Yeni medya kavramı görüntü, ses ve verilere etkileşim unsurunu da dâhil ederek geleneksel medyadan ayrılmaktadır (Dilmen, 2007: 115). Genel olarak yeni medya; dijital bir kodlama sistemine sahip, modülerlik ve hipermetinsellik özellik taşıyan, bireylerin karşılıklı bir biçimde etkileşime olanak sağlayan aktif bir iletişim hizmeti veren günümüz enformasyon çağıının en temel aracı olarak öne çıkmaktadır (Yengin, 2012: 128-132).

1900 ve 2000'li yıllar arasındaki yeni medya dönemini araştıran ilk kuramcılardan biri olan Mark Poster 1995 tarihli kitabında bu kavramdan bahsetmiştir. II. Medya Çağı kitabında XX. yüzyılın sonlarına doğru iletişim araçlarının kapitalist ülkelerde getirmiş olduğu değişime dikkat çekmektedir. Aynı zamanda yeni medya ile kapitalizm arasındaki benzerliği ön plana çıkarmaktadır.

Geleneksel medyanın egemen olduğu zaman dilimini I. Medya Çağı olarak betimlemektedir. I. Medya Çağı'nı çoğunluğun azınlığı yönettiği, tek yönlü, merkezi ve devlet müdahalesine açık olan bir dönem olarak betimlemektedir. II. Medya Çağı'nı ise I. Medya çağının aksi olarak devlet müdahalesinden uzak, çoğunluğun yine çoğunlukla birlikte dayanışma içinde olduğu, özgür ve çift yönlü bir dönem olarak ifade etmektedir. Özellikle de yeni medya dönemini etkileşim unsuruna dayalı olduğu bir dönem olarak vurgulamaktadır (Aydoğan ve Akyüz, 2010: 2).

Poster'in bu görüşlerini açık bir şekilde ifade etmesi bizlerin de görüşlerine haklı gerekçeler sunmamızı sağlamıştır. Çünkü Poster'in özellikle belirtmiş olduğu konuların tamamı günümüz medya yapılanmasında görülmektedir. Bilgisayar, internet, görüntü, ses ve veri unsurlarını içinde barındıran sayısal teknolojiler günden güne gelişim göstermektedir. Yeni medya döneminin ortaya çıkmasına neden olan siber iletişim araçları hayatımızda birçok şeyin değişmesine olanak sağlamıştır. Hayatımızın içinde var olan her alan iletişim olgusu ile birleşmektedir. 2000'li dönemlerde teknolojik araçların neredeyse tüm dünyayı yönlendiriyor olması bu dönemin yeni medya dönemi olarak nitelendirilmesine neden olmaktadır (Baudrillard, 2004: 19).

Bilgisayara dayalı teknolojilerin gelişmesine ek olarak internetin de bu yeniliklere dâhil olması yeni medyanın hinterlandı geniş bir etki çevresine erişmesinin ilk saç ayağını oluşturmuştur. İnternet, günümüz dünyasında neredeyse bütün teknolojik aletleri birbirine bağlama potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla sadece bilgisayarlar ve cep telefonları birbirlerine bağlanma özelliklerine sahip değildirler. İnternet bağlantısı kullanılarak her türlü sayısal veriler ve metinler, durağan ya da hareketli görüntü ve ses içerikleri paylaşmakta ve gönderi akışı yapılmaktadır (Geray, 2003: 19).

İletişim teknolojileri ile birlikte toplumsal anlamda köklü değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Yeni medya kavramı toplumu derinden etkileyerek sosyal ve ekonomik düzen üzerinde değişimlerin yaşanmasına olanak sağlamıştır. Fakat yeni medya kavramını sadece teknolojik gelişmeler ile ifade etmek eksik bir tanımlama olacaktır. Yeni medya aynı zamanda internet kavramı ile de bir bütünlük sağlamaktadır. Yeni medyayı yaşamsal örneklerle ifade edebilmek mümkündür. Çünkü bireylerin cep telefon ve bilgisayarları ile gazete okumaları ve günlük aktivitelerinde çekmiş oldukları fotoğraf ve videolarını internet ortamında paylaşmaları bu örnekler arasında gösterilebilmektedir. Yeni medya olgusu ile toplumlar yaşam standartlarında değişikliğe uğrayarak eski yaşam kalitelerinden daha yüksek standartlara ulaşmışlardır. Özellikle de 2000’li yıllardan itibaren genç nesillerin neredeyse tamamının teknolojik imkânlarla sahip olması kendilerinden önceki nesillere göre farklı bir yaşam sürmelerine neden olmaktadır.

Bu araştırma da teknolojinin ileri seviyelere gelmesi ve web tabanlı hizmetlerin toplumların büyük bir çoğunluğuna ulaşabilmesi nedeniyle yeni medya olgusunun toplumlar üzerinde yaratmış olduğu etkilere değinmektedir. Bu araştırmada Bitlis Üniversitesi, Güroymak Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin yeni medya platformlarında paylaşmış oldukları gönderilerde beğenilme beklentisi içerisinde olup olmadıkları ve eğer böyle bir beklenti söz konusu ise bu beklentinin nedenlerinin neler olduğu yapılan bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Yeni medya olgusunun hayatlarımıza dâhil olması ile toplumlar arasındaki mesafe ve ulaşım değerini kaybetmiş ve zaman olgusu da önemini yitirmiştir. Web tabanlı mobil aygıtların bireylere sesli ve görüntülü konuşma imkânı sağlaması zaman ve mekân kavramlarının değersizleşmesinin nedenleri olarak gösterilebilir. Günümüz toplumlarında özellikle de genç nesillerde yüz yüze iletişimin azalması ile toplumsal anlamda bireysel ve kitlesel uzaklaşma görülmektedir. Bu durum özellikle de genç nesil üzerinde “yalnızlık ve terk edilmişlik” duygularının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bu araştırmada yeni medya olgusunun ortaya çıkması ile gençler üzerinde oluşan takdir edilme ve sosyal çevrede kabul görme beklentilerinin araştırılması araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Katılımcılar rastgele örneklem yöntemiyle seçilerek katılımcıların görüşlerini ve düşüncelerini ortaya çıkarmak amacıyla araştırmanın soruları yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile cevaplandırılmıştır. Araştırmada fenomenolojik yaklaşım yöntemi kullanılmıştır. Araştırma da “Medya Platformlarında Paylaşmalarınızı Yaparken, Beğenilme Kaygısı Taşıyor Musunuz? Neden? ve Medya Platformlarındaki Paylaşmalarınıza Beğeni (Like) Aldığımız Zaman Neler Hissediyorsunuz?” soruları sorularak öğrencilerin yeni medya platformlarında paylaşımları gönderilerde beğenilme beklentisi yaşadıklarının gösterilmesi ve bu beklentinin nedenlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

Araştırmanın sonuçlarından biri olarak öğrencilere yeni medya kavramının tanımı sorulduğunda öğrencilerin büyük bir çoğunluğu yeni medya kavramının internet ve sosyal medya platformlarından oluştuğunu dile getirmişlerdir. Ayrıca araştırma sorularından biri olan “Medya Platformlarında Paylaşmalarınızı Yaparken, Beğenilme Kaygısı Taşıyor Musunuz? Neden?” sorusu sorulduğunda öğrencilerin büyük bir çoğunluğu ailesi ve akran grupları tarafından beğenilme ve takdir edilme düşüncesi ile paylaşım yaptıklarını ifade etmişlerdir. Teknolojik ilerlemelerin ve web tabanlı hizmetlerin toplumları ve bireyleri fiziksel ayrılmaya ittiği söylenebilir. Özellikle gençlerin bu uzaklaşmanın sonuçlarından olumsuz yönde etkilendiği ifade edilebilir. Dolayısıyla da zihinsel olarak bir kabul görme ve takdir edilme duygularının açlığını hissettikleri söylenebilir.

Alan yazın incelendiğinde genel anlamda yeni medya olgusunun ne olduğu ve toplumlara karşı sağlamış olduğu imkânlar doğrultusunda çalışmalara rastlanılmıştır. Bu araştırmanın yeni medya olgusunun genç nesiller üzerinde yaratmış olduğu psikolojik arka planlara sahip nedenlere değiniyor olması ile alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. YENİ MEDYA

Yeni medya günümüz iletişim çağında önemli bir kavram olarak bilinmektedir. Seslerin, renklerin ve düşüncelerin bütün dünya dâhilinde iletişime geçmesine imkân tanıyan alternatif bir medya anlayışı şeklinde ifade edilmektedir (Karaismailoğlu, 2014: 302). Geleneksel medya kavramından farklı özelliklere dayanan bu kavram, yeni iletişim teknolojileri ve uygulamalarını ön plana çıkaran ve iletişimin sürecini hızlandıran bir kavram olarak nitelendirilmektedir. Günümüzde yaşanan iletişim dönemine etki eden teknolojik araçlar, mekân ve zaman kavramlarının önemini kaybetmesine neden olmakta ve dünya üzerinde var olan farklı toplumların birbirleri ile iletişim kurmalarına imkân sağlamaktadır. Bu imkânlar doğrultusunda teknolojik gelişmeler internet olgusu ile bir bütün haline gelerek toplumlar arası iletişim ortamının vazgeçilmezi haline gelmektedir (Doğun, 2005:128).

Yeni medya olgusu 1990’lı yıllardan günümüze kadar yaşamış olduğu gelişmeler ile önemini daima arttırmıştır. Toplumsal anlamda kimliğin ortaya

çıkmasında önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Alioğlu, 2011: 49-52). Bu denli önemli olmasının nedeni zaman içinde gelişen teknolojik serüveni bünyesinde barındırıyor olmasıdır. Gelişen teknolojiler ile bireyler, akran grupları ya da sosyal çevreleriyle daha kolay ve rahat iletişim olanaklarına sahip olmaktadır. İnternetin bu sürece dahil olması ile birlikte yeni medya kavramı enformasyon çağının temel dayanak noktası olma yönünde hız kazanmaktadır. Yeni medya günden güne yaşam standartlarımızın her yönüne etki ederek bireyleri ve toplumları ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda etkilemektedir (Yengin, 2012: 128-132).

Yeni Medya olgusu teknolojik gelişmelerle etki alanını genişletmektedir. Fakat asıl etkisini sosyal ağlara dayalı olan medya platformları ile göstermektedir. Söz konusu bu platformlar ile toplumsal hayatı değiştirmekte ve farklı kamusal alanları ortaya çıkarmaktadır. Çoklu ortam özelliğine dayalı olan yeni medya geleneksel medyanın sağlamış olduğu tek taraflı iletişim ortamını yok ederek çift taraflı ve kesintisiz bir iletişim ortamına imkân sağlamaktadır. Dolayısıyla yeni medya teknolojik gelişmelere ve ağ bağlantılarına sahip olan her topluma ve bireye zaman ve mekân fark etmeksizin ulaşabilen alternatif bir medya aracı olarak kabul edilmektedir (Köseoğlu, 2012: 433-435).

Teknolojik gelişmeler ile birlikte Instagram, Facebook, WhatsApp ve Telegram gibi platformlar kullanıcılarına sesli ve görüntülü konuşma, enformasyon ihtiyaçlarını karşılama, dış dünya ile ilgili gelişmelerden haberdar olunmasında olanak sağlama ve kullanıcıların duygu ve düşüncelerini akranlarına ya da çevre gruplarına karşı yazılı ve farklı içerikler ile sunmalarında imkân sağlamaktadır. Tik tok ve YouTube gibi platformlar da kullanıcıların eğlence ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. Dolayısıyla yeni medya platformlarının kullanıcılar üzerinde zaman ve mekân kavramlarını yok edebilme ve olumlu etkiler yaratabilme gücüne sahip olduğu söylenebilir. Fakat medya platformlarının fiziksel iletişim ortamlarını yok etme gücüne sahip olması kullanıcıların sosyal çevreleriyle uzaklaşmalarında da etkili olabilmektedir. Bu uzaklaşma sonucunda kullanıcılar üzerinde sosyal yalnızlaşma ve toplumsal kabul görme düşünceleri görülebilmektedir. Dolayısıyla da medya platformlarında gönderilerin bu düşünceler doğrultusunda paylaşıldığı ve kullanıcıların beğenilme ve takdir görme isteği içinde oldukları söylenebilir.

3. YENİ MEDYANIN İNSAN HAYATINA ETKİSİ

Yeni medya kavramı iletişim kuramları ve gelişen teknoloji ile birlikte toplumsal anlamda daima varlığını sürdürmektedir. Teknolojik ilerlemenin devam etmesi ve kendini sürekli yenilemesi sonucunda bir önceki teknolojik seviyenin eski medya, güncel seviyenin ise yeni medya olarak ifade edilmesini olanak sağlamaktadır. Eski ile yeni arasındaki bu kıyaslanma süreci toplumsal anlamda eski ile sonradan geliştirilen teknolojik seviye arasındaki farklılığı ortaya koymaktadır.

Tarihsel süreç içinde teknoloji kavramının gelişime açık olması bir önceki teknolojik gelişimin daima eski teknoloji olarak anılmasına neden olacaktır.

Sevilla (1948) radyo, gazete ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarını birer yeni medya olarak tanımlamıştır. Marvin (1988) elektrik ve elektronik teknolojisinin yeni kullanım alanlarını belirtirken aynı ifadeleri kullanmaktadır. Fakat 2000'li yıllara kadar yeni olma durumu birden fazla iletişim teknolojisi için defalarca kullanılmıştır. Gelişen her teknolojinin bir önceki teknolojiye göre farklı özellikleri barındırıyor olması yeni kavramının varlığını sürdürmesinde etkili olmaktadır. Yenilenen araçlar, gelişen imkânlar ve daha kolay kurulan iletişim ortamları ile bu araçlar bireylere daima farklı imkânlar tanıyarak yeni olma özellikleriyle kabul göreceklerecektir.

Sürekli yenilenme yapısı içinde kitle iletişim araçlarının tamamı örnek olarak gösterilebilmektedir. İlk olarak sadece ses yapılanması içinde yer alan radyo, sonraki dönemlerde hem görüntü hem ses unsurunu içinde barındıran televizyona dönüşmektedir. Bu araçlar bir mesajın farklı bireyler arasında aktarılmasını sağlayan araç konumundadırlar. Aracılanmış iletişim belirli bir mesajın alıcısına bir araç ya da ortam yardımı ile gönderilmesi durumudur (Pavlik and McIntosh, 2004: 70). Sinema, radyo, fotoğraf, film gibi iletişim ortamlarının aracılama yöntemleri olarak kabul edildiğini vurgular. Dolayısıyla yeni medya ile toplumsallaşma süreçlerinde yeni medyanın ne tür aracılama yöntemleri kullandığı sorusu öne çıkar. Bir başka deyişle, yeni medyanın hangi karakteristik özelliklerinin sosyalleşme süreçlerinde ne gibi rol oynayabileceği sorusu akla gelir. Bu sorunun yanıtı için de öncelikle yeni medyanın kendine özgü karakteristik yapısını özetleyebilmek oldukça önem arz etmektedir (Alemdar ve Erdoğan, 2005).

Yeni medya araçları sağlamış oldukları imkânlar doğrultusunda bireyleri hem yalnızlaştırmakta hem de sanal âlemde toplumsallaştırarak hareketsiz toplumsallaşmaya neden olmaktadır (Binark, 2007: 23). Yeni medya araçlarının taşınabilir ve zaman ve mekân mevhumundan bağımsız olması nedeniyle ulaşım gibi sorunları ortadan kaldırarak bireylere her zaman ve her yerde ulaşabilme imkânı sağlamaktadır. Yeni medya araçları toplumda etkileşimi sağlayan ve toplumsallaşmaya yön veren temel araçlar olarak kabul edilmektedir. Yeni medya araçları sahip oldukları donanımlar sayesinde bireylere toplumsal sorun ve olaylardan anlık haberdar olmalarını sağlamalarına ve bu olaylara karşı örgütlenmelerine imkân hazırlamaktadır (Şener, 2013: 255).

Toplumsal olaylardan haberdar olmakla birlikte toplum içinde var olan düzenin sağlanması ve devam ettirilmesinde önemli bir araç olarak toplumsallaşma olgusu kabul görmektedir. Bu olgu insanlara sosyal deneyimler yoluyla toplumla bütünleşik bir kişilik kazandıran önemli bir süreci ifade etmektedir (Bahar, 2009:71). Toplumda bireye toplumsal olarak kişilik kazandırmayı amaç edinmiş toplumsallaşma olgusu toplumsal gelişme ve değişme için önemli bir araç olarak öne

çıkılmaktadır. Bu araç, bireylerin toplum içerisinde diğer bireylerle ilişkilmesini ve bireylerin bir arada yaşamalarını teşvik etmekte ve toplumsal yaşamı hareketlendirmektedir. Söz konusu hareketlenmenin en önemli sonuçlarından birisi de toplumsal değerlerin gelişmesi ve kültürün gelecek kuşaklara aktarılması, toplumun ve kültürün devamının sağlanması şeklinde öne çıkmaktadır (Çambay, S.O., 2015).

Yeni medya, bireylere kendilerini ifade edebilmelerinde önemli bir ortam sağlamakta ve bu ortamı özgür, eşit, şeffaf bir biçimde yapılandırmaktadır. Bu bağlamda yeni medya toplumsal standartların benimsenerek bireylerin toplumsal olaylara katılma ve toplumsal olaylara dâhil olma sürecinde önemli bir araç olarak konumlanmaktadır. Bu süreci yönlendirecek en önemli unsur olarak teknolojiye erişim olanakları gösterilmektedir (Çambay, S.O., 2015). Yeni medyayı toplumsallaşmanın önemli bir aracı olarak konumlandıran diğer bir donanım da söz konusu ortamların günlük yaşam pratiklerinde birey ve topluluklar için kendini ifade etme ve kimlikleşme işlevi taşıması olarak göze çarpmaktadır (Doğu ve Diğerleri, 2014: 98).

Toplumsallaşma olgusu kitlesel anlamda kültürel olgu ile birleşik bir yapılanma göstermektedir. Bu yapının temellendirilmesinde ise teknolojik olgunun payı oldukça büyüktür. Teknolojik gelişmelerle birlikte bireyden bireye ve toplumdan topluma iletişim mesafe tanımaksızın hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte internet olgusunun da etkisini göstermesi sosyal yapının inşa edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Çünkü toplumsallaşma süregelen bir süreçtir. Teknolojik gelişmeler ne kadar hızlı gerçekleşirse toplumsallaşma olgusu da bu gelişim içinde kendine o kadar hızlı yer bulmaktadır. Yeni medya ile birlikte web tabanlı platformların ortaya çıkması iletişim olgusunun etkisini arttırmasına ve bireysel ya da kitlesel anlamda toplumsallaşma olgusuna yön vermesine neden olmaktadır.

Yeni medya ortamları toplum içinde karşılıklı iletişim yargılarına yön vererek bireylerin tutum, davranış ve alışkanlıklarına etki etmektedir. Medya platformlarının, bireylerin birbirlerine ulaşım imkânını kolaylaştırması, bireyler üzerinde sosyal çevre olgusunun da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ortaya çıkan bu olgu ise bireyler üzerinde baskı yaratmakta ve içinde bulunmuş olduğu toplumsal yargılara göre bireylerin farklı tutum ve davranış şekilleri göstermesine neden olmaktadır.

Yeni medya ortamlarının sağlamış olduğu imkânlar nedeniyle zaman ve mekân olgusu ortadan kalkmış, fiziksel ya da yüz yüze iletişim olguları önemini yitirmiştir. Bu nedenle bireyler sanal birliktelik ya da sanal iletişim kurabilme olanaklarına yönelerek “soyutlanma” olgusundan kurtulmanın çarelerini aramaktadırlar. Toplumsal anlamda soyutlanma korkusu bireylerin zihinsel süreçleri içerisinde “ispat” ve “gösterim” olgularını ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla

bireylerin medya platformları aracılığıyla yapılan gönderilerde beğenilme ya da takdir edilme arzusu içinde olmaları topluma karşı “Ben Buradayım” endişesini duymasına neden olmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin web tabanlı platformlar ile birleşmesi sonucunda bireysel ve toplumsal anlamda insanlara bilgi, iletişim ve farklı alanlarda kolaylık sağladığı görülmektedir. Fakat yeni medya platformlarının fiziksel temas ve yüz yüze ilişkileri kendi bünyesinde barındırmıyor olması nedeniyle bu platformlar hem bireysel hem de toplumsal anlamda sosyal çevreleriyle ve akranlarıyla kurulan ilişkilerde bir eksiklik oluşturabilmektedir. Dolayısıyla da bireylerin medya platformları aracılığıyla paylaşılan gönderilerinde topluma ya da akran gruplarına karşı sosyal kabullenme ve takdir edilme istekleri içinde oldukları söylenebilir.

Bu çalışma medya platformlarının kullanıcıları fiziksel ve sosyal çevrelerinden uzaklaştırarak akran gruplarıyla olan ilişkilerinde sosyal yalnızlık yaşadıklarına değinmektedir. Bu nedenle de medya platformları kullanıcılarının akranlarıyla olan ilişkilerinde kopukluk yaşamalarını engellemek amacıyla gönderi paylaşımı yaptıkları söylenebilir. Çalışmada kullanıcıların sosyal çevrelerinden ve akran gruplarından uzak kalma düşüncesiyle medya platformlarında yapılan paylaşımlara karşı bir beğenilme ve takdir edilme beklentisi içinde olduklarının ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Bu çalışma medya platformları kullanıcılarının beğenilme arzusu içinde oldukları düşüncesinin ortaya çıkarılmasını amaçlamış olması nedeniyle kullanıcıların psikolojik durumlarını ortaya çıkaracak diğer çalışmalar için de bir ön adım olmaktadır.

4. İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Yapılan literatür taramalarında konu ile ilgili araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalardan biri olan Karagülle ve Çaycı'nın (2014) yılında hazırlamış oldukları “Ağ toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma” çalışması konuya teknoloji ve internet olgularının bireyler üzerindeki etkilerini incelemektedir. Sonuç olarak da medya platformlarının bireyleri yalnızlaştırarak sosyal çevrelerinden uzaklaştırdığını kişisel anlamda evlere hapsedtiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda vurgulanan bu düşünce ile bu çalışmaya benzerlik göstermektedir.

Diğer bir çalışma ise Çambay'ın (2015) yılında hazırlamış olduğu “Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme” çalışması örneklem alınmıştır. Çalışmada ağ toplumlarının insanlar üzerindeki etkileri incelenerek, insanların bu bağlamda tutum ve davranış sergiledikleri vurgulanmaktadır. Bu bağlamda vurgulanan düşünce bu çalışmayı destekler niteliktedir.

Diğer bir çalışma ise Altunay'ın (2015) yılında hazırlamış olduğu “Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya” adlı çalışmasıdır. Çalışmada yeni medyanın karakteristik özellikleri özetlenerek, toplumsallaşma ile olan kavramsal ilişkilerin ortaya konulması hedeflenmiştir.

Bir diğer çalışma ise Aydoğan ve Kırık'ın (2012) yılında hazırlamış oldukları "Alternatif Olarak Yeni Medya" adlı çalışmalarıdır. Çalışmada yeni medya olgusunun toplumsal anlamda gelişimi irdelenmiştir. Bu çalışmadan farklı olarak yeni medya olgusunun toplumsal anlamda insanlar üzerinde oluşturmuş olduğu endişe ve kaygı olgularına değinilmemektedir.

Bir diğer çalışma ise Mcleod'un (1995) yılında hazırlamış olduğu "Media and Civic Socialization of Youth" adlı çalışması örneklem alınmıştır. Çalışmada, ergenlerin sosyalleşmesinde yeni medyanın rolü ve önemine değinilmektedir. Yeni medya platformlarının insanlar üzerinde oluşturmuş olduğu sosyalleşme olgusuna değiniliyor olması ile bu çalışmaya benzerlik göstermektedir.

5. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ARAŞTIRMA SORULARI

Teknolojik gelişmelerle birlikte insanlar arasında fiziksel birliktelik oluşturma bakımından toplumsal uzaklaşma yaşanmaktadır. İnternetin küresel anlamda yayılım göstermesi ile yeni medya platformlarının insanlar arasında kullanımı genişlemektedir. Bu genişleme nedeniyle toplumlar arasındaki fiziki bağlar yerini uzaktan iletişime bırakmaktadır. İnsanların fiziksel bağlardan uzak kalması yeni medya platformlarında kendi kişisel dünyalarını oluşturmalarına ve öz benliklerini toplumlara karşı kanıtlamaya ve kabul ettirme çabalarına itmiştir. Bu nedenle araştırmanın amacı Bitlis Üniversitesi, Güroymak Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin yeni medya platformlarında paylaşmış oldukları gönderilerde beğenilme beklentisi içinde olduklarının gösterilmesi ve bu beklentinin nedenlerinin ortaya çıkarılmasıdır.

1. Sizde Yeni Medya Nedir? Yeni Medya Denildiğinde Aklınıza Neler Geliyor?
2. Yeni Medya Platformlarından Çoğunlukla Hangilerini Kullanıyorsunuz?
3. Medya Platformlarında Paylaşımlarınızı Yaparken, Beğenilme Kaygısı Taşıyor Musunuz? Neden?
4. Medya Platformlarındaki Paylaşımlarınıza Beğeni (Like) Aldığınız Zaman Neler Hissediyorsunuz?
5. Medya Platformlarındaki Gönderilerinizin Başkaları Tarafından Paylaşıldığında mı, Yoksa Beğeni (Like) Aldığınızda mı Daha Çok Mutlu Oluyorsunuz? Neden?
6. Takipçileriniz Genel Olarak Kimlerden Oluşuyor? En Fazla Hangi Takipçilerinizden Beğeni Almak Hoşunuza Gidiyor? Neden?

6. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, katılımcıların seçimi, veri toplama araçları ve analizlerinin incelenmesi yapılacaktır. Ayrıca katılımcılara görüşme/mülakat yönteminin uygulanmış olması nedeniyle "MYO'da Öğrenim Gören Öğrencilerin Yeni Medya Platformlarındaki Beğenilme Tutkuları" adlı çalışmaya Bitlis Eren

Üniversitesi Etik İlkeleri ve Etik Kurulunun 2024/03-29 ve E.5281 sayılı kararıyla etik kurul izni alınmıştır.

6.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik yaklaşım kullanılmıştır. Fenomenolojik yaklaşım özellikle 1950 ve 1960'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde orta sınıf tabaka halkın içinde bulunmuş olduğu psikolojik rahatsızlığı ve bunalımı fark etmesi nedeniyle güçlü bir akım olarak kendine yer edinmiş ve bilimsel açıdan önceki dönemlerde çok fazla ifade edilmemiştir. Bu yaklaşım sevgi ve yaratıcılık, kişisel gelişim ve kendini gerçekleştirme gibi kavramları araştırmaya yönelmektedir. Bu yaklaşım varoluşçu ve hümanist gelenekler temel alınarak her bireyin kişisel deneyimle ve kendine özgü olarak betimlenen anlamların gücünü ortaya çıkarmayı ifade etmektedir (Horejsi ve Sheafor, 2003:100).

6.2. Katılımcılar

Araştırmaya katılan katılımcıların görüşlerini ortaya çıkarmak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma grubu rastgele (random) örneklem yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Ölçüt örnekleme bir durumun ayrıntılı bir şekilde analizi için belirli örnek olayları veya türleri belirlemek istediğinde kullanılır (Neuman, 2007:322).

Bu araştırmada belirlenen ölçütler;

- 1.) Araştırma grubundaki bireylerin yeni medya platformlarını kullanıyor olmaları.
 - 2.) Bu öğrencilerin yeni medya platformlarında gönderi paylaşıyor olmaları.
- Araştırma grubundaki öğrencilere yüz yüze olarak ulaşılmıştır. Sınıf ortamında yazılı olarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

6.3. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Araştırmada verilerin toplanması amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu araştırmacı tarafından özgün olarak hazırlanmıştır. Görüşme formunda, bireyin davranışlarını anlayabilmek ve onun kendine özgü yaşantısını ve algılayışını ortaya çıkarması gerektiğini ifade eden fenomenolojik yaklaşım kullanılmıştır. Katılımcıların görüşlerini ortaya koymak amacıyla katılımcılara 6 adet soru sorulmuştur. Görüşme formu katılımcılara fiziksel olarak sınıf ortamında verilmiş ve soruların cevaplandırılması istenmiştir. Elde edilen verilerin analiz edilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

7. BULGULAR ve YORUM

7.1. Yeni Medyanın Tanımına ve Kapsamına İlişkin Bulgular ve Yorum

Öğrencilerin yeni medya olgusunun tanımı ve kapsamı hakkındaki yorumlarını gösteren temalar, kodlar ve bu tema ve kodlara ait frekanslar tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1: Yeni Medyanın Tanımına ve Kapsamına İlişkin Bulgular

TEMA	Frekans	KOD	Frekans
İnternet	17	Medya	11
		Haberleşme	6
Sosyal Medya Platformları	21	Instagram/WhatsApp/Facebook/Tik Tok/X	21
Bilgi ve Eğlence Ortamı	16	Video Oyunları/Mobil Oyunlar	11
		Bilgiye Erişim İmkânı	5
Dijital İlişkiler	11	İletişim	11
Topluma Zarar Veren Bir Olgu	6	Kültürel Bozulma	4
		Aile İlişkilerinin Bozulması	2

Araştırma sorusu “Sizce Yeni Medya Nedir? Yeni Medya Denildiğinde Aklınıza Neler Geliyor?” şeklinde öğrencilere sorulmuştur. Bu soruya yanıt olarak yeni medyayı “17 öğrenci İnternet”, “21 öğrenci Sosyal Medya Platformları”, “16 öğrenci Bilgi ve Eğlence Ortamı”, “11 öğrenci Dijital İlişkiler”, ve “6 öğrenci Topluma Zarar Veren Bir Olgu” olarak tanımlamışlardır.

“Yeni medya denildiğinde aklınıza neler geliyor?” sorusuna ise “11 öğrenci Medyatikleşme”, “6 öğrenci Haberleşme”, “21 öğrenci Instagram, WhatsApp, Facebook, Tik Tok ve X... gibi Sosyal Medya Platformları”, “16 öğrenci Mobil ve Video Oyunları, Bilgi Erişim İmkânı”, “11 öğrenci Sanal İletişim Olanakları” ve “6 Öğrenci Kültürel ve Aile İlişkilerinde Bozulma” gibi cevapları vermişlerdir.

Öğrenciler genel olarak yeni medya olgusunu dijitalleşme kavramıyla özdeşleştirerek internet ve teknolojik gelişmelerin olanakları sayesinde dijital bir dünya olarak kendi zihinsel süreçlerinde kavramsal tanımlamalarını gerçekleştirmişlerdir. Ayrıca yeni medya olgusunu boş zamanlarını değerlendirecekleri ve her türlü bilgiye ulaşabilecekleri bir olanak dünyası olarak tanımlamışlardır. Yeni medya olgusu ile birlikte mesafe ve zaman kavramının önemini yitirdiğini ve bu platformlar aracılığıyla iletişim olanaklarının oldukça kolaylaştığını ifade etmişlerdir.

Öğrenciler arasında kalan küçük bir grup ise yeni medya olgusunu insan hayatına yerleşen bir tehlike olarak görmektedir. Teknolojik gelişmeler, internetin icadı ve medya platformlarının toplumsal yozlaşmaya neden olduğunu ve aile ilişkilerine zarar verdiğini öne sürmektedirler. Özellikle de aile içindeki yüz yüze ilişkilerin zarar gördüğünü öne sürerek aile içindeki yüz yüze ilişkilerin yerini sanal ilişkilerin aldığını ifade etmektedirler.

Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplardan bazıları şu şekildedir.

Ö.1. Kitle iletişiminde medya, bilgi veya verileri depolamak ve iletmek için kullanılan araçlardır. Yeni medya deyince aklıma gazete, radyo ve televizyon gibi internet ve sosyal medya platformları geliyor.

Ö.2. Yeni medya iletişim, eğlence, ağı olarak biliniyor. Yeni medya deyince severek dolaştığım bir platform aklıma geliyor.

Ö.3. İnternet platformlarında yapılan paylaşımlar ve aklıma gelen sahte insanlar. Gerçekliğin yok oluşu, insanların kılıktan kılığa girmesi geliyor. Bence toplumda kültür ve gelenek yok oluyor tabi kullanım amacına göre de değişiyor.

Ö.4. İçinde bulunduğumuz çağ tam bir internet platformu. Her şeye yeni medyayla çok kolay ulaşıyoruz. Bir uğraş söz konusu değil. Her şey her an elimizin altında. Aslında güzel bir platform ama bizi çevreden ve aile içi iletişimimizden uzaklaştırıyor.

7.2. Öğrenciler Tarafından Kullanılan Medya Platformlarının Gösterildiği Bulgular ve Yorum

Öğrencilerin tarafından genel olarak hangi medya platformlarının kullanıldığını gösteren Tema ve Frekanslar tablo 2’de verilmektedir.

Tablo 2: Öğrenciler Tarafından Kullanılan Medya Platformlarının Gösterildiği Bulgular

TEMA	Frekans
Instagram	24
WhatsApp	22
X	13
Tik Tok	8
Snapchat	7
Facebook	5
Telegram	5
Youtube	4

Araştırma sorusu olarak öğrencilere “Yeni Medya Platformlarından Çoğunlukla Hangilerini Kullanıyorsunuz?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya öğrencilerden “24 öğrenci Instagram”, “22 öğrenci WhatsApp”, “13 öğrenci X”, “8 Öğrenci Tik Tok”, “7 öğrenci Snapchat”, “5 öğrenci Facebook”, “5 öğrenci Telegram”, ve “4 öğrenci Youtube” cevaplarını vermişlerdir.

Yeni medya platformları olarak bilinen sosyal medya araçlarından en fazla oranda Instagram ve WhatsApp uygulamalarının kullanıldığı görülmektedir. Instagram ve WhatsApp uygulamalarının hem haberleşme hem de bilgi ve eğlence yönlerini bünyelerinde barındırıyor olmaları, kullanım alanlarının yüksek olmalarına neden olmaktadır.

X uygulaması Instagram ve WhatsApp uygulaması kadar tercih edilmese de kullanım ağı en yüksek üçüncü uygulamalar arasında yer almaktadır. Haberleşme ve bilgi paylaşım olanaklarına sahip olması, oransal anlamda kullanımı tercih edilen bir uygulama olarak tercih edilmektedir.

Sırasıyla Tik Tok eğlence paylaşım ağı, Snapchat bilgi ve eğlence paylaşım ağı, Facebook bilgi ve eğlence ağı, haberleşme ve iletişim imkânı, Telegram iletişim ve haberleşme ağı, Youtube ise bilgi ve eğlence ağı gibi olanakları öğrencilere sunan medya platformlarıdır.

Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplardan bazıları şu şekildedir.

Ö.1. Instagram’ı ve WhatsApp’ı çok aktif kullanıyorum.

Ö.2. Çoğunlukla Instagram ve WhatsApp’ı kullanıyorum.

Ö.3. Genel olarak hepsini kullanıyorum. “Instagram, X, Tik tok, Facebook.”

Ö.4. WhatsApp, X, Instagram, Tik tok, Snapchat gibi sosyal medya uygulamalarını kullanıyorum.

7.3. Medya Platformlarında Yapılan Paylaşımlarda, Beğenilme Kaygısının Yaşanıp Yaşanmadığına İlişkin Bulgular ve Yorum

Öğrencilerin tarafından medya platformlarında yapılan paylaşımlara karşı kaygı yaşanıp yaşanmadığını gösteren temalar, kodlar ve bu tema ve kodlara ait frekanslar tablo 3’de verilmektedir.

Tablo 3: Medya Platformlarında Yapılan Paylaşımlarda, Beğenilme Kaygısının Yaşanıp Yaşanmadığına İlişkin Bulgular

TEMA	Frekans	KOD	Frekans
Evet	18	Mutlu Ediyor	11
		İnsanların Düşüncelerini Önemsiyorum	10
		Özgüven Veriyor	5
Hayır	11	Özgüvene Sahibim	10
		İnsanların Düşüncelerini Önemsemiyorum	9
		Ticari Amaçlı Kullanıyorum	1
Zaman Zaman	1	Psikolojik Duygularıma Göre Değişiklik Gösteriyor	1

Araştırma Sorusu öğrencilere “Medya Platformlarında Paylaşımlarınızı Yaparken, Beğenilme Kaygısı Taşıyor Musunuz? Neden?” şeklinde yöneltilmektedir. Bu soruya öğrencilerin farklı cevaplar verdikleri görülürken, büyük bir çoğunluğunun kaygı yaşıyorum şeklinde cevap verdiği görülmektedir. Soruyu yanıtlayan “18 öğrenci evet”, “11 öğrenci hayır” ve “1 öğrenci de zaman zaman” kaygı yaşıyorum cevaplarını vermektedirler.

“Evet” cevabını veren öğrenciler, kaygı yaşamalarının nedenlerini, “11 öğrenci paylaşımlarının beğenilmesini istediğini ve bu durumda kendilerini mutlu ettiğini”, “10 öğrenci çevresinde bulunan akranlarının düşüncelerini önemseydiğini ve takdir edilmek istediğini”, “5 öğrenci ise yapmış oldukları paylaşımların beğenilmesinin kendilerine özgüven aşıladığı” şeklinde ifade etmişlerdir.

“Hayır” cevabını veren öğrenciler kaygı duymamalarının nedenlerini “10 öğrenci kendi özgüven duygularının yeterince yüksek olduğunu ve başkaları tarafından beğenilmeye ihtiyaç duymadığını”, “9 öğrenci çevresel etkenlerden etkilenmeyerek başkalarının düşüncelerini önemsemediklerini” ve “1 öğrenci de medya platformlarını ticari amaçlı kullandığını ve kaygı taşımadığı” şeklinde ifade etmişlerdir.

“Zaman Zaman” cevabını veren “1 öğrenci de Psikolojik etkenlerden dolayı içinde bulunmuş olduğu ruh haline göre çevresel etkenlerden etkilenip etkilenmediği” şeklinde ifade etmiştir.

Sorulara verilen cevapların büyük bir çoğunluğunda, öğrencilerin zihinsel süreçlerinde özgüven eksikliği yaşadıklarını göstermektedir. Özellikle teknolojik gelişmeler ile birlikte internet olgusunun da bu gelişmelere eklenmesi ile yeni medya platformları, yüz yüze ilişkileri azaltmakta ve bireyleri çevresel etkenlerden

uzaklaştırmaktadır. Aile içi ve akran grupları arasında gerçekleştirilen ilişkilerde samimiyet ve içtenlik olgularının da zayıflaması sonucunda, öğrencilerde takdir edilme ve kendilerini kanıtlama endişeleri ortaya çıkmaktadır. Yapılan paylaşımlar ile öğrenciler “Ben de Buradayım” mesajını içinde bulunmuş olduğu akran kitlesine aktararak “Yalnızlaşma” ve “Soyutlanma” durumlarından kaçınmaya çalışmaktadır.

Sorulara verilen cevaplar arasında “Hayır” cevabını veren öğrenciler, özgüven sorunu yaşamadıklarını ifade etmektedirler. Aile içi ya da akran grupları arasında iletişim ağlarını kapatmış olmaları nedeniyle farklı bireylerin ya da grupların düşüncelerini önemsemediklerini belirtmektedirler. Öğrenciler, iletişim olanaklarının kapatılmasını ve ruhsal devinimlerinde oluşan “Umursamazlık” duygusunu, medya platformları aracılığıyla kurulan ilişkilerin samimiyetsizlik ve realite dışı olmasına dayandırmaktadırlar. Bu nedenle kaygısızlık düşüncesinin ortaya çıkmasına, medya platformlarında kurulan ilişkiler neden olmaktadır. Aynı zamanda bu platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari süreçlerin herhangi bir duygusal bağlılığa dayalı olmaması, kaygı duygusunun oluşmamasının nedenleri arasında yer almaktadır.

Verilen cevaplar arasında oldukça düşük bir orana sahip olan “Zaman Zaman” kaygı taşıyorum ifadesi, kişinin içinde bulunmuş olduğu psikolojik duruma bağlı olarak değişkenlik göstermesi ile ifade edilmektedir. Öğrenci, zaman zaman kaygı yaşamasının nedenini insanların kendisi hakkındaki duygularından ve paylaşımlarına karşı sergilenen tepkilerinden emin olamaması olarak açıklamıştır.

Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplardan bazıları şu şekildedir.

Ö.1. Evet taşıyorum. Çünkü paylaştığım herhangi bir şey ben beğenmiş olsam da insanlar tarafından beğenilmeyebilir. Saçma olabilir.

Ö.2. Evet taşıyorum. Çünkü paylaşımlarım beğenildiği zaman özgüvenli hissediyorum. Bir nevi egomu tatmin ediyorum.

Ö.3. Hayır taşımıyorum. Beğeni çok fazla olmasa bile sadece sevdiğim beğenmesi beni mutlu eder. Çünkü ne kadar az kaygılı olursam, o kadar çok beklenti içinde olmam ve yüksek rakamlarda beğeni almasam bile çok üzülmem.

Ö.4. Zaman zaman beğenilme kaygısı yaşıyorum. Çünkü psikolojik olarak kendimi iyi ya da kötü hissettiğim zamanlar oluyor. Buna göre de paylaşım yaptığım zamanlarda insanların benim hakkımda ne düşündüklerini kestiremiyorum. Bunun için de beğenilme kaygısını zaman zaman yaşıyorum.

7.4. Öğrencilerin Medya Platformlarındaki Paylaşımlarına Beğeni (Like) Aldıklarında Duygularını Ortaya Çıkaran Bulgular ve Yorum

Öğrencilerin medya platformlarındaki paylaşımlarına beğeni (Like) aldıklarında, duygularını gösteren temalar, kodlar ve bu tema ve kodlara ait frekanslar tablo 4’de verilmektedir.

Tablo 4: Öğrencilerin Medya Platformlarında Yapmış Oldukları Paylaşımlara Verilen Tepkilere Karşı Sergilemiş Oldukları Tutum ve Davranışlara İlişkin Bulgular

TEMA	Frekans	KOD	Frekans
Mutlu Oluyorum	26	Özgüven Kazanıyorum	13
		Daha Fazla Paylaşım Yapmak İstiyorum	10
		Sosyal Çevremle İlişkilerim Artıyor	9
Umursamıyorum	3	İnsanların Düşüncelerine Önem Vermiyorum	3
Kendimi Sorguluyorum	1	İnsanları Anlamaya Çalışıyorum	1

Öğrencilere araştırma sorusu olarak “Medya Platformlarındaki Paylaşımlarınıza Beğeni (Like) Aldığınız Zaman Neler Hissediyorsunuz?” şeklinde yöneltilmiştir. Bu soruya yanıt olarak “26 öğrenci Mutlu Oluyorum”, “3 öğrenci Umursamıyorum” ve “1 öğrenci de Kendimi Sorguluyorum” gibi yanıtlar vermiştir. “Mutlu oluyorum” şeklinde cevap veren öğrencilerden “13 öğrenci paylaşımlara verilen olumlu tepkilerin kendisine özgüven duygusu kazandırdığını”, “10 öğrenci beğenilme durumunun kendisini çok mutlu ettiğini ve bu nedenle de daha fazla paylaşım yapmak yönünde istek duyduğunu” ifade etmiştir. “9 öğrenci ise beğenilme takdir edilme olgularının sosyal çevresine karşı bakış açısını değiştirdiğini ve olumlu ilişkilerini arttırdığını” ifade etmektedir.

“Umursamıyorum” cevabını veren öğrencilerin tamamı ise başka insanların düşünce ve istekleriyle ilgilenmediğini ifade etmektedirler.

“Kendimi Sorguluyorum” şeklinde cevap veren 1 öğrenci ise insanların duygu ve düşüncelerinden emin olamaması nedeniyle paylaşılan gönderilere verilen tepkilerden şüphe duyduğunu ifade etmektedir.

Araştırmanın temel sorularından bir tanesi olan “Medya Platformlarındaki Paylaşımlarınıza Beğeni (Like) Aldığınız Zaman Neler Hissediyorsunuz?” sorusuna verilen cevapların büyük bir çoğunluğu, öğrencilerin bu paylaşımları yaparken bir beklenti ve tutum içinde olduklarını göstermektedir. Verilen cevapların büyük bir çoğunluğunun “mutlu oluyorum” şeklinde olması, öğrencilerin paylaşımlarını yaparken içten içe takdir edilme ve beğenilme arzusu içinde olduklarını göstermektedir. Özgüven kazanıyorum ve daha fazla paylaşım yapmak istiyorum şeklinde verilen cevaplar, öğrencilerin güven eksikliği nedeniyle çekingen bir tutum sergilediklerini göstermektedir. Fakat yapılan paylaşımların akran grupları tarafından beğenilmesi, bu güven eksikliğini ortadan kaldırmakta ve öğrencileri haz duygusu ile tanıştırmaktadır. Bu durum ise sosyal çevreleriyle olan ilişkilerinde düzen ve iyileşme göstergelerinin ortaya çıkmasına imkân sağlamaktadır.

Araştırma sorusuna “Umursamıyorum” şeklinde verilen cevaplar küçük bir oranda da olsa çalışmada kendine yer edinmektedir. Öğrenciler paylaşımlarını yaparken akran gruplarının ya da takipçileri arasında yer alan bireylerin düşüncelerini umursamadıklarını ve bu düşüncelere önem vermediklerini ifade etmişlerdir. Fakat sosyal çevrelerinde yer alan bireylerin düşüncelerini

umursamadıklarını ifade etmelerine rağmen beğeni almaları durumunda bu durumun kendilerini mutlu ettiğini de belirtmektedirler.

Araştırma sorusuna “Kendimi Sorguluyorum” şeklinde cevap veren öğrenci ise bu durum karşısında duygu karmaşası yaşamaktadır. Bireylere ya da insanlara karşı güven sorunu yaşaması bu cevabın verilmesinde etkili olmaktadır. Platformların özellikle de medya araçlarının insanları fiziksel boyutlandırma olarak ayrıştırması, insanların ruhsal devinimlerine dokunduğunu savunmakta ve bu nedenle insanların gerçek anlamda tanınmalarını engellediğini ifade etmektedir.

Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplardan bazıları şu şekildedir.

Ö.1. *Mutlu hissediyorum. Güzel hissediyorum. Çünkü beğenilmek, sevmek güzel hissettirir. Kimisi içinde ego tatmin eder. Kişiden kişiye değişir. Ben kendimi özel hissediyorum. İnsanların beni beğenmesi beni mutlu ve tatmin ediyor.*

Ö.2. *Sevdiğim kişiler tarafından beğeni aldığında mutlu oluyorum. Fazla beğeni aldığında daha çok mutlu oluyor ve daha fazla fotoğraf ve video atasım geliyor.*

Ö.3. *Sosyal medyada genelde paylaşım yapmam. Çünkü bana saçma geliyor. Başka insanlar beni görmeseler de olur. Ama paylaşım yapsaydım ve beğeni alsaydım belki biraz mutlu olurum.*

Ö.4. *Daha çok kendimi sorguluyorum. Neden paylaşım yaptım? Gerçekten paylaşımlarını beğeniyorlar mı? Yoksa medya platformlarını aktif olarak kullandıklarını mı kanıtıyorlar. Bence medya fiziksel anlamda insanın yüzünü değil ruhunu yansıttığını düşündüğüm için paylaşımlarımı kısa süreli tutuyorum.*

7.5. Medya Platformlarında Paylaşılan Gönderilerin Öğrencileri Paylaşıldığında mı, Yoksa Beğeni (Like) Aldığında mı Daha Çok Mutlu Ettiğini Gösteren Bulgular ve Yorum

Medya platformlarında paylaşılan gönderilerin öğrencileri paylaşıldığında mı, yoksa beğeni (Like) aldığında mı daha çok mutlu ettiğini gösteren temalar, kodlar ve bu tema ve kodlara ait frekanslar tablo 5’de verilmektedir.

Tablo 5: Medya Platformlarında Paylaşılan Gönderilerin Öğrencileri Paylaşıldığında mı, Yoksa Beğeni (Like) Aldığında mı Daha Çok Mutlu Ettiğini Gösteren Bulgular

TEMA	Frekans	KOD	Frekans
Beğenilmesi	15	Mutluluk ve Özgüven Veriyor	15
		Gönderilerimin Paylaşılmasını İstemiyorum	1
		Bu Bir Hastalık	1
Paylaşılması	6	Bana Değer Katıyor	2
		Sosyal İlişkilerim Artıyor	2
		Mutlu Oluyorum	2
		Ticari Amaçlı Kullanıyorum	1
		Çok Mutlu Oluyorum	8
Her İkisi Birden	9	Özgüven Kazanıyorum	3
		Sosyal İlişkilerim Artıyor	3
		Kendimi Başarılı Hissediyorum	3

Öğrencilere araştırma sorusu “Medya Platformlarındaki Gönderilerinizin Başkaları Tarafından Paylaşıldığında mı, Yoksa Beğeni (Like) Aldığınızda mı Daha Çok Mutlu Oluyorsunuz? Neden?” şeklinde belirtilmiştir. Bu soruya yanıt olarak “15

öğrenci Beğenilmesi”, “6 öğrenci Paylaşılması” ve “9 öğrenci Her ikisi Birden” şeklinde yanıtlar vermiştir.

“Beğenilmesi” yanıtını veren öğrencilerden, “15 öğrenci paylaşımların beğenilmesi ve takdir edilmesinden mutluluk duyduğunu ve kendisine karşı bir özgüven duygusunun oluştuğunu” ifade etmektedir. “1 öğrenci gönderilerinin paylaşılmasını istemediğini” ifade ederken, “1 öğrenci de gönderi paylaşım ve beğenilme olgusunu bir hastalık olarak gördüğünü” belirtmiştir.

“Paylaşılması” yanıtını veren “2 öğrenci yapılan paylaşımlarının bir başkası tarafından paylaşıldığını görmesi üzerine bu durumun kendisine değer kattığını” ifade etmiştir. “2 öğrenci gönderilerinin başkaları tarafından paylaşılması durumunu sosyal ilişkilerini arttırdığı” şeklinde ifade belirtmiştir. “2 öğrenci bu durumun kendisine mutluluk hazzını verdiğini” belirtirken, “1 öğrenci de yapılan paylaşımları ticari amaçlı yaptığını” ifade etmiştir.

“Her ikisi Birden” yanıtını veren “8 öğrenci bu durumun kendisini çok daha fazla mutlu ettiğini” belirtmiştir. “3 öğrenci özgüven duygusunun arttığını”, “3 öğrenci Sosyal ilişkilerinde iyileşme ve değer kazanma yaşandığını” ve “3 öğrenci de kendisini medya platformlarında başarılı olarak gördüğünü ve bir şeyleri doğru şekilde yaptığını” dile getirmiştir.

Tablo.5. incelendiğinde öğrencilere “Medya Platformlarındaki Gönderilerinizin Başkaları Tarafından Paylaşıldığında mı, Yoksa Beğeni (Like) Aldığımızda mı Daha Çok Mutlu Oluyorsunuz? Neden?” sorusu yöneltilmiş ve alınan cevaplar tablodaki gibi dağılımı gerçekleştirilmiştir. Bu dağılıma göre yeni medya platformlarında yapılan paylaşımlar ve bu paylaşımlara karşı alınan dönütler genel anlamda öğrenciler tarafından mutluluk duygusu ile karşılanmaktadır. Özgüven kazanıyorum cevabını veren öğrencilerin, yüz yüze ilişkiden yoksun olmalarına rağmen dijital ilişkilerinde de beğenilmek ve takdir edilmek istedikleri görülmektedir.

Medya platformlarında yapılan paylaşımlarda beğenilme arzusunun oluşması ve bu gönderilerin başkaları tarafından beğenilmesi, paylaşılması ve hem beğenilmesi hem de paylaşılması öğrencilere mutluluk, özgüven, sosyal ilişkilerde iyileşme ve başarılı olma hissiyatını oluşturması bir beklenti ve kaygı duyguları içinde olduklarının göstergeleri arasındadır.

Tablo.5. incelendiğinde medya platformlarındaki beğenilme ve paylaşılma arzusunun oldukça düşük bir oranda da olsa olumsuz bir durum olarak nitelendirildiği görülmektedir. 1 öğrenci yapılan paylaşımların kendisine özel kalması gerektiğini ve kimsenin kendi fotoğraf ya da videolarını beğenilmesini istediğini fakat paylaşılmasını ve sosyal medya yayılmasını istemediğini belirtmiştir. Farklı 1 öğrenci ise bu durumu daha ileri bir boyuta taşıyarak beğenilme ve paylaşılma olgularına “Hastalık” olarak nitelemiş ve hastalık olma nedenini de

insanların kendilerini topluma beğendirmek ve takdir edilmek için olduklarından daha farklı gösterdiklerini ifade etmiştir.

Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplardan bazıları şu şekildedir.

Ö.1. beğeni aldığım zaman daha çok paylaşım yapma hissi oluşuyor. Bunun yanı sıra başkaları tarafından gönderilerim paylaşılsa, doğru yolda olduğumu kabul ederim.

Ö.2. Her ikisinde de mutlu olurum. Arkadaş ve aileden beğeni gelmesi ve paylaşılması beni çok daha fazla mutlu eder. Fakat tanımadığım insanların gönderilerini paylaşmasını istemem.

Ö.3. Gönderilerimi başkasının atması hoşuma gitmez. Çünkü bana saçma geliyor. Neden bir başkası benim paylaşımlarımı paylaşsın. Bu nedenle beğeni almak beni daha fazla mutlu ediyor.

Ö.4. Evet beğeni aldıkça mutlu oluyoruz. Fakat bence bu durum bir hastalık, sahtekârlık. İnsanlar ve toplum popülerleşmek uğruna yok oluşun eşiğinde.

7.6. Medya Platformlarında Takipçilerin Kimlerden Oluştüğünü ve Kimler Tarafından Beğenilmek İstenildiğini Gösteren Bulgular ve Yorum

Medya Platformlarında Takipçilerin Kimlerden Oluştüğünü ve En fazla Kimler Tarafından Beğenilmek İstenildiğini Gösteren temalar, kodlar ve bu tema ve kodlara ait frekanslar tablo 6’da verilmektedir.

Tablo 6: Medya Platformlarında Takipçilerin Kimlerden Oluştüğünü ve En fazla Kimler Tarafından Beğenilmek İstenildiğini Gösteren Bulgular

TEMA	Frekans	KOD	Frekans
Arkadaşlar	28	Mutluluk ve Özgüven Veriyor	20
		Gönderilerimi Sadece Arkadaşlarımın Görmesini İsterim	8
Aile	18	Mutluluk ve Özgüven Veriyor	18
Öğretmenler	2	Kendimi Değerli Hissediyorum	2
Sosyal Medya Fenomenleri	2	Çok Mutlu Oluyorum, Havalara Uçuyorum	2
Tanımadığım İnsanlar	2	Hiçbir Önemi Yok	2

Öğrencilere araştırma sorusu “Takipçileriniz Genel Olarak Kimlerden Oluşuyor? En Fazla Hangi Takipçilerinizden Beğeni Almak Hoşunuza Gidiyor? Neden?” şeklinde belirtilmiştir. Bu soruya yanıt olarak “28 öğrenci Arkadaşlar”, “18 öğrenci Aile”, “2 öğrenci Öğretmenler”, “2 öğrenci Sosyal Medya fenomenleri” ve “2 öğrenci de Tanımadığım İnsanlar” şeklinde yanıtlamışlardır.

Tablo.6. incelendiğinde “Arkadaşlar” yanıtını veren “20 öğrenci bu durumun kendilerine mutluluk ve özgüven duygularını aşıladığını” ifade ederken, “8 öğrenci paylaşımları yapılan gönderilerinin sadece arkadaşları tarafından görülmesini istediklerini” belirtmişlerdir. Dolayısıyla, genç nesil olarak nitelendirilen öğrenci grubu diğer ilişki gruplarına kıyasla akran grupları arasında daha fazla takdir ve beğenilme beklentisi içinde olmaktadır. Aile içi ilişkilerin, akran ilişkilerine nazaran daha fazla yüz yüze gerçekleşmesi, öğrencilerde akranlarına karşı medya platformlarında daha fazla takdir görme isteği duymalarına neden olmaktadır.

“Aile” yanıtını veren “18 öğrenci bu durumu sadece mutluluk ve özgüven” duyguları ile ifade etmişlerdir. Aile içi ilişkilerde beğenilme ve takdir görme isteği

kendini kanıtlama duygusuna kıyasla sevgi eksikliğini giderme yönüne vurgu yapmaktadır. Aile içi ilişkilerde, fiziksel olarak yüz yüze yapılamayan konuşmalar veya söylenemeyen sevgi cümleleri bu platformlar aracılığıyla yapılan paylaşımların beğenilmesi ile ortaya çıkıyor ve yüz yüze karşılanamayan sevgi eksikliği bu platformlardaki gönderiler aracılığıyla giderilmeye çalışılmaktadır. Öğrencilerin aile bireylerinden gelen beğenilme hareketine karşı mutluluk duyması ve kendisinde özgüven oluşturmaları, içsel duygularında bastırılmış olan aile içindeki takdir ve değer görme beklentisinin karşılanması durumudur.

“Öğretmenler” ve “Sosyal Medya Fenomenleri” yanıtını veren öğrenciler, “Kendimi Değerli Hissediyorum ve Çok Mutlu Oluyorum, Havalara Uçuyorum” şeklinde vermiş oldukları cevaplarında, örnek bir insan olarak görmüş oldukları bireylerden beklenen beğenilme ve takdir görme arzularının karşılanması durumudur. Yapılan paylaşımlara alınan beğenilme dönütleri ile karşılanan beklentiler sonucunda öğrencilerin duygusal anlamda istekleri karşılanmaktadır.

“Tanımadığım İnsanlar” yanıtını veren öğrenciler takipçilerinin arasında herhangi duygusal ya da fiziksel anlamda bir bağ kurmamış insanların takipçileri arasında yer aldığını ifade etmektedir. Fakat medya platformlarında yapılan gönderilere bu kişilerden gelen beğenilerin kendilerinde hiçbir duygu oluşturmadığını ve önemsemediklerini dile getirmişlerdir. Dolayısıyla duygusal anlamda bağ kurulan sosyal ilişkiler de öğrencilerin, sosyal çevrelerine “Ben buradayım” mesajını verme girişiminde oldukları ve beğenilme kaygısı yaşadıkları görülmektedir.

Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplardan bazıları şu şekildedir.

Ö.1. Takipçilerim daha çok eski lise arkadaşlarım ve üniversite arkadaşlarımdan oluşuyor. En fazla samimi olduğum arkadaşlarımdan beğeni almak hoşuma gidiyor.

Ö.2. Ailem ve arkadaşlarımdan oluşuyor. En çok ailem ve yakınlarımdan beğeni almak hoşuma gidiyor. Çünkü onlar tarafından beğeni almak bana iyi hissettirir. Değerli hissettirir. Çok mutlu olurum.

Ö.3. Arkadaşlarım, ailem ve öğretmenlerimden oluşuyor. Öğretmenlerim tarafından beğenilmek beni çok mutlu ediyor. Çünkü onlar tarafından beğenilmek beni çok mutlu ediyor ve başarılı olduğumu hissediyorum.

Ö.4. Takipçilerim genel anlamda yakın arkadaşlarımdan, ailemden ve tanımadığım insanlardan oluşuyor. Yaptığım işi yapan insanlardan beğeni almak daha fazla hoşuma gidiyor. Tanımadığım insanlardan beğeni almanın benim için hiçbir önemi yok.

8. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarından elde edilen bilgilere göre öncelikle öğrencilere yeni medya kavramının tanımı ve yeni medya kavramının öğrenciler üzerinde çağrıştırdığı anlamlar ile ilgili sorular sorulmuştur. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu yeni medya kavramını sosyal medya platformları (Instagram, WhatsApp, X...) ve internet kavramları olarak tanımlamışlardır. Genel anlamda verilen yanıtlara bakıldığında, yeni medya kavramı ile teknolojik gelişmelerin birleşmesi sonucunda

toplumun ve bireylerin bu gelişmelerden faydalandığı ve toplumsal anlamda bireylere kolaylık sağladığı gibi yanıtlar alınmıştır. Bu doğrultuda öğrenciler, yeni medya platformlarının sağlamış olduğu imkânlar neticesinde, mesafe kavramını ortadan kaldırıldığını ve toplumların iletişim olanaklarının arttırıldığını ifade etmişlerdir. Aynı zamanda öğrenciler bireylere boş vakitlerini geçirebilecekleri eğlence ve oyun alanları gibi yaşam alanlarının da sağlandığı yönünde yanıtlar vermiştir.

Öğrencilere yeni medya kavramının tanımı sorulduğunda öğrenciler tarafından büyük bir oranda “yeni medya platformları yani sosyal medya araçlarıdır” yönünde yanıtlar alınmıştır. Bu doğrultuda öğrencilere “platformlar arasında hangilerinin kullanıldığını” yönünde bir soru yöneltilmiştir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu, Instagram ve WhatsApp uygulamalarını kullandıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplarda, Instagram ve WhatsApp’ın tercih edilmesinin nedenleri olarak görsel ve yazılı iletişim olanaklarına sahip olması, fotoğraf ve video paylaşım olanaklarını içermesi, bireysel ve toplumsal olguların paylaşım olanaklarını bünyelerinde barındırıyor olmaları gibi nedenlerin etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Verilen diğer yanıtlara göre X uygulamasının tercih edilmesinde bireyler arasında iletişim olanağı sağlaması ve toplumsal haberleşme olanağına sahip olması, tik tok uygulamasının tercih edilmesinde video paylaşım ve eğlence içeriklerine sahip olması, Snapchat, Facebook ve Telegram uygulamalarının tercih edilmesinde eğlence ve iletişim imkânlarını sağlaması, YouTube uygulamasının tercih edilmesinde de bireylerin eğlence ihtiyaçlarının karşılanması, platformların tercih edilmelerinin nedenleri olarak gösterilmektedir.

Altunay (2015) yeni medya kavramını sosyal ağlar ve toplumsallaşma arasındaki bir bağ olarak tanımlamıştır. Bireylerin ve toplumların günden güne değişen ve gelişen teknolojiyi takip ederek sosyal ağlar yardımı ile insanların sanal iletişim imkânlarına sahip olduğunu belirtmiştir. Bu iletişim olanağını sağlayan araçlar olarak da medya platformlarını göstermiştir. Bu platformların kullanıcı sayılarında artış olmasıyla birlikte bireylerin daha fazla sosyal çevreye sahip olduklarını ve toplumsallaşma olgusunu kazanmalarında etkili olduğunu ifade etmektedir. Bu tanımlama neticesinde Altunay’ın görüşleri ile çalışma arasında benzerlik görülmektedir.

Çalışmanın sorularını belgelendirmek amacıyla öğrencilere “medya platformlarında paylaşım yaparken beğenilme kaygısı yaşayıp yaşamadıkları” sorulmuştur. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu bu soruya gönderilerinin beğenilmesi yönünde kaygı yaşadıklarını, paylaşımlarını yaparken aile ve akran grupları tarafından beğenilmek istedikleri şeklinde yanıtlar vermişlerdir. Ayrıca gönderilerin beğeni alması durumunda mutlu olduklarını ve özgüven duygularının da arttığını ifade etmişlerdir. Medya platformlarında paylaşımlar yaparken, akranları tarafından beğenilmelerinin kendilerine özel anlamlar yüklediğini ve değer

yargılarını arttırdığını belirtmişlerdir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlara bakıldığında, akranlarının düşüncelerine daha fazla değer verdikleri görülmektedir. Yapılan paylaşımlarda kaygı taşınmalarının nedenleri arasında beğenilme ve takdir edilme arzusu içinde olmaları ve medya platformlarının toplumsal ve bireysel olarak yüz yüze iletişim olanaklarını sınırlandırması gösterilmektedir. Bu durum öğrencilerin fiziksel ortamlardan uzaklaşarak medya platformlarında daha fazla zaman harcamalarına ve “Ben de buradayım” kaygısı ile gönderi paylaşımlarına neden olmaktadır. Bu doğrultuda da öğrenciler üzerinde toplumsal olarak kabul görme endişesi ile beğenilme ve takdir görme ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır.

Karagülle ve Çaycı (2014) bu düşünceyi destekler niteliktedir. Çalışmalarında gelişen teknoloji ve internet kavramının da ortaya çıkması ile fiziksel iletişimin gündün güne yok olduğunu dile getirmişlerdir. Bu gelişmeler doğrultusunda bireyler, sosyal çevrelerinden ve aile gruplarından soyutlandıklarını ya da yabancılaştıklarını hissettiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca davranışsal olarak da farklı psikolojik düşüncelere büründüklerini belirtmişlerdir. Karagülle ve Çaycı'nın yeni medya kullanıcılarının medya platformlarında kullanıcıların kendilerini öz benliklerinden farklı olarak yansıttıklarını vurgulaması çalışmanın bulgularını destekler niteliktedir.

Çambay (2015) benzer bir çalışmada, yeni medya ortamları aracılığıyla oluşturulan toplumsallaşma şekillerinde medya platformlarının bireylerin düşünce ve algılarını etkilediğini belirtmektedir. Medya platformlarında toplumsallaşma olgusunun hızlı bilgi paylaşımına ve karşılıklı etkileşime olanak sağladığını söylemiştir. Fakat bu platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimin yüz yüze, dokunma ve hissetme gibi olguları kapsamıyor olması nedeniyle kurulan ilişkilerin eksik ve başarısız bir şekilde gerçekleşeceğini ifade etmektedir.

Çalışma sorusuna kaygı taşımıyorum yanıtını veren öğrenciler, kendilerine karşı duymuş oldukları özgüven duygularının yüksek olduğunu ve farklı bireylerin düşüncelerini önemsemediklerini ifade etmektedirler. Aynı zamanda sosyal medya mecralarını ticari amaçlı kullanıyor olmaları da psikolojik anlamda bir kaygı yaşamalarına engel olmaktadır. Çalışma sorusuna zaman zaman kaygı taşıyorum cevabını veren öğrenci ise psikolojik anlamda duygu karmaşası içinde olduğunu ve paylaşım yaparken de içinde bürünmüş olduğu psikolojik ihtiyaca göre kaygı yaşadığını ifade etmektedir.

Öğrencilere “Medya platformlarındaki paylaşımlarınıza beğeni aldığımızda neler hissediyorsunuz” sorusu yöneltilmiştir. Öğrenciler, bu soruya yanıt olarak büyük bir oranda mutlu oluyorum yanıtını vermişlerdir. Akranları ve aile grupları tarafından beğenilmenin özgüven duygularının artmasına neden olduğu şeklinde ifade etmişlerdir. Ayrıca platformlarda paylaşılan gönderilerin beğeni alması, kendilerinde haz duygusunun oluşmasına ve daha fazla paylaşım yapma isteğine neden olduğunu belirtmişlerdir. Öğrenciler, beğeni yapan akranlarıyla olan ilişkilerinin daha iyi bir seviyelere geldiğini belirterek, sosyal çevreleriyle olan

ilişkilerinin de geliştiğini ifade etmişlerdir. Beğenilme ve takdir görme endişesi doğrultusunda yapılan paylaşımların bu beklentileri karşılaması, öğrencileri dış dünyaya karşı daha açık bir duruma getirmektedir. Ancak, dijital yenilikler ile internetin öğrencilerin hayatında etkinliğini artırması, öğrencileri fiziksel iletişim olgusundan uzaklaştırmasına ve toplumsal soyutlanma yaşatmasına neden olmaktadır. Bu soruya umursamıyorum ve kendimi sorguluyorum yanıtını veren öğrenciler ise insanların düşüncelerini önemsemediklerini ve yaşanan gönderi paylaşımı ve beğeni alma durumlarına anlam veremediklerini ifade etmişlerdir.

Öğrencilere “Gönderilerinizin Başkaları Tarafından Paylaşıldığında mı, Yoksa Beğeni (Like) Aldığınızda mı Daha Çok Mutlu Oluyorsunuz? Neden?” sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu beğenilmesi cevabını vermişlerdir. Beğenilmesi cevabını veren öğrenciler, bu durum karşısında mutluluk ve özgüven yaşadıklarını belirterek içsel beklenti durumlarını açığa çıkarmışlardır. Paylaşılması yanıtını veren öğrenciler bu durumun kendilerine mutluluk ve değer kattığını ayrıca sosyal ilişkilerini de arttırdığını ifade etmişlerdir. Öğrenciler arasında hem beğenilmesini hem de paylaşılmasını isteyen öğrencilerin varlığının kayda değer bir oranda olması ise öğrencilerin takdir edilme ve sosyal kabul beklentilerinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

Öğrencilere “Takipçileriniz Genel Olarak Kimlerden Oluşuyor? En Fazla Hangi Takipçilerinizden Beğeni Almak Hoşunuza Gidiyor? Neden?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruyu Arkadaşlar, Aile, Öğretmenler, Sosyal Medya Fenomenleri ve Tanımadığım İnsanlar olarak yanıtlamışlardır. Öğrencilerin en fazla beğenilmesini istediği grup, akran grupları olmaktadır. Akran grupları tarafından alınan beğenilerin öğrencilerde mutluluk ve özgüven duygularını oluşturuyor olması, yapılan paylaşımların beğenilme beklentisi içinde gerçekleştiğinin göstergesidir. Bu soruyu, gönderilerimi sadece arkadaşlarımdan görmesini istiyorum şeklinde cevaplayan öğrenciler, akran grupları arasında kabul görme ve takdir edilme kaygısı yaşadığını göstermektedir.

Öğretmenler ve sosyal medya fenomenleri tarafından beğenilme kaygısı yaşayan gruplar oldukça az bir oranda da olsa değer verdikleri gruplar tarafından beğenilmenin öğrencilerde mutluluk ve değer olgularının oluştuğunu göstermektedir. Beklenti içinde yapılan paylaşımlara cevap alınması sonucunda ortaya çıkan mutluluk ve özgüven duyguları, öğrencilerin sosyal ilişkilerinde ve hayatlarında başarılı hissetmelerini sağlamaktadır. Bu soruyu, öğrencilerin tanımadığı insanlardan gelen beğenilere karşı herhangi bir beklenti içinde olmamaları ve beğenilme ya da takdir görme kaygısı taşımamaları, tanımadığım insanlardan gelen beğenilerin bende hiçbir önemi yok şeklinde yanıtlar vermelerine neden olmuştur.

Çambay (2015) sanal çevrede oluşturulan tanıdık toplumlar kadar yabancı toplumsal yapılanmanın da önemli olduğunu vurgulamıştır. Yeni medya

platformlarının bireylere yeni ilişkilerin kurulmasında imkân hazırladığını ifade etmiştir. Aynı zamanda medya platformlarının bireylere gruplar arasında tanınırlığını artırma ve toplumsal ve siyasal olaylardan haberdar olma olanaklarını sağladığını belirtmiştir. Bu yönüyle de medya platformlarında edinilen sosyal çevrenin önemi vurgulanmaktadır. Örneklem içinde yer alan öğrencilerin sadece tanıdık çevreleriyle iletişim kurmayı istemeleri, tanımadıkları kişilere karşı herhangi bir düşünce yapılıncası içinde olmamaları yönüyle de bu araştırmadan farklı olmaktadır.

Genel sonuçlara bakıldığında öğrencilerin değer verdiği gruplara karşı takdir edilme ve kabul görme duyguları içinde oldukları tespit edilmektedir. Öğrencilerin yapılan paylaşımlarında beğenilme ve kabul görme beklentisi içinde hareket ettikleri görülmektedir. Beklentilerin karşılanması sonucunda öğrencilerde mutluluk, özgüven, sosyal çevreyle olan ilişkilerde iyileşme ve hayata karşı bakış açılarında düzenleme görülmektedir. Öğrenciler arasında, beğenilme ve kabul görme endişesinin oluşmasına teknolojik ilerlemelerin ve internet olgusunun medya platformlarına dâhil olması neden olmaktadır. Dolayısıyla fiziksel ya da yüz yüze ilişkilerde zayıflamalar yaşanmakta ve öğrencilerde yalnızlaşma ve kendini ispatlama endişeleri oluşmaktadır. Bu endişeler neticesinde öğrenciler tarafından medya platformlarında değer gruplarına karşı beğenilme ve kabul görme kaygıları ile gönderi paylaşımları yapılmaktadır. Öğrencilerin tanımadığı bireylerden gelen beğeni durumlarına, herhangi bir tepkisel anlam yüklememeleri, bu gruplara karşı bir beklenti ve takdir isteği içinde olmadıklarının göstergeleri arasında yer almaktadır.

Etik Beyan

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında belirtilen tüm kurallara uyulduğu beyan edilmiştir.

Etik Kurul Onayı

Araştırmanın etik ilkelere uygun yürütüldüğüne dair onay, Bitlis Eren Üniversitesi Etik İlkeleri ve Etik Kurulu'ndan 01.04.2024 tarih ve 2024/03-29 ve E.5281 sayılı karar ile alınmıştır.

Çıkar Çatışması ve Finansal Katkı Beyanı

Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması ve finansal katkı beyan edilmemiştir.

KAYNAKÇA

- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2005). *Öteki Kuram*. Erk Yayınları.
- Alioğlu, N. (2011). *Yeni Medya Sanatı ve Estetiği*. Papatya Yayıncılık.
- Altunay, A. D. (2015). Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 410-428.
- Aydoğan, F. & Akyüz, A. (2010). *İkinci Medya Çağında İnternet*. Alfa Yayıncılık.
- Aydoğan, F., & Kırık, A. M. (2012). Alternatif medya olarak yeni medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 58-69.
- Bahar, H. İ. (2009). *Sosyoloji*. USAK Yayınları.

- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu. Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları.
- Baudrillard, J. (2004). *Tam Ekran*. Yapı Kredi Yayınları.
- Çambay, S.O. (2015). Bir toplumsallaşma aracı olarak yeni medya: kuramsal bir değerlendirme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2015, 5 (2),237-247 243
- Dilmen, N. E. (2007). “Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri- bloglar ve gazeteciliğe yansımaları.” *Marmara İletişim Dergisi*.
- Doğu, B., Özçetin, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T. ve diğerleri. (2014). *Siyasetin Yeni Hali Vaka-i Sosyal Medya*. Kalkedon Yayınları.
- Dolgun, U. (2005). *Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna*. Ekin Kitabevi.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ütopya Yayınları.
- Horejsi, C. R. & Sheafor B.W. (2003). *Techniques and guidelines for social work practice*. Sixth Edition.
- Karagülle, A.E. ve Çaycı, B. (2014). Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 4(1), 1-9.
- Karaismailoğlu, E. (2014). *İnsanlık Toplumunu Eski Medya Köleliğinden Dijital Medya Efendiliğine Geçebilecek Mi? Ütopya Yayıncılık*
- Köseoğlu, Ö. (2012). *Halkla İlişkilerde Yeni Medyanın Kullanımı. Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi, Araştır, Planla, Uygula*. Seçkin Yayıncılık.
- Marvin, C. (1988) *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*. Oxford University Press.
- McLeod, J. M. (2000). Media and civic socialization of youth. *Journal of Adolescent Health*, 27(2), 45-51.
- Neuman, L. W. (2007). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. Yayın Odası.
- Pavlik, J. and McIntosh, S. (2004) *Converging Media: An Introduction to Mass Communication*. Pearson Books.
- Sevilla, Jr, HM. (1948). The challenge of the new media: Television, FM and facsimile. *Journalism Quarterly Newsletter*. 25 (1), 3-11.
- Şener, G. (2013). *Toplumsal Mücadele Alanı Olarak Sosyal Medya. Sosyal Medya ve Ağ Toplumunu: II: Kültür, Kimlik, Siyaset*. Reklam Yaratıcıları Derneği Yayınları.
- Yengin, D. (2012). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*. Derin Yayınları.