

**T.C.**  
**HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**  
**KLİNİK PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE VAROLUŞSAL MESELELER: NİTEL**  
**ÇALIŞMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZIRLAYAN**  
**SETENAY İZCİ**

**GAZİANTEP-2019**

**T.C.**  
**HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**  
**KLİNİK PSİKOLOJİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE VAROLUŞSAL MESELELER: NİTEL**  
**ÇALIŞMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZIRLAYAN**  
**SETENAY İZCİ**

**TEZ DANIŞMANI**  
**PROF. DR. HANNA NITA SCHERLER**

**GAZİANTEP-2019**



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE  
YÜKSEK LİSANS KABUL VE ONAY FORMU

Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi  
Setenay İZCI tarafından hazırlanan  
“Sosyal Medya Kullanımı ve Varoluşsal Meseleler: Nitel Çalışma” başlıklı  
tez, 3.7.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu başarılı bulunarak jürimiz  
tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi

Unvanı, Adı ve Soyadı

İmzası:

Kurumu/Üniversitesi

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Hanna R. Scherler

Jüri Başkanı

Dr. Öğr. Üyesi Mediha Ömer

Jüri Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Yakınm Sakrık İlber

Bu tez Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun  
görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

Enstitü Müdürü

## TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum "Sosyal Medya Kullanımı ve Varoluşsal Meseleler: Nitel Çalışma" başlıklı çalışmanın tarafımca, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım. 17/7/2019.

Setenay İzci



## ÖNSÖZ

*"...Bu özgürlüğü ben ne kadar aradım: O kadar yakınımıdaydı ki, göremedim onu, elimi değdiremedim, özgürlük bendim oysa, ben, kendim. Ben, kendi özgürlüğümüm..." (Sartre, 1997: 316)*

*"Mutlak sorumluluk, kabullenme değildir; özgürlüğümüzün sonuçlarının mantıksal hak talebidir. Başıma gelen her şey benim aracılığımla gelir ve ben ne bunlara üzülebilirim, ne de isyan edebilirim, ne de bunları sineye çekebilirim. Zaten, başıma gelen her şey benimkidir..." (Sartre, 2017: 653)*

Soyut kavramları keşfetmeye başladığımdan beri en çok anlamlandıramadığım konu özgürlüktü. İnsanın özgür bir varlık olduğunu kabullenemiyordum. En azından ben kendimi özgür hissetmiyordum. Nasıl özgür olabilirdim ki, sanki bize sunulan bir yaşamın aktörü gibiydim, rolümü oynuyordum. Kızgındım ve hayıflanıyordum, her şey başkalarının suçuydu sanki, kendi varlığımın bir önemi yoktu, kötü ya da iyi olan şeyleri birileri yapıyordu ama bana yansıyor, bu nedenle kızgındım ve kendimi özgür hissetmiyordum, yaşamla aramda bir savaş vardı. Sonra varoluşçulukla tanıştım. Sartre da uzun yıllar önce tam olarak bu konuya değinmişti. Özgürlük, kazanılması gereken bir değer değildi, uğruna savaş verilmesine gerek yoktu, zaten varolmak bu değildi, varoluş mutlak hürriyette gelişen, insana dair bir özellikti. İnsan, kendi seçiyor ve kendi yaşıyordu. Yaşadığı her şey ona dairdi, her dakika, her an bir seçim yapıyor ve onun sonuçlarını yaşıyordu. Özgürlük, bu seçim bilincinin farkına varmak ve sonucunda olanı kabul etmektir. Ve bu his, bu farkındalık beni hiç olmadığım kadar hafifletti. Ergenlikten beri cebelleştığım özgürlük kavramı artık kendi yolunu bulmuştu... Ben özgürdüm, ben özgürlüktüm!

Bu tezi yazarken de yer yer zorlandım, öfke duydum, korktum, heyecanlandım ya da mutlu oldum ama hepsi benim seçtiğim bu yolun sonucuydu. Yüksek lisans yapmayı, tez yazmayı ben seçmiştim, felsefi bir konuda çalışmayı ben seçmiştim, tamamen yabancı olduğum bir araştırma yöntemini ben seçmiştim. Ve yaşadığım her şey benim seçimlerime dairdi ve bunlar insan karşıtı şeyler değildi, varolmamın kendisiydi. Ve sonucunda gurur

duyduğum ve bana farklı deneyimler yaşatan bir çalışma çıktı. Farklı insanlarla tanıştım, teknik ve felsefi birçok şey hakkında derinleştirdim ve en önemlisi bir şey ürettim, anlam buldum...

Bilgi ve deneyimleriyle çalışmamı büyük bir titizlikle yürütmemi sağlayan ve beni varoluşçulukla tanıştıran tez danışmanım Prof. Dr. Hanna Nita Scherler'e teşekkürlerimi sunarım.

Tezimin ortaya çıkmasında büyük emeği olan, desteğini ve bilgilerini benden hiçbir zaman esirgemeyen ve tezim hakkında kaygılandığımda beni sakinlikle yatıştıran ve varoluşçuluğa olan ilgimi daha da derinleştiren hocam Uz. Klinik Psikolog Ferhat Jak İçöz'e teşekkür ederim.

Hayatımın her anında yanımda olan, akla gelebilecek her konuda benden desteklerini esirgemeyen, maddi ve manevi her zaman arkamda olan, beni yüreklendiren, gelişimimin en büyük destekçileri canım annem Sevinç İ  ci'ye ve canım babam Yaşar İ  ci'ye şükranlarımı ve minnetlerimi sunarım.

Tez sürecinde her türlü kahrımı çeken, alanla ve bölümle ilgisi olsun ya da olmasın benden yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyen ve her konuda gözüm kapalı danışıp; güvendiğim arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

Son olarak, bu tezin ortaya çıkmasında yardımcı olan tüm hocalarıma, duygularımı paylaştığım yakınlarıma ve içtenlikle ve güvenle deneyimlerini paylaşan tüm katılımcılara teşekkürlerimi sunarım.

Hepiniz iyi ki varsınız!

Setenay İ  ci

## ÖZET

İnternetin ve sosyal medyanın insan hayatına hızla girmesiyle birlikte kullanımı da aynı hızla artmıştır. İnsanda yarattığı etkileri ve insanların ne gibi motivasyonlarla sosyal medyayı kullandığını anlamak son yıllarda birçok araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Varoluşçu görüş ise bireyin insan olma hallerini, hayattaki anlamını, insanın özünü ve varoluşunu anlamaya çalışmaktadır. Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında bu iki konunun doğrudan bir ilişkilendirilmesine rastlanılmamıştır. Çalışmanın amacı bireyler sosyal medyayı hangi varoluşsal meseleler nedeniyle kullanmakta ve bireylerin sosyal medyayı kullanırken ortaya hangi varoluşsal meseleleri çıkarmakta bunu anlamaya çalışmaktır. Örneklem, Hasan Kalyoncu Üniversitesinde öğrenim gören ve aktif olarak sosyal medya kullanan 10 kadın öğrenci olarak belirlenmiştir. Her katılımcı ile birebir ve yüz yüze olmak üzere 1'er görüşme yapılmış ve görüşmeler ses kayıt cihazına alınarak kaydedilmiştir. Yapılan görüşmeler daha sonra nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yorumlayıcı fenomenolojik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonuçlarında göre bireylerde "ötekiler, hayat ile bir bağ kurma ve ikame bir varoluş yolu olarak sosyal medya, çelişkiler ve ikilemler ve otantik olmayan bir varoluş şekli olarak sosyal medya" olmak üzere 4 üst tema çıkmıştır. Her üst temanın çeşitli sayılarda alt temaları bulunmaktadır. Tüm temalar, literatürdeki bilgilerle, kuramlarla ve çalışmalarla birleştirilerek tartışılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Varoluşçuluk, Sosyal Medya Kullanımı, İnternet, Varoluşsal Meseleler, Yorumlayıcı Fenomenolojik Analiz.

## **ABSTRACT**

With the fast infiltration of the Internet and social media into human life, they have become widely used. Understanding their effects on individuals and the drivers of social media use has been a subject of several researches in recent years. The existential approach aims to analyze the individuals' humanitarian aspects, their meaning in life and the core and existence of the human being. Literature review revealed no research reporting the direct correlation between these two issues. The purpose of this research is to understand the existential issues encouraging the individuals to use the social media and to reveal the existential issues that emerge during social media use. The sample group of research consisted of 10 female students studying at Hasan Kalyoncu University who were using social media in an active manner. An individual and face-to-face interview was performed with each participant and the interviews were voice recorded. Then the interviews were analyzed through interpretative phenomenological analysis method among the qualitative research methods. According to the findings of analysis, there were 4 super-themes related with the individual, which are; "the others", "social media as a tool of establishing a bond with life and as a substitute tool of existence", "paradox and dilemmas" and "social media as a form of non-authentic existence". Each super theme has several sub themes. All the themes were studied in combination with literature data, theories and studies.

**Keywords:** Existentialism, Social Media Use, Internet, Existential Issues, Interpretative Phenomenological Analysis.



# İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>i</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>v</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>xi</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>xii</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>1</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Araştırmanın Problem Durumu ve Önemi.....	1
1.1.1. Araştırmanın Soruları.....	4
1.2. Araştırmanın Amacı .....	4
1.3. Araştırmanın Sayıltıları .....	4
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	4
1.5. Tanımlar.....	5
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>6</b>
<b>KAVRAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>6</b>
2.1. İNTERNET.....	6
2.1.1. İnternet Kavramı ve Tarihçesi.....	6
2.1.2. Web 1.0'den Web 2.0'ye Geçiş .....	7
2.2. SOSYAL MEDYA .....	8
2.2.1. Sosyal Medya Kavramı.....	8
2.2.2. Sosyal Medyanın İşlevsel Yapı Taşları.....	9
2.2.3. Sosyal Medya Araçları ve Nitelikleri.....	12

2.2.3.1. Bloglar .....	12
2.2.3.2. Mikrobloglar.....	13
2.2.3.2.1. Twitter .....	13
2.2.3.3. Medya Paylaşım Siteleri.....	14
2.2.3.3.1. Youtube .....	14
2.2.3.3.2. Instagram .....	15
2.2.3.4. Wikiler.....	15
2.2.3.5. Sosyal İşaretleme.....	15
2.2.3.6. Forumlar .....	16
2.2.3.7. Podcastler .....	16
2.2.3.8. Sosyal Ağlar .....	16
2.2.3.8.1. Arkadaşlık Ağları .....	17
2.2.3.8.1.1. Facebook .....	17
2.2.3.8.2. İlişki (Partner Bulma) Ağları .....	17
2.2.3.8.3. Anlık Mesajlaşma Ağları.....	17
2.2.3.8.3.1. Whatsapp.....	18
2.2.3.8.3.2. Snapchat.....	18
2.2.3.8.4. Konum Tabanlı Ağlar .....	18
2.2.3.8.5. Profesyonel İş Ağları .....	19
2.2.3.9. Ticaret Toplulukları.....	19
2.2.3.10. Sanal Dünyalar .....	19
2.2.3.10.1. Çevrimiçi Oyunlar .....	20
2.2.3.10.2. Gerçeğe Yakın Sanal Dünyalar .....	20
2.2.3.11. İnteraktif Sözlükler.....	21
2.2.3.12. İnteraktif Dizi- Film Dönemi .....	21
2.3. VAROLUŞÇULUK.....	22
2.3.1. Varoluşçu Felsefe.....	22

2.3.2. Varoluşçu Meseleler .....	23
2.3.2.1. Fırlatılmışlık (Geworfenheit) .....	23
2.3.2.2. Tekinsizlik (Unheimlichkeit) .....	24
2.3.2.3. İlişkisellik (Relationship) .....	25
2.3.2.4. Yalnızlık (Isolation/ Loneliness) .....	29
2.3.2.5. Diğerlerini Umursamak .....	31
2.3.2.6. Anlam (Meaning) .....	32
2.3.2.7. Özgürlük (Freedom) .....	33
2.3.2.8. Seçim ve Sorumluluk (Choice and Responsibility) .....	34
2.3.2.9. Duygular (Emotions) .....	35
2.3.2.10. Çelişki ve İkilemler (Paradox and Dilemma) .....	36
2.3.2.11. Otantiklik (Authenticity) .....	38
2.3.2.11.1. Nietzsche- Üstinsan Kavramı .....	38
2.3.2.11.2. Nietzsche- Amor Fati Kavramı .....	38
2.3.2.11.3. Sartre- Kötü İnanç Kavramı .....	39
2.3.2.12. Şimdi ve Burada Olmak (Here and Now) .....	39
2.3.2.13. Ölüm (Death) .....	40
2.4. SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE VAROLUŞSAL MESELELERİN İLİŞKİSİ ..	42
2.4.1. Sosyal Medya Kullanımı ve Varoluşsal Meseleler: Yapılan Çalışmalar .....	42
2.4.1.1. Sosyal Medya ve İlişkisellik .....	42
2.4.1.2. Sosyal Medya ve Yalnızlık .....	43
2.4.1.3. Sosyal Medya ve Diğerlerini Umursamak .....	43
2.4.1.4. Sosyal Medya ve Çelişkilerin İlişkisi .....	44
2.4.1.5. Sosyal Medya ve Fırlatılmışlık .....	44
2.4.1.6. Sosyal Medya ve Tekinsizlik .....	45
2.4.1.7. Sosyal Medya ve Otantiklik .....	45
2.4.1.8. Sosyal Medya ve Duygular .....	46

2.4.1.9. Sosyal Medya ve Özgürlük .....	46
2.4.1.10. Sosyal Medya ve Seçim ve Sorumluluk.....	47
2.4.1.11. Sosyal Medya ve Ölüm ve Anlam İlişkisi.....	48
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>49</b>
<b>YÖNTEM.....</b>	<b>49</b>
3.1. Bu Çalışmada Nitel Araştırma Yönteminin Tercih Edilmiş Olmasının Nedeni .....	49
3.2. Yorumlayıcı Fenomenolojik Analiz Kullanılmış Olmasının Nedeni .....	50
3.3. Evren ve Örneklem Büyüklüğü .....	51
3.4. Örnekleme Tekniği .....	52
3.5. Veri Toplama Araçları.....	53
3.5.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu .....	53
3.6. Veri Toplama Süreci.....	54
3.7. Verilerin Analizi ve Yöntemi .....	55
3.8. Geçerlilik ve Güvenirlilik .....	56
3.9. Etik.....	57
<b>DÖRDÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>58</b>
<b>BULGULAR .....</b>	<b>58</b>
4.1. Analiz Sonucu Araştırmacının Belirlediği Üst ve Alt Temalar.....	59
4.1.1. Ötekiler .....	59
4.1.1.1. İletişim ve İlişki için Sosyal Medya.....	60
4.1.1.2. Sosyal Medya ile Yalnızlık Deneyimi .....	62
4.1.1.3. Diğerlerini Umursamak.....	63
4.1.1.3.1. Sosyal Medyada Beğenilmek .....	65
4.1.1.3.2. Diğerleri Tarafından Görülmek İstemek .....	67
4.1.1.3.3. Diğerleri Tarafından Onaylanmak ve Dışlanmak.....	68
4.1.1.3.4. Sosyal Medyada Reddedilmek .....	69

4.1.1.3.5. Kısıtlanmak- Paylaşacak Olmasına Rağmen Diğerleri Sebebiyle Paylaşmamak .....	70
4.1.1.3.6. Paylaşımlardan Etkilenmek .....	72
4.1.2. Hayat ile Bağ Kurma ve İkame Bir Varoluş Yolu Olarak Sosyal Medya .....	75
4.1.2.1. Sosyal Medyada Eğlenmek .....	75
4.1.2.2. Eğitim- Entelektüel İhtiyaçların Sosyal Medya ile Karşılanması .....	77
4.1.2.3. Gündemin Takibi.....	78
4.1.2.4. Alışveriş için İnternet .....	79
4.1.2.5. Kendini Sosyal Medyada Var Etmek .....	79
4.1.3. Çelişkiler ve İkilemler.....	81
4.1.3.1. Kim Kimi Yönetiyor? Sosyal Medya ile Savaşmak.....	82
4.1.3.2. Kontrolsüzlük Hissine Rağmen Kullanmak .....	84
4.1.3.3. Güvensizlik- Tekinsizliğe Rağmen Kalma Deneyimi.....	86
4.1.3.4. Siber Zorbalığın Etkilerine Rağmen Kullanmak.....	89
4.1.4. Otantik Olmayan Bir Varoluş Şekli Olarak Sosyal Medya .....	90
4.1.4.1. İdealize Edilen Benliğin Paylaşımı .....	91
4.1.4.2. Derin İlişkilerin ve Gerçekçiliğin Olmaması .....	92
4.1.4.3. Sıkılınan Anlarda ve Boş Zamanlarda Sosyal Medyaya Sarılmak.....	94
4.1.4.4. Sosyal Medyada Özgürlük Hissi ve Sorumluluğun Olmaması .....	95
4.1.4.5. Görmezden Gelebilmeye Kolaylığı .....	96
4.1.4.6. Sosyal Medyada Hayatı Kaçırıldığını Hissetmek.....	97
<b>BEŞİNCİ BÖLÜM .....</b>	<b>99</b>
<b>TARTIŞMA .....</b>	<b>99</b>
<b>ALTINCI BÖLÜM.....</b>	<b>114</b>
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>114</b>
6.1. Sonuç .....	114
6.2. Öneriler.....	115

<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>117</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>130</b>
EK 1: Tez Mülakat Formu:.....	130
EK 2: Katılımcı Bilgilendirme ve Onam Formu .....	132
<b>ÖZGEÇMİŞ VE İLETİŞİM.....</b>	<b>133</b>



## TABLULAR LİSTESİ

**Sayfa No.**

<b>Tablo 1.</b> Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırılması.....	<b>8</b>
<b>Tablo 2.</b> Katılımcıların Özellikleri .....	<b>52</b>
<b>Tablo 3.</b> Katılımcıların Alt ve Üst Temaları.....	<b>58</b>



## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b>Sayfa No.</b>
<b>Şekil 1.</b> Sosyal Medya Yapı Taşları Peteği.....	10





## KISALTMALAR LİSTESİ

- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri
- ARPANET** : Advanced Research Projects Agency Network ( Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı)
- CERN** : Conseil européen pour la recherche nucléaire, European Organization for Nuclear Research (Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi)
- DARPA** : The Defense Advanced Research Projects Agency (Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu)
- IPA** : Interpretative Phenomenological Analysis
- M.Ö.** : Milattan Önce
- M.S.** : Milattan Sonra
- ODTÜ** : Orta Doğu Teknik Üniversitesi
- PUBG** : PlayerUnknown's Battlegrounds
- TDK** : Türk Dil Kurumu
- TÜBİTAK** : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
- UCLA** : University of California, Los Angeles (Kaliforniya Üniversitesi, Los Angeles)
- WWW** : World Wide Web
- YFA** : Yorumlayıcı Fenomenolojik Analiz

# BİRİNCİ BÖLÜM

## GİRİŞ

### 1.1. Araştırmanın Problem Durumu ve Önemi

Modern iletişim yöntemlerinin en büyük ve en etkili destekçilerinden biri olan internet, 2000'li yıllarda sosyal ağların işlerlik kazanmasıyla her kesimden insanı kendine çekmeyi başarmıştır (Vural ve Bat, 2010).

Sosyal medya ağları, dijital altyapısı olan, kişisel düşüncelerin ve verilerin üretilip dağıtıldığı bilgi erişim ve iletişim araçlarıdır (Külcü ve Henkoğlu, 2014). Sosyal paylaşım ağlarının, sürekli güncellenebiliyor olması ve düşünce, video, fotoğraf gibi verilerin sanal olarak paylaşılmasını sağlaması bu iletişim araçlarının gücünü arttırmış ve insanların ilgisinin bu tarafa kaymasına sebep olmuştur (Vural ve Bat, 2010). Kişisel profil yaratma ve arkadaş edinme sitesi SixDegrees.com (1997) bugünkü ağların ilk örneği olmuş ve ardından LinkedIn, Facebook gibi sosyal ağlar insan hayatına hızla giriş yapmışlardır (Boyd ve Ellison, 2008, akt., Köseoğlu, 2012). We are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan 2018 yılına ait internet ve sosyal medya kullanımı istatistiklerine göre dünya nüfusunun aktif olarak %56'sının (4.38 milyar) internet, %45'inin (3.48 milyar) ise sosyal medya kullandığı görülmüştür. Ülkemizde ise nüfusun %72'si (59.36 milyon) internet kullanırken, nüfusun %63'ünün (52 milyon) de sosyal medya kullanıcısı olduğu rapor edilmiştir (Kemp, 2019). Sosyal ağların bu denli kullanılır olması ve topluluklara hızla ulaşması, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi birçok farklı disiplinlerdeki araştırmacıların dikkatini çekmiştir ve sosyal medyanın kullanım amaçları araştırma konusu olmuştur. (Usluel, Demir ve Çınar, 2014). Genel itibariyle araştırma sonuçlarına bakıldığında kişilerin sosyal medyayı, iletişim, alışveriş, gündem takibi, eğlence, eğitim vb. alanlar nedeniyle kullandıkları görülmüştür (Köseoğlu, 2012).

İnternet ve sosyal medyanın bireyi nasıl etkilediğini anlamak için insanı ve onun ihtiyaçlarını anlamak gerekir (Arıcak, 2015). 1930'lu yıllarda adı konmaya başlayan varoluşçuluk felsefesi, özünde insanı, varoluşunu, varoluşunun anlamını, insan değerlerini ve insanın nasıl yaşayabildiğini anlamayı amaçlamaktadır (Önal, Gündoğan ve Turhan Tuna, 2015; Sarıoğlu, 2008).

Varoluşçuluk, varlık, öznellik, anlam, fırlatılmışlık, duygular, yalnızlık, ilişkisellik, otantiklik, özgürlük, sorumluluk, seçim, ötekiler, başkaları, hiçlik, nesne, cesaret, zaman ve ölüm gibi olgular üzerinde durmaktadır (Önal ve ark., 2015). İki farklı alandan yola çıkılarak ilgili tanımlar incelendiğinde sosyal medya kullanımı ve varoluşçu meseleler arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir, ancak bu konu ile ilgili doğrudan bir çalışma yoktur, çalışmalar genellikle duygular, iletişim, etkileşim, eğitim vb. alanlarla sınırlandırılmıştır.

Örneğin, yapılan bazı çalışmalarda aşırı internet kullanımının yalnızlık hissi ile ilişkili olduğu bulunmuştur (Rheingold; Turkle, akt., Özen ve Sarıcı, 2010). Niedzviecki (2010), internetin, bireylerin kendini göstermek için olanak sağladığını ve diğerlerinin onları izleyip yorum yaptıkları sürece bir birey olduğunu anladıklarını ifade etmiştir (Özdemir, 2015). Ayrıca insanların, sadece resim ve video gibi görsel paylaşımların yanı sıra elektronik sözlük, forum gibi metin tabanlı iletişim ağlarında bulunması her yerde görünür olma arzusu olduğunu göstermektedir (Eraslan, 2013, akt., Özdemir, 2015). Yalom (2014), yalnızlığı reddeden ve onunla yüzleşemeyen insanların yalnızca diğerlerin varlığında onaylandığını ve değerli hissettiğini ifade etmektedir. Bu sebeple sosyal medya kullanımında varoluşsal bir mesele olan yalnızlık olgusunun etkisi olduğu düşünülmektedir.

2010 yılında sosyal ağların kullanım amaçlarını ölçmek amacı ile Türkiye'nin çeşitli yerlerinden 315 üniversite öğrencisinin katılımıyla sonuçlanan araştırma verilerine göre, bireylerin interneti, "sosyal iletişim ve etkileşim", "tanıma ve tanınma" amaçlı kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Karal ve Kokoç, 2010). Varoluşçu görüşe göre, kişi sürekli diğerleriyle ve dünyayla ilişki içindedir ve bir diğerine daima ihtiyaç duymaktadır; varlığını onunla anlamlandırmaktadır (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017). Bu verilere dayanılarak, insanın ilişki ihtiyacını sosyal medyada da yansıttığı düşünülmektedir.

Yine varoluşçu görüşe göre birey otantik olabildiğinde varoluşuna uygun yaşar, seçimlerini ve sorumluluklarını kabul eder. Otantik olmak, her türlü deneyimin ve kendine ait olanın sahiplenildiği durumlara denmektedir (Van Deurzen ve Adams, 2017). Robins'in (1999) mikro dünya olarak ifade ettiği sanal dünya, karmakarışık ve başa çıkılması gereken gerçekliğin silindiği bir yerdir. Gerçek deneyime yer yoktur, arzular ve eksiklikler reddedilir. Varoluş gerginlikleri, kaygıları azaltılmıştır. Bu sanal dünya güvenli ve spontane olmayan bir alandır (Özdemir, 2015). Ayrıca, gerçek hayatta ulaşılması güç olan ideal kimliğin, kendini sosyal medyada gösterdiği bilinmektedir. Sosyal medya kullanımı, gerçek hayatta yaşanan

mutsuzluğun yerini hazza bırakmıştır (Arıca, 2015). Bu nedenle, "sosyal medyada otantiklik" olgusunun araştırılması sosyal medya ve varoluşçuluk açısından önemli olacaktır.

Heidegger (1927), yaşamda insanın başına gelen birçok şeyin kontrolü dışında geliştiğini ifade eder ve buna fırlatılmışlık adını vermektedir. Bu fırlatılmışlık kaygı uyandırır da kabul etmek gerekir (Van Deurzen ve Adams, 2017). Lampe (2008), internet ortamının diğer ortamlara göre daha kontrol edilebilir olmasının onu daha çekici kıldığını söylemiştir (akt., Şener, 2010). Bunun yanında bilişim teknolojilerinin sınırsız ve kontrolsüz bir alan olmasının, pornografik ve şiddet içerikli görüntülerle karşılaşmasına sebep olması gibi pek çok olumsuz getirisi vardır. (Peker, Eroğlu ve Ada, 2012). Sosyal medya kanalı ile yayılan nefret söylemleri artmaya devam etmekte ve insanlar tarafından sıradan hale gelmeye başlanmıştır. İnternet üzerinden yapılan siber zorbalıklar dünya ile birlikte ülkemizde de görülmektedir. Örneğin, 2011 yılında Trabzon'da, 413 öğrenciyle yapılan siber zorbalık yapma ve siber mağdur olmanın yordanması çalışmasında, katılımcıların %18,6'sının siber zorbalığa maruz kaldığı, %11,6 ise siber zorbalık yaptığı görülmüştür (Ayas ve Horzum, 2011). Kullanıcılar, bunlara rağmen, sosyal medyayı kullanmaya devam etmektedir. Bu da internetin güvensiz ve tekinsiz bir yer olmasına rağmen kullanılmaya devam edildiğini göstermektedir. Ve yine varoluşçuluğa göre dünya, hiçlikten gelen insan için tekinsiz ve korunmasızdır, ancak insanlar orada kalmaya ve diğerlerine sarılmaya, yaşadığı yeri tanıdık yapmaya eğilimlidir (Gündüz, 2015; Sabancı 2018). Bu da insanın, fırlatılmaya sosyal medyada da devam ettiği ve tekinsizliğe rağmen sosyal medyada kalmayı sürdürdüğünü düşündürmektedir. Bu aynı zamanda, insanın hayatta tabi olduğu çelişiklere ve gerilimlere rağmen yaşıyor olmasına paralellik barındırmaktadır.

Sosyal ağların, kişilere kendilerini ifade etme, kimliklerini gizleme veya ideal kimliklere bürünme olanağını sunması, kullanıcılara sanal hayatı gerçek hayattan daha çekici hale getirmiştir (Ceyhan, 2008, akt., Ekşi, Erden, Erdoğan ve Yılmaz, 2013). Ayrıca Köseoğlu'nun 2012'de yürüttüğü bir çalışmaya göre sosyal ağ kullanım motivasyonları arasında, "başkalarının ilişki durumunu okumak", "olup bitenden geri kalmamak", "kendi ilişki durumunu ilan etmek" ve "dedikodulara ulaşmak" gibi birçok faktörün bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Varoluşçu görüşe göre kişilerin diğerleri ekseninde kendi varoluşunu ortaya koyup; onlardan dışlanmamak için kendi varlığını yok sayması ve onlar gibi olmak istemesi otantik olmamaktır, bu da bir insan olma halidir (Kızıltan, 1983). Bu verilere göre, sosyal

medya kullanımı ile varoluşçuluktaki diğerleri ve diğerlerini umursama kavramlarının birbirleriyle uyduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak "internet çağı" olarak adlandırılan bu dönemde (Arıcak, 2015: 13), insanın interneti hangi sebeplerle kullandığını anlamak büyük önem taşımaktadır. Varoluşçu düşünceye göre, insan, yalnızlık, sorumluluk, seçim, ilişkisellik, otantiklik gibi insan olma hallerinin tamamını hayatının yaşam ve ölüm zamansallığında mutlaka yaşamaktadır. İnsanın yaşadıkları Heidegger'in (2011) Dasein dediği "insan varoluşu" nun tamamının dışında düşünülemez. Bu sebeple sosyal medya kullanımı da insan varoluşunun içindedir ve varoluşçu meselelerin sosyal medya kullanımı üzerinde etkisi olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımı ve varoluşçu meselelerin etkisinin araştırılması için doğrudan bir çalışmanın olmaması bu çalışmanın yapılma gerekçesini oluşturmuştur.

### **1.1.1. Araştırmanın Soruları**

- Sosyal medya kullanımında varoluşsal meselelerin etkisi nasıldır?
- Sosyal medya kullanıcıları sosyal ağlarda hangi varoluşsal meselelerini yansıtmaktadırlar?

### **1.2. Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı, bireylerin sosyal medya kullanımlarının altında yatan varoluşsal nedenlerini ve sosyal medya kullanımı sırasında ortaya çıkan varoluşsal meselelerini anlamaya çalışmaktır.

### **1.3. Araştırmanın Sayıtları**

Görüşme yapılan kişilerin, sorulara içtenlikle cevap verdiği varsayılmaktadır.

### **1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları**

- Araştırma, Gaziantep ilindeki Hasan Kalyoncu Üniversitesi 2017-2018 eğitim ve öğretim yılı bahar döneminde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilerden elde edilen görüşme verileriyle sınırlıdır.
- Araştırma yalnızca kadın öğrencilerin katılımıyla sınırlıdır.

## 1.5. Tanımlar

**Sosyal medya:** "Sosyal medya en basit ifadeyle, hedef kitlenin katılımının olduğu, geliştirilebilir, etkileşimli, içinde toplulukları barındıran ve toplulukları birbirine bağlayan çevrimiçi iletişim kanalları" olarak tanımlanabilir (Kalafaoğlu, 2010, akt., Eröz ve Doğdubay, 2012: 135).

**Varoluş:** "Yaşama, var olma, bir şeyin ne olduğu, nasıl olduğu değil, var olduğu olgusu, mevcudiyet, öz karşıtı" (Türk Dil Kurumu [TDK], 2006).



## İKİNCİ BÖLÜM

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın bu kısmında, "internet ve sosyal medya", "varoluşçuluk ve varoluşsal meseleler" ve ilgili iki konunun ilişkilendirilmesi hakkında ayrıntılı kavramsal tanımlara ve yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

#### 2.1. İNTERNET

##### 2.1.1. İnternet Kavramı ve Tarihçesi

Tam Türkçe karşılığı bulunmayan ancak süper bilgi otoyolu adı verilen internet, 20. yüzyılın sonlarından itibaren insan hayatına girmeye başlamıştır (Karasar, 1999).

İnternetin tarihçesi 1960'lı yılların başlarında Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığının araştırma ve geliştirme kolu olan Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumuna (DARPA) dayanır (Çağiltay, 1995).

1967 yılında Lawrens G. Roberts tarafından internetin başlangıcı denilen paket anahtarlamalı ağ olan ARPANET yayınlanmıştır (Çayırılı, 2014). 1969 yılında bilgisayar ağları ile alakalı araştırmalar için ARPANET görevlendirilmiştir ve internetin ilk adımları Kalifornia Üniversitesi Los Angeles'ta (UCLA) atılmıştır (Arıcak, 2015; Çağiltay, 1995). 1989-1991 yılları arasında Avrupa Nükleer Araştırma Merkezinde (European Organization for Nuclear Research - CERN) mühendis ve bilgisayar bilimi profesörü olarak çalışan Tim Berners-Lee Türkçesi dünya çapında ağ olan World Wide Web (WWW) olarak bildiğimiz bilgisayar paylaşım sistemini kurmuştur. 1993 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurulu (TUBİTAK) işbirliği ile 12 Nisan 1993'te Amerika Birleşik Devletleri (ABD) üzerinden ülkemizde internet kullanılmaya başlanmıştır (Çağiltay, 1995).

İnternet, diğer teknolojilere nazaran insan hayatına hızla giren ve yayılan bir teknolojik gelişme olmuştur. Bill Daley'in 1998 yılında sunduğu bir rapor bunu rakamlarla göstermektedir:

Radyonun 50 milyon kullanıcıya ulaşması 38 yıl sürerken, televizyonun 13, internetin ise sadece 4 yıl sürmüştür (Daley, 1998).

Tüm bunlardan sonra Web 2.0 tabanlı Facebook'un ise 100 milyon kullanıcıya ulaşması yalnızca 9 ay sürmüştür. Bu rakamlar internetin ve sosyal medyanın ulaşım ve yayılma gücünü göstermektedir (Mustafa, 2018).

### **2.1.2. Web 1.0'den Web 2.0'ye Geçiş**

1989 yılında Tim Berners-Lee tarafından dünyaya duyurulan Web 1.0, statik ve tek yönlü bir tabandır. Özelliği gereği etkileşimli bir içeriği sağlamamaktadır. Kullanıcılar yalnızca internet sitelerine girip; bilgiyi alırlar. Bu nedenle okuyucu olmakla sınırlıdır, içeriğe katkıda bulunma ya da içerik üretme yoktur ve katılımcı değildirler. Web 1.0'de daha çok şirketler, broşürlerini ve kataloglarını internet sitelerinde müşterileri ile paylaşır, diğer insanlara ulaşma oranlarını arttırmak için kullanmışlardır. Web 1.0 protokollerine HTTP, HTML ve URI örnek gösterilebilir (Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012).

WWW'nun ikinci kuşağı olarak adlandırılan Web 2.0 kavramı ise bir konferans sırasında, kullanıcıların pasif konumda olduğu bir internet anlayışına son vermek isteyen Tim O'Reilly tarafından ilk olarak 2004 yılında kullanılmıştır. Bunu izleyen ilk 1,5 yılda bu terim Google'da tam 9,500,000 kez aranmıştır. Bu Web 2.0 kavramı, bugünkü sosyal medya uygulamaları gibi birçok uygulamayı kapsamaktadır (Horzum, 2010).

Web 2.0 temelde internetin olanaklarını daha fazla insana ulaştırmak amacıyla, insanın aktif olarak interneti kullanmasını sağlayacak programların tabanını oluşturmaktadır. Web 2.0, internet dünyasında yeni bir dönemi başlatmıştır: Tek yönlü olan kullanım yerini, özgün içerik üretme, profil oluşturma olanaklarına ve satış yapma gibi imkânlara bırakmıştır (Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012). Web 1.0 ve Web 2.0 arasındaki farkları anlatan tablo şu şekildedir:



**Tablo 1.** Web 1.0 ve Web 2.0 Karşılaştırılması

Web 1.0	Web 2.0
Okuma	Okuma ve Yazma
Şirketler	Topluluklar
HTML, Portallar	XML, RSS
Kişisel Web siteleri	Bloglar
Britannica Online	Wikipedia
Newscape	Google
Bireysel kullanım ortamı	Diğerleriyle paylaşım

**Kaynak:** Aghaei, Nematbakhsh ve Farsani, 2012: 3.

Web 2.0'nin günümüzdeki temsilcilerine Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal paylaşım ağları, Youtube gibi görüntü paylaşım ağları, Wikipedia gibi ansiklopedi siteleri örnek gösterilebilir.

## 2.2. SOSYAL MEDYA

### 2.2.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya, kullanıcıların bilgilerini, ilgi alanlarını, fotoğraflarını, internet ya da mobil sistem araçları ile yayınladıkları platformlara denmektedir. Sosyal medya, bilgi, iletişim ve teknoloji olgularının hepsini içinde barındırmaktadır. "Sosyal medya en basit ifadeyle, hedef kitlenin katılımının olduğu, geliştirilebilir, etkileşimli, içinde toplulukları barındıran ve toplulukları birbirine bağlayan çevrimiçi iletişim kanalları" olarak tanımlanabilir (Kalafaoğlu, 2010, akt., Eröz ve Doğdubay, 2012: 135). Bu tanımın özünde, iletişim ve paylaşım ifadeleri yatmaktadır.

1995 yılında açık arttırma sitesi olarak kurulan Ebay, bugün kullanılan sosyal medya ağlarının ilk örneği olarak kabul edilmektedir. Ebay'in kullanımı ile başlayan ve devam eden 24 yıllık süreç boyunca sosyal medya, kullanıcılarına pek çok kolaylık sağlaması ve barındırdığı özellikler sayesinde kullanım oranını evrensel bir noktaya taşımayı başarmıştır. 2019 yılı itibarıyla dünya nüfusunun %45'i sosyal medya kullanmaktadır (Arıcı, 2013; Bayrak, 2018; Kemp, 2019). Bugün, sosyal medya platformlarında, sohbet ve tartışma forumları, sanal

dünya oluşturma, lokasyon paylaşımı, sosyal ağ hizmetleri, bloglar, video programları, wikiler, Facebook, Whatsapp, Twitter, Snapchat, Youtube, Instagram gibi vb. uygulamalar bulunmaktadır.

İnsanlar sosyal medya uygulamalarında, düşüncelerini anlık olarak yazabilmekte, bunların üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler oluşturabilmektedirler. Kişilerin, anlık fotoğraf ve video paylaşımı yapabilmesi, iş arayabilmesi ve çeşitli yerlere gitmeden önce internet üzerinden bilgi edinmesi sosyal medyaya olan ilgileri arttırmıştır. Böylece günlük hayat, sanal dünyada da yaşanmaya başlanmıştır (Vural ve Bat, 2010).

Mayfield'a göre (2010) sosyal medyanın herkesçe geçerli bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlar; "katılımcılar, açıklık, konuşma, toplum ve bağlantılılık" özellikleridir. Bu özelliklerden ilki sosyal medyada katılımcı olarak kolaylıkla bulunabilmektir. Bu özellik sayesinde katılımcılar, birbirleriyle etkileşim halinde kalarak her an geri bildirim alabilmekte ve bu sayede birbirlerini paylaşım yönüyle cesaretlendirmektedirler. Sosyal medyanın bir diğer özelliği ise açıklığın sağlanabiliyor olmasıdır. Açıklık özelliği ile sosyal medyada, katılımcılar, oylama ve yorum seçenekleriyle geri bildirim çoğu zaman açıktırlar. Bu da bireylerin birbirlerine karşı görüşlerini açıkça ifade edebilmelerine olanak sağlar. Konuşma özelliğinde ise katılımcılar çok yönlü olarak her zaman birbirleriyle iletişim halinde bulunabilirler. Bir diğer özellik olan toplum özelliğinde, bireyler sosyal medya ağları aracılığı ile aralarında örgütlenebildikleri gibi, fotoğraflar, siyasal durumlar ve videolar gibi birçok verileri birbirleriyle paylaşabilme olanağına sahiptirler. Son özellik olan bağlantılılık özelliğinde, katılımcılar, linkler aracılığı ile bir bilgiden diğer bir bilgiye kolayca ulaşabilir ve diğerleriyle bağlantı kurabilirler (akt., Vural ve Bat, 2010).

### **2.2.2. Sosyal Medyanın İşlevsel Yapı Taşları**

Sosyal medyanın özellikleri itibariyle işlevlerine göre ortak yapı taşları bulunmaktadır. Bu ortak yapı taşları, kimlik, sohbet, paylaşım, konum, ilişkiler, itibar ve gruplardan oluşmaktadır. Her bir yapı taşı sosyal medya platformlarının belirgin özelliklerini ve sunduğu olanakları göstermektedir. Bahsi geçen işlevsel yapı taşları birbirilerini dışlamadıkları gibi, her zaman aynı sosyal medya platformunda da aynı anda bulunmak zorunda değildirler. Aşağıda bu yapı taşları şekilsel olarak gösterilmektedir (bkz. Şekil 1.):



**Şekil 1.** Sosyal Medya Yapı Taşları Peteği

**Kaynak:** Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre, 2011: 244.

Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre (2011), hazırladıkları bu yapı taşlarının tüm sosyal medya kullanıcıları için evrensel olduğunu düşünmektedirler. Bu araştırmada katılımcı olarak bulunan bireylerin, bahsi geçen ortak yapı taşlarına diğer sosyal medya kullanıcıları gibi tabi oldukları düşünülmektedir. Bu nedenle, ilgili bu çalışmada, sosyal medya yapı taşları peteğinin işlevlerine ve anlamlarına ayrıntılı olarak yer verilmesi uygun görülmüştür ve detayları aşağıdaki gibidir:

Yapı taşları peteğinin merkez noktasında bulunan kimlik yapı taşı, kullanıcıların sosyal medyada oluşturdukları ya da günlük hayatlarından taşıdıkları kimliklerini ifade etmektedir. Örneğin, isim, yaş, cinsiyet, konum ve meslek gibi birçok bilgilerin ifşa edilmesini içerir. Burada kullanılan isimler, kullanıcıların kendi isimlerinden oluşacağı gibi takma adları (rumuz) ya da belirgin özelliklerinden de oluşabilir. Sosyal medyada kullanıcılar için profil oluşturarak kimliğe dayalı platformlar çoktur. Örneğin, Facebook'ta bireyler kimliklerini, profil sayfalarında paylaşarak diğerleriyle etkileşim kurmaktadır. Bunların yanı sıra, kullanıcılar markalaşmak ve iş ağı kurmak için LinkedIn gibi hesaplar oluşturmaktadırlar.

Peteğin sohbet yapı taşı, kullanıcıların bir sosyal medya ortamında diğer kullanıcılarla ne ölçüde iletişim kurduğunu göstermektedir. Birçok sosyal medya sitesi, kullanıcıların diğer kullanıcı veya kullanıcılarla arasındaki konuşmaları pratik hale getirmek amacıyla tasarlanmıştır. Bu konuşmaları sınırlandırmak kolay değildir. İnsanlar Twitter üzerinden tweet

atarak ya da bir internet sitesi açıp; blog yazarak daima diğerleriyle sohbet ve etkileşim halindediler. İnsanlar sosyal medya üzerinden fikirlerini, trend konularla paylaşabilir, diğerleriyle ilişki kurmak ya da insanlarla tanışmak için bu platformları kullanabilmektedirler.

Peteğin paylaşım bloğu, kullanıcıların içeriği değiştirme, yayma ve onlardan alma derecesini temsil etmektedir. "Sosyal" terimi insanlar arasındaki alışverişin önemini yansıtır. İnsanlar sosyalleşebilmek için çevrimiçi ortamlarda buluşurlar ve birbirleriyle ilişki kurarlar. Paylaşım yapmak, sosyal medyada diğer kullanıcılarla etkileşime girmenin bir yoludur, ancak sohbet etmek, hatta ilişkiler kurmak, içinde bulunan sosyal medya platformunun işlevselliğe bağlıdır. Örneğin, fotoğraf paylaşmak için Instagram varken, LinkedIn'de amaç kariyer bağlantılarıdır.

Peteğin konum bloğu, diğer kullanıcıların erişilebilir olup; olmadıklarını temsil eder. İnsanlar, bu uygulamalar sayesinde diğerlerinin gerçek ortamda nerede olduklarını internet aracılığı ile anında öğrenebilmektedirler. Örneğin, normal şartlarda erişimin zor olduğu bir ünlüye, sosyal medyada attığı bir konum ile kolayca erişilebilir. Magazin figürlerinin peşinde dolaşılmasına gerek kalmamaktadır, artık herkesin elinin altında bir haber kaynağı ve konum bilgisi yer almaktadır. İnsanlar diğer kullanıcılarla durum güncellemelerini ve check-in'lerini paylaşabilmektedirler.

Peteğin ilişkiler bloğu, kullanıcıların diğer kullanıcılarla ne derecede ilişki kurabileceklerini temsil etmektedir. Bu ilişki, iki ya da daha fazla kullanıcının, sohbetlerini, paylaşımlarını, buluşmalarını, arkadaş olarak takip etmelerini ya da ünlülerin takibi gibi hayran olarak eklemelerini içermektedir. Sosyal medya platformu, kullanıcıların birbirleriyle nasıl bir ilişki kuracaklarını belirler. Örneğin, LinkedIn'de bu bağlantı, resmi, özgeçmiş paylaşımı ve işverenle ilişki şeklindeyken, Facebook'ta daha samimi ilişkiler kurulması amaçlanmaktadır

Peteğin itibar bloğu, kullanıcıların sosyal medya platformunda kendileri de dâhil olmak üzere başkalarının duruşunu ve ne ölçüde tanınır olduğunu ifade etmektedir. Sosyal medyada birçok kişinin değişkenli olarak takipçileri vardır, bu takipçi sayıları kişilerin ününü ve itibarını yansıtmaktadır. Bunların dışında, örneğin Youtube'da atılan bir videonun itibarı "görüntüleme sayıları" veya "beğenme-beğenmeme" şeklinde belirlenebilir. Fiziksel dünyada itibar bir güven meselesiyken, sosyal medyada bu "tanınırlık" ile bağdaştırılır.

Peteğin gruplar bloğu, kullanıcıların toplulukları ve alt toplulukları ne ölçüde oluşturabileceklerini temsil etmektedir. Bir ağ, ne kadar "sosyal" olabilirse, arkadaş grupları ve takipçileri o kadar büyük olacaktır. Dunbar'a (1992) göre, bir insanın diğer insanlarla yaşayabileceği ilişki sayısı 150 ile sınırlıdır (akt., Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre, 2011). Ancak, günümüzde sosyal medya platformlarında bu sayıların bir sınırı yoktur. Sosyal medya ortamlarında bireyler, kendi arkadaşları ve onların arkadaşlarıyla, hayranlarıyla veya takipçileriyle gruplanabilirler. Ya da kişiler, Facebook'ta olduğu gibi, bir grup açıp, herkese açık ya da kapalı ya da yalnızca davetle üye olma gibi şartlar koyarak topluluk oluşturabilirler.

Bu işlevsel yapı taşlarının her bir parçasının önemi sosyal medya platformunun hedef kitlesine göre değişmektedir. Örneğin, Facebook için önemli olan ilişkiler ve gruplar olurken, LinkedIn için bu kimliğin paylaşımıdır. Foursquare'de amaç konum paylaşımı yaparken, Youtube'da öne çıkan içeriktir. Ancak her bir yapı taşı, sosyal medya kullanımının özelliği açısından önem taşımaktadır.

### **2.2.3. Sosyal Medya Araçları ve Nitelikleri**

Web 2.0 teknolojisiyle insan hayatına hızla giren sosyal medya araçlarının birçok türü ve türlerine göre de kullanım amaçları ve nitelikleri vardır. Bunlar, "bloglar, mikrobloglar, medya paylaşım siteleri, wikiler, sosyal işaretleme ağları, forumlar, podcastler, sosyal ağlar ve sanal dünyalar"dır (Akar, 2018). Bu çalışmada yer alan katılımcıların, sıkça kullandıklarını belirtmeleri ve bu araçlardan etkilendiklerini ifade etmelerinden dolayı, çalışma amacına hizmet edeceği gerekçesiyle, yukarıda isim olarak bahsi geçen sosyal medya araçlarına ek olarak "ticari topluluklara, interaktif sözlüklere ve interaktif dizi-film izleme platformlarına" da yer verilmiştir. Sosyal medya paylaşım araçları ve onların nitelikleri aşağıdaki gibidir:

#### **2.2.3.1. Bloglar**

Blog, bireyler ya da işletmeler tarafından yürütülen ve geniş kitleler için yorumlar sunan Web sitesidir. Bloglarda, fotoğraf ve videolarla zenginleştirilen yazılar bulunmaktadır. Bu yazılar sosyal medya ile eşdeğerdir, yazarı tanımlayan kişisel günlüklerden, belirli bir ürün içeriklerine kadar birçok konuda olabilir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Blog sahibi ya da diğer kullanıcılar bloglarda yapılan yorumları takip edebilir, iletişimi sürdürebilirler. Ayrıca bloglar, ucuz ve ücretsiz olması, kurulumun basit olması, içeriğin güncellenebilmesi ve herkes

tarafından yoruma açık olup, kullanıcı ve blog sahibi arasında karşılıklı iletişim olanağı sağlaması nedeniyle popülerdirler (Akar, 2018). Blogu sürdüren ve kullanan kişilere "blogger" adı verilmektedir.

### **2.2.3.2. Mikrobloglar**

Mikrobloglar, bloglar ve anlık mesajlaşma arasında, kullanıcıların o anda ne yaptıklarıyla ilgili yazdıkları kısa ve basit metinlerdir. Mikrobloglar, küçük bloglardır. Mikrobloglarda, kullanıcılar, metin, fotoğraf, link, video gibi birçok küçük verili gönderiler paylaşabilmektedirler. Bu sosyal medya aracı özellikle son yıllarda aktif ve yaygın bir hale gelmiştir. Birçok sanatçı, politikacı, kurumlar ve şirketler bu uygulamalar üzerinden insanlara ulaşırlar ve bu araçlar doğrudan iletişim için kullanılan pratik bir yoldur (Akar, 2018). Mikrobloglar ve bloglar arasındaki farklar şunlardır:

Mikrobloglar, hızlı bir iletişim biçimi sağlarlar. Kısa gönderileri sayesinde, kullanımı kolay ve diğerlerine ulaşımı rahattır. Zaman kaybına neden olmazlar.

İkinci farklılık ise, güncellenmenin daha kısa olmasıdır. Bloglarda içeriklerin üretimi daha geç olmasına rağmen, mikrobloglarda bu üretim kısaldır, günlük olarak içerik paylaşılabilir (Java vd., 2007, akt., Akar, 2018).

Mikrobloglara, Twitter, Tumblr, Plurk, Yammer, Twoo, Meetme, Plerb gibi siteler örnek gösterilebilir. Günümüzde en etkin ve en yaygın mikroblog sitesi Twitter'dır.

#### **2.2.3.2.1. Twitter**

2006 yılında Jack Dorsey ve arkadaşları tarafından şirket içi mesajlaşma amacıyla kurulan Twitter (<https://twitter.com>), bir konferans sırasında dünyaya duyurularak sosyal ağ sitesi haline gelmiştir (İşlek, 2012). "Tweet", İngilizcede "kuş cıvıltısı" anlamına gelmektedir ve anlık iletilerin diğerleriyle paylaşılmasını içermektedir (Güntüç, Odabaşı ve Kuzu, 2013). Kurulduğu günden 27 Eylül 2017'ye kadar 140 karakterle sınırlandırılan tweetler, bu tarihten itibaren karakter sınırlamasını 280'e çıkarmıştır (Twitter, 2017 <https://twitter.com/Twitter/status/912783930431905797>, 24 Mart 2019'da erişildi). İletileri anında paylaşabilme ve aktarma imkânını sağlaması, Twitter'ı en popüler ve en etkin sosyal medya ağlarından biri haline getirmiştir. Günümüzde kişisel kullanıcılar dışında birçok devlet erkânı, siyasetçiler, yazarlar, sanatçılar ve kurumsal firmalar tarafından da kullanılmaktadır

(Uluç ve Yarcı, 2017). Kişiler hesaplarını herkese açık yapabildikleri gibi, gizli de yapabilmektedirler. Twitter'da, 2008'de 1.3 milyon üye bulunurken, bu sayı, 2010'da 145 milyona ulaşmıştır. 2019 yılı itibarıyla Türkiye'de 9 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır (Kemp, 2019).

Yeni iletişim dünyasında birçok etkisi olan Twitter'ın gücü ve kullanım alanı her geçen gün artmaktadır. Özellikle "Arap Baharı" sonrasında, kamuoyu gücünü ve farkındalığını arttıran bu ağ, gündeme "Twitter'la gelen eylemlilik" kavramını sokmuştur (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012: 132).

### **2.2.3.3. Medya Paylaşım Siteleri**

Medya paylaşım siteleri, kullanıcıların, çeşitli görselleri ya da videoları, sesleri paylaştığı platformlara denmektedir. Medya paylaşım siteleri oldukça popülerdir: Pinterest, 2010 yılında kurulan, kullanıcıların fotoğrafları konulara bölerek, bu fotoğrafları birbirleriyle paylaştıkları bir platformdur. Bir diğer örneği Flickr de kullanıcıların fotoğraflarını ve onlara gelen yorumların paylaşılmasını içerir. Youtube, Dailymotion, Blip.tv gibi siteler ise video paylaşımına yönelik sitelerdir. Slideshare'de kullanıcılar sunumlarını dünya ile paylaşmaktadırlar (Akar, 2018).

#### **2.2.3.3.1. Youtube**

Ücretsiz video paylaşım sitesi olan Youtube (<https://www.youtube.com>), 15 Şubat 2005 yılında 3 eski Paypal çalışanı tarafından kurulmuştur. İş hayatına küçük bir şirket olarak başlamıştır ve Kasım 2006 yılında Google tarafından satın alınarak büyük bir gelişim gösterip; gündelik hayatın içine dâhil olmuştur. Youtube'un temelde kullanıcılara sunduğu özellikleri; video paylaşımı, yüklenmesi ve videoların görüntülenmesidir. Youtube, bu özellikleriyle sosyal medya sitelerinin en temel özelliklerinden birisi olan "etkileşimi" ön plana çıkarmaktadır. Kişiler basitçe kendi kanallarını oluşturup; video yükleyebilir, izlenme sayılarını takip edebilir, hatta gelir elde edebilirler. Dileyen herkes, bu videoları linkler ile diğer paylaşım ağlarında kolayla paylaşabilme olanağına sahiptir (Arıcı, 2013; Dondurucu ve Uluçay, 2015).

Site kullanıma açıldıktan 15 ay sonra, günde 100 milyon video paylaşılmasıyla yeni bir televizyon ekranı özelliği taşımaya başlamıştır. Kullanıcıları, izleyici ve üretici olarak, bu

siteyi kullanmaya devam etmektedirler (Haridakis ve Hanson, 2009: 317, akt.; Arıcı, 2013). %92'lik kullanım oranıyla Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya aracıdır (Kemp, 2019).

#### **2.2.3.3.2. Instagram**

Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulmuştur. Instagram'da (<https://www.instagram.com>) kullanıcılar, fotoğraflarını ve videolarını ücretsiz olarak paylaşabilmektedirler (Uluç ve Yarcı, 2017). Bu uygulama, kullanıcılarına, fotoğraflarını filtre özellikleriyle renklendirme, paylaşırma ve etiketler ile diğer kullanıcılara ulaştırma olanağı sağlamaktadır (Hu, Manikonda ve Kambhampati, 2014). 2019 yılı verilerine göre Türkiye'de 38 milyon Instagram kullanıcısı bulunmaktadır (Kemp, 2019).

#### **2.2.3.4. Wikiler**

Wikiler, kullanıcılarına içerik ekleme fırsatı sunan işbirlikli Web siteleridir. "Wiki", Hawaii dilinde "hızlı, çabuk" anlamında kullanılır. Wikiler, kolayca oluşturulabilen ve düzenlenebilen yapılara sahiptirler ve grup işbirliği ve çevrimiçi içerik oluşturulmasına yardımcı olmak için tasarlanmışlardır (Akar, 2018).

Wikilerin günümüzde en önemli ve en büyük temsilcisi Wikipedia'dır. Wikipedia (<https://www.wikipedia.org>), 2001 yılında Jimmy Wales tarafından internet dünyasının "özgür ansiklopedisi" adıyla kurulmuştur. Türkiye'de ise 2003 yılında Vikipedi adıyla kullanıma sunulmuştur (Arıcı, 2013; Wales, 2005).

#### **2.2.3.5. Sosyal İşaretleme**

Sosyal işaretleme ya da imleme, kullanıcıların doküman ya da linklerin imlemelerini kaydedip; yorumlayabileceği ve paylaşabileceği bir çevrimiçi hizmettir. Bunun ilk önemli örneği 2003'te açılan Delicious'tur. Sosyal imlemelerin bilinen adına "etiket (*tag*)" denmektedir. Çeşitli kanallarda kullanılan bu etiketleme sisteminde, anahtar kelimeler etiketlenerek bağlantı kurulması sağlanır. Etiketlemeler sayesinde, kullanıcılar ve içerikler arasında güçlü köprüler ve bağlar oluşur (Akar, 2018).



### **2.2.3.6. Forumlar**

En temelinde, iletişim, etkileşim ve tartışma amacıyla kullanılan sosyal medya siteleridir. Belirli kuralları ve temaları vardır ve kişiler üyelik sistemiyle yorum yazıp, diğerleriyle paylaşabilmektedirler. Hazır formatlıdır ve yöneticiler (moderatör) tarafından kontrol edilir. İçerikler belli bir temaya göre sınırlı ya da sınırsız olabilmekle birlikte, çeşitliliğiyle kullanımı dikkat çekmektedir. Kişiler forum siteleriyle, etkileşim kurarlar, belli konular üzerinde tartışabilirler ve gündemi ve günceli konuşabilirler (Arıcı, 2013; Yağmurlu, 2011). Türkiye'de memurların bilgi sahibi olup, tartıştığı Memurlar.Net (<https://forum.memurlar.net/>) ve teknolojik gelişmelerinin paylaşıldığı ve tartışıldığı Donanım Haber (<https://forum.donanimhaber.com/>), forum sitelerine örnek gösterilmektedir.

### **2.2.3.7. Podcastler**

"Podcasting", ses ve video dosyalarının, internet ortamında takibini sağlayan iPod ve broadcasting kelimelerinden türeyen bir teknoloji sistemidir. Pod "küçük kapsül", broadcast ise "yayın" anlamına gelmektedir (<https://www.dictionary.com/browse/podcast>, 26 Mart 2019'da erişildi). Kelime 2004 yılında teknoloji yazarı The Guardian gazetecisi Ben Hammersley tarafından literatüre kazandırılmıştır. Beğeni ve kişisel kontrol imkânlarıyla geleneksel radyo anlayışından sıyrılmış ve ses yayın paketlerinin dinlenilmesine olanak sağlamıştır (Arıcı, 2013; Işık, Özkaraca ve Güler, 2011).

Podcastler, bir başkasının abone olup, ses ve video içeriklerinin yayınlanması sağlanmaktadır. Podcasting otomatik erişim imkânı, kolay kontrol edilebiliyor olması, taşınabilir olması ve her zaman elde edilebilmesi ile büyük avantaj sağlamakta ve kullanıcılarını kendine çekmektedir (Geoghegan ve Klass, 2007, akt., Akar, 2018).

Günümüzde iTunes ve Spotify podcastlere örnek gösterilebilir.

### **2.2.3.8. Sosyal Ağlar**

Sosyal ağlar, kişilerle bağlantı kurmak için oluşturulmuş, profil yaratılması ve bu profillerin paylaşılması ile birlikte, diğer insanlarla aynı sistemde bulunan web tabanlı sitelerdir. Bu web tabanlı sosyal ağ siteleri, kişisel profillerin oluşturulup, diğer kullanıcılarla birbirlerinin paylaşımlarını görebilmesini ve birbirleriyle etkileşim kurulmasını sağlayan bir

ortam hazırlar (Vural ve Bat, 2010). Sosyal ağ içeriklerinde, fotoğraf, video, metin, müzik vb. çok sayıda içerik ve bilgi bulunabilir ve paylaşılabilir.

#### **2.2.3.8.1. Arkadaşlık Ağları**

Bireylerin, kendi sosyal çevresiyle bağlantıda kaldığı ve haberdar olmasını kolaylaştırdığı, "arkadaşlık" temelli ağlardır. MySpace ve Facebook bu ağlara örnek gösterilebilir.

##### **2.2.3.8.1.1. Facebook**

Facebook (<https://www.facebook.com>), 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencilerinden Mark Zuckerberg tarafından, sadece Harvard içi öğrencilerinin kullanımı için kurulmuştur. Facebook, kullanıcıların tanıdıklarıyla iletişim kurmaları ve profillerinde kendilerine ait bilgileri diğer kullanıcılarla paylaşması hizmeti sunmaktadır. Kullanıcılar, "duvar"larına istedikleri içerikleri paylaşabilmekte ve "arkadaş oldukları" diğer kullanıcılara bunları açabilmektedir (Arıcı, 2013).

2018 verilerine göre Facebook 75 dilde hizmet vermektedir. Türkiye'de 43 milyon kullanıcısı olan Facebook'un dünyada en çok üyesi olan 5. şehri İstanbul'dur (Kemp, 2019).

#### **2.2.3.8.2. İlişki (Partner Bulma) Ağları**

İlişki-buluşma ağları, kişilerin partner bulması için yaratılan sosyal ağlardır. Kişiler, bu ağlar aracılığı ile romantik ilişkiler yaşayacağı kişileri seçmektedirler. Günümüzde bu uygulamalara Tinder, Badoo, eDarling siteleri örnek gösterilebilir. Bu sitelerin en ünlüsü olan Tinder (<https://tinder.com>), 2012 yılında Match Group tarafından geliştirilmiştir ve 100 milyonu aşkın üyesi bulunmaktadır (Kaplanseren, 2016; Kemp, 2019).

#### **2.2.3.8.3. Anlık Mesajlaşma Ağları**

İnternet ve mobil teknolojilerin gelişmesiyle ortaya çıkan anlık mesajlaşma uygulamaları, kullanıcılarına daha pratik veri aktarımı avantajı sunmaktadır. Kişiler, hiçbir ücret ödmeden bu uygulamalar sayesinde verilerini aktarabilirler. Bu uygulamalara, Whatsapp, Facebook Messenger, Skype, Telegram ve Snapchat gibi uygulamalar örnek gösterilebilir (Göncü, 2018).

#### **2.2.3.8.3.1. Whatsapp**

Jan Joum ve Brian Acton tarafından 2009'da geliştirilen Whatsapp'ın 2019 yılında yayınlanan verilere göre 1,5 milyar kullanıcısı bulunmaktadır (Kemp, 2019). Uygulama başlangıçta iPhone için üretilmiş ancak zamanla diğer işletim sistemlerinin de kullanımına açılmıştır. 2015 yılında Facebook tarafından 19 milyar dolara satın alınan Whatsapp (<https://www.whatsapp.com>), kullanıcılarına anlık mesajlaşma imkânı sunmaktadır. Bu uygulama ile bireylere, dosya, konum, fotoğraf, video gibi birçok veriyi karşılıklı olarak paylaşabilme imkanı sağlanır. Ücretsiz olması ve sağladığı imkanlarla tercih edilmektedir (Göncü, 2018).

#### **2.2.3.8.3.2. Snapchat**

Snapchat (<https://www.snapchat.com>), Evan Spiegel, Bobby Murphy ve Reggie Brown tarafından 2011 yılında, kullanıcılar arası zaman kısıtlı fotoğraf ve video paylaşımı ve anlık mesajlaşma uygulamasıdır. Uygulamanın en belirgin özelliği "snap" adı verilen verilerin içerik sahibi tarafından karşı tarafın ne kadar süre boyunca görüntüleyebileceğinin belirlenebilmesidir. En fazla 10 saniye boyunca görüntülenen veriler daha sonra silinmekte ve ekran görüntüsü alındığında da içerik sahibine bildirim gönderilmektedir. Kullanıcılar, hikâyeler (stories) adı verilen kısımda, görsel verilerini 24 saat boyunca tüm takipçileriyle paylaşabilmektedirler. Uygulama içerisinde yer alan çeşitli efektlerle, kullanıcılara mesajlaşmayı eğlenceli hale getirmektedir. Bu efektlerle yüzlerine çeşitli figürleri koyabilir ve/veya seslerini değiştirebilirler (Kara, 2016). 2019 yılı verilerine göre Türkiye'de 6,3 milyon kişi Snapchat kullanmaktadır (Kemp, 2019).

#### **2.2.3.8.4. Konum Tabanlı Ağlar**

Bu ağ türü, kullanıcıların konumlarını anlık olarak paylaşması (check-in) için tasarlanmış sosyal bir ağdır. Günümüzde en çok kullanılan konum tabanlı ağlara Foursquare/Swarm örnek verilebilir (Akar, 2018). Foursquare (<https://www.foursquare.com>), 2009 yılında kullanıcıların birbirleriyle konumlarını paylaşma, arkadaş olma ve gittikleri yerler hakkında yorum yapabilme amacıyla kurulmuştur. 2014'ten itibaren yer bildirim işlevi Swarm'a alınmıştır. Swarm (<https://www.swarmapp.com>), Foursquare girişimcileri tarafından oluşturulan lokasyon paylaşım uygulamasıdır (Okmeyer, 2018).

#### **2.2.3.8.5. Profesyonel İş Ağları**

Sosyal ağların kullanıma açılmasıyla birlikte profesyonel kariyer siteleri de hizmete sunulmuştur. Amacı, profesyonel iş dünyasındaki ilişkileri güçlendirmek ve bağlantılar kurmaktır. Bu tarz sitelerde, kullanıcılar profillerinde kariyer bilgilerini paylaşarak, iş imkânlarını ve iş bağlantılarını genişletebilmektedirler. Bu platformlarda, işveren ve çalışanlar ile kurumsal şirketler bulunmaktadır. Bu tür uygulamalara, LinkedIn (<https://www.linkedin.com>), Meet The Boss, Xing gibi siteler örnek verilebilir (Acar, Gürsoy ve Ünsal, 2014). Bu ağların en ünlüsü 2003 yılında Reid Hoffman tarafından kurulan ve aktif olarak 200 ülkede ve bölgede kullanılan LinkedIn'dir (LinkedIn, <https://about.linkedin.com/tr-tr>, 25 Mart 2019'da erişildi). 2019 yılı itibarıyla Türkiye'de 7,3 milyon kişi LinkedIn kullanıcısıdır (Kemp, 2019).

#### **2.2.3.9. Ticaret Toplulukları**

İnternetin yaygınlaşmasıyla büyük ilerleme gösteren alanlardan birisi de elektronik ticarettir. Elektronik ticaretin sağlamış olduğu kolay ve zahmetsiz alışveriş avantajı kullanıcıları kendine çekmiştir. Kullanıcı, ulaşamayacağı ürünlere, dünyanın herhangi bir yerinden sipariş ederek satın alabilir. Web, normalde mümkünü zor olan, satıcıları ve müşterileri kolaylıkla bir araya getirir (Marangoz, 2011).

Günümüzde satış sitelerine dünyada eBay, Amazon.com siteleri örnek gösterilirken, Türkiye'de Trendyol (<https://www.trendyol.com>), hepsiburada.com, n11.com gibi siteler örnek gösterilebilir. Bu siteler ile üyeler satıcıları oylayabilir, yorumlayabilir ve ürünlere dair izlenimlerini belirtebilirler. Böylece kullanıcılar arasında iletişim kurulmakla birlikte, ürüne veya satıcıya dair güvenirlilik de arttırılmış olmaktadır.

#### **2.2.3.10. Sanal Dünyalar**

Sanal dünya, fiziksel dünyayı bilgisayar ortamında taklit eden elektronik ortamlara denmektedir. Buradaki insanlara avatar adı verilir. Avatarlar ile insanlar, kendilerini diledikleri gibi yansıtırlar ve fiziksel dünyada olduğu gibi sanal dünyada da diğer insanlarla ilişki kurarlar (Akar, 2018).

Sanal dünyalar sayesinde bireyler, tek başına ya da diğer oyuncular ile birlikte oynayabilmektedirler. Ayrıca birçok seçeneğin ve olasılığın olması ile oyuncular, diledikleri

kurguya göre istedikleri ideal dünyayı yaratabilirler. Bunların yanı sıra bireyler, dışarıdaki hayatlarında olduğu gibi yarattıkları sanal dünya da diğer kullanıcılar ile iletişim kurabilirler ve aynı oyun alanında bulunabilirler. Bunlar da kullanıcılara sanal dünyayı daha çekici kılmasına ve tercih sebebi olmasına neden olmaktadır (Oyedele ve Minor, 2011, akt., Akar, 2018).

Sanal dünyalar, çevrimiçi oyunlar ve gerçeğe yakın sanal dünyalar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır:

#### ***2.2.3.10.1. Çevrimiçi Oyunlar***

Çevrimiçi oyunlar, daha küçük gruplardan, binlerce kişiye ulaşan gruplara kadar birçok tür içerir. Oyun oynayan kişiler, eş zamanlı olarak diğer oyuncularla etkileşim kurar ve birlikte oynarlar. İletişimin yanı sıra, birçok avatar ve nesne arasında etkileşim de söz konusudur (Akar, 2018).

Bu oyun türünün gruplandırılmasında bir kesinlik yoktur ancak, taktik, yapboz, macera, aksiyon, savaş, rol yapma, spor olmak üzere birçok türü vardır. Bu oyunlar, konsol, bilgisayar ya da mobil cihazlarla oynanır. Oyun tercihleri cinsiyetlere göre değişmektedir: Kadınlar, şiddet içermeyen daha az rekabetçi ve tek kişilik oyunları seçerken, erkeklerin, stratejik, şiddet içerikli ve çoklu oyunculu oyunları tercih ettikleri görülmüştür (Homer ve ark. 2012; Quaiser- Pohl ve ark., 2016, akt., Irmak ve Erdoğan, 2016). Günümüzde bu tür oyunlara PlayerUnknown's Battleground (PUBG), Counter Strike gibi oyunlar örnek olarak gösterilebilir. Bu tür oyunlara ilgi çoktur örneğin 2017 yılında yaratılan PUBG oyunu, satışa çıktıktan sonra yalnızca 3 ay içinde 4 milyondan fazla kullanıcıya ulaşmıştır (Kartal, 2019).

#### ***2.2.3.10.2. Gerçeğe Yakın Sanal Dünyalar***

Bu türde, kullanıcılara daha önce belirlenmiş amaçlar olmadan, akıcı bağlantılar kurup; gezibildikleri ortam sağlanır. Fiziksel dünyadan çıkıldıktan sonra da yaşamaya devam edilmektedir. Fiziksel dünyayı çok iyi taklit edebilmektedir, insanlar fiziksel dünyada yapabildikleri ya da yapamadıklarını avatarlarıyla o dünyada yaşarlar. Bu dünyalarda, içeriklerin sahipleri kullanıcıların kendisidir. O ortamda ayrı bir dünya vardır, kişiler arsa satın alırlar, ev kurarlar, evlenirler, çocuk yaparlar, cinsiyetlerini farklı gösterirler, şehir kurarlar, tarlayla uğraşırlar gibi ve dahası birçok aktiviteyi o dünyada yürütürler (Kumar vd.,

2008, akt. Akar, 2018). Bu türün en ünlü oyunlarının başında The Sims oyunu gelmektedir. The Sims 2000 yılında Maxis tarafından geliştirilen ve Electronic Arts tarafından yayınlanan yaşam simülatörü bir oyundur. Temelde tüm zamanlı olarak çalışmaktadır. Gerçek hayatta yapılan neredeyse her şey bu oyunla sanal dünyaya taşınmıştır. Oyunda karakterler yaratmak, evlerini düzenlemek, ne yapmaları gerektiğini belirlemek gibi birçok günlük hayata dair sorumluluklar bulunmaktadır. Oyunu oynayan kişi adeta bir "yaratıcı" konumundadır. Oyuncu, karakterlerin (Simlerin) bakımlarından sorumludur, karakterlere istediklerini yaptırarak aile kurabilir, bebek sahibi olabilir, çalışabilir, hatta öldürebilmektedir. Oyunda kazanma ya da kaybetme durumu yoktur,. The Sims tekrar tekrar oynanabilir. Oyun tasarım açısından çok gelişmiştir ve çok detaylı oluşturulmuştur (Ayvaz, 2007).

#### **2.2.3.11. İnteraktif Sözlükler**

Sözlüklerden yola çıkılarak oluşturulmuş, karşılıklı etkileşime dayalı ağlardır. Kişiler, olaylar, kavramlar vb. birçok olay hakkında tanım girerek yorum yazarlar. Bu sözlükler çeşitli temalarda ve konularda olabilmektedir (Gürel ve Yakın, 2007). Ülkemizde Ekşi Sözlük ile başlayan bu oluşuma zamanla İTÜ Sözlük, Süslü Sözlük, Uludağ Sözlük gibi sözlükler eklenmiştir. Bu grubun en ünlüsü olan Ekşi Sözlük 15 Şubat 1999 yılında Sedat Kapanoğlu tarafından "kutsal bilgi kaynağı" sloganı ile kullanıma açılmıştır (Gürel ve Yakın, 2007).

#### **2.2.3.12. İnteraktif Dizi- Film Dönemi**

1997 yılında kurulan ve günümüzde 190'dan fazla ülkede, eğlence hizmetinin lideri konumunda gösterilen dijital platform Netflix'in (<https://www.netflix.com>) Black Mirror: Bandersnatch filmi ile öncülük ettiği, kullanıcıların alternatif senaryolara kendi seçimleriyle gittiği uygulama dünyada büyük yankı uyandırmıştır. Yönetmenliğini David Slade'in yaptığı interaktif filmde, kullanıcılar Netflix üzerinden seçimler yaparak filmin gidişatına yön vermektedirler. Kullanıcıların, karşılıklarına çıkan her seçim için 10 saniye süre bulunmaktadır. Bu süre geçildiğinde filme varsayılan senaryo üzerinden devam edilmektedir. 5 farklı sonu olan filmin nasıl biteceğine izleyici seçenekleriyle karar verir. Bandersnatch, özgür irade üzerine kurulmuş öncü bir yapımdır. Yapımı ile büyük yankı uyandırmış ve internetin geldiği nokta ile şaşırtmıştır (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46693509>, 25 Mart 2019'da erişildi).

Bu da göstermektedir ki, Web 1.0 ile sağlanan tek yönlü internet kullanımı, şu anda ve gelecekte izleyicilerin dizi ve filmlerde kendi sonlarını belirleyeceği bir döneme ulaşmıştır.

## 2.3. VAROLUŞÇULUK

Bu bölümde, varoluşçu felsefenin ne olduğu, tarihçesi ve ilgilendiği insan olma durumları (varoluşçu meseleler) ile ilgili konulara, varoluşçu filozof ve terapistlerinin de söylemleriyle desteklenerek, ayrıntılı bir biçimde yer verilmiştir.

### 2.3.1. Varoluşçu Felsefe

İnsan varlığı ortaya çıktığından beri insanlar tarafından sürekli "insanın ne olduğu, neden var olduğu, ne için dünyada olduğu ve insan yaşamının anlamının ne ifade ettiği" gibi sorular sorulmuştur. Soruların cevabıysa insanın kendisini tanıması ve buna göre hareket etmesidir;

Delfi'deki Apollon Tapınağının girişinde yazan Spartalı Khilon'un (M.Ö. 620- 520) ilk kez ortaya koyduğu "kendini bil" (Çotuksöken, 2012) öğretisi, peşinden gelen birçok filozofu etkilemiş ve bu sözü ilke edinmelerine neden olmuştur.

İslam peygamberi Hz. Muhammed'in (M.S. 571- 632) "kendini bilen Rabbi'ni bilir" (akt., Özdoğan, 2005: 13) hadisi ya da tasavvuf ve halk şairi Yunus Emre'nin (M.S. 1240-1321) "ilim ilim bilmektir, ilim kendin bilmektir, sen kendini bilmezsen, ya nice okumaktır" (akt., Demir, 2009: 4) sözleri göstermektedir ki, insanın kendisini bilmesi ve kendisini tanıması birçok şeyden önemlidir ve önce gelmektedir. Buradan da anlaşıldığı üzere, varoluşçuluğun kökenleri esasen çok eskilere dayanmaktadır. Dini, milleti, yaşadığı dönemi ne olursa olsun insanın kendini tanıma ve bilme gayreti her zaman gündemde olmuştur.

"Kendini bil" öğretisini sık sık tekrarlayan filozoflardan birisi de Sokrates'tir (M.Ö. 469-399). Kierkegaard da Sokrates'ten ve bu öğretiden etkilenerek, bugünkü varoluş terimini felsefi anlamda kullanan ilk isim olmuştur (Coşkun, 2015). Özünde insanı konu edinen ve insanı varoluşu içinde anlamaya çalışan varoluş felsefesi 1. Dünya Savaşından sonra 1930'lu yıllarda Almanya'da ortaya çıkmıştır (Bullnow, 2004, akt., Sarıoğlu, 2008). Varoluş kelimesi Latince "existere" yani "ortaya çıkmak" fiilinden türemiştir. Bu felsefede ortaya konulmak istenen olgu insanın varoluşu ve varoluşunun anlamıdır (Erdem, 2014: 14) İnsan her şeye

rağmen, varlığını anlamlandırmak ve yorumlamak, buna göre de kendini yeniden oluşturmak zorundadır (Coşkun, 2015).

Varoluşçu düşüncenin babası kabul edilen Kierkegaard'dan sonra bu akım ikiye ayrılmıştır: Bunlar Hristiyan varoluşçular ve Tanrıtanımaz varoluşçulardır. Hristiyan varoluşçular Soren Kierkegaard, Karl Jaspers ve Gabriel Marcel'dir. Tanrıtanımaz varoluşçular ise Friedrich Nietzsche, Martin Heidegger, Jean Paul Sartre ve Merleau Ponty'den oluşmaktadır (Sarıoğlu, 2008).

### **2.3.2. Varoluşçu Meseleler**

Varoluşçu mesele denilen kavram insan olma hallerinin tamamıdır; yani insan sadece insan olduğu için bu bahsi geçen tüm olguları yaşar ve yaşamak zorundadır. Varoluşçu meseleler, varlık, öznellik, fırlatılmışlık, yalnızlık, tekinsizlik, umutsuzluk, özgürlük, sorumluluk, seçim, duygular, ötekiler, başkaları, hiçlik, özne, nesne, ilişkisellik, otantiklik, cesaret, zaman, ölüm, yaşam gibi kavramlarla ilişkilendirilmektedir.

Aşağıda, yalnızca araştırma ile ilgili olan varoluşsal meselelere yer verilmiştir.

İnsan varoluşu anne karnında başlar ve ardından her şey yolunda giderse doğum gerçekleşir. Bebek, doğumuna dair bir şey bilmez ya da hatırlamaz, öncesinde bir hiçtir ve hiçliğe gözlerini açmıştır. Artık varoluşsal meseleler onun için hazırdır, doğumla ölüm arasındaki zamansallıkta tüm bu meseleleri yaşamaya başlar. Ancak insan dünyaya nasıl gelmiştir? Heidegger buna fırlatılmışlık, Sartre ise terk edilmişlik der. İnsan dünyaya bir güç tarafından atılmıştır ve terk edilmiştir. Bu nedenle bu araştırmada varoluşsal meselelerin anlatımına fırlatılmışlık kavramı ile başlanmıştır.

#### **2.3.2.1. Fırlatılmışlık (Geworfenheit)**

İnsanlar dünyaya sürekli olarak somut yollardan bağlıdır. Heidegger (1927) buna "fırlatılmışlık (Geworfenheit)" demiştir. Dünya, insanın dünyaya gelmesinden önce de vardır ve ondan sonra da var olacaktır, insan var olan dünyaya sadece dâhil olur. İnsanlar, doğmayı seçmemişlerdir, bir şekilde bir güç tarafından dünyaya fırlatılarak; kontrolsüzlüğün ve belirsizliğin içine atılmışlardır (Van Deurzen, 1999; Kayra, 2006). Kendi seçimlerinin dışında ait olduğu somut ve değiştiremediği durumlar vardır, örneğin; bir kültüre ait doğmuştur, bir çevrenin, bir tarihin, bir ailenin parçasıdır, bir ırka aittir, bir fiziksel görünüşü vardır,



doğmuştur ve öleceği kesindir. Sadece olduğu durumun şartları dâhilinde seçim yapabilir, seçim yapabildiği şeyler bu anlamda sınırlıdır. Hayatı belirsizdir, seçimlerle kontrol etmeye çalışsa dahi, kontrol edemediği gerçeklikler vardır, atıldığı, itildiği, fırlatıldığı şeyler yaşar. Sartre (1981) "insan, kör ve sağır yokluk tarafından evrenin kaybolmuş bir köşesine adeta atılmış ve terk edilmiştir" (Gündoğan, 2004: 1) demektedir. Bu sebeple insan yalnızdır ve yalnızlığı süreğendir. Dünyaya bırakılmıştır (abandonnement) ve bununla özgürlüğünü ve sorumluluğunu alarak yaşaması beklenmektedir. Sartre (1943) aynı zamanda bu duruma bizim gerçekliğimiz adını vermiştir. İnsan her ne kadar bir duruma karşı pozisyonunu seçebilse de hiçbir zaman o durumdan kendini serbest bırakamaz (Van Deurzen, 1999).

Heidegger için Dasein kavramı, insanın dünya içinde olmaktan kendini izole edemeyeceği anlamına gelir. Dünya ve insan sürekli birbirine bağlıdır. İnsanın varlığını göstermesi için fırlatılmışlıklara ihtiyacı vardır. İnsan gündelik hayata fırlatılmıştır, fiziksel durumların, gündelik yaşamın ivmesine kapılmıştır. Hastalanır, ölür, kaza geçirir, ilişkilendir, bunların hepsi fırlatılmanın ivmesinde gelişir. Dünya içinde var olurken sadece geleceğe yönelik kararlar alabilir. Bu nedenle insan geleceğe doğru sürekli fırlatılır. İnsan geleceğe dönük oldukça, sürekli farklı deneyimler elde eder, yine fırlatılır ve yine belirsizlik içindedir, seçimleri olsa dahi fırlatılma sürdükçe sonuca hükmedememe durumu her zaman vardır (Gündüz, 2015).

Heidegger'e göre fırlatılmışlığın doğurduğu diğer kavram tekinsizliktir, aşağıda tekinsizlik tanımına yer verilmiştir:

### **2.3.2.2. Tekinsizlik (*Unheimlichkeit*)**

İnsan dünyaya fırlatılmış, bırakılmış ve terk edilmiştir. Bir anda hiç bilmediği bir yere düşmüştür. Olduğu yer ondan önce de vardır ve o hiçliğin içinde kendisini var etmektedir. Her şeye çare bulan insan ölüme çare bulamaz. Ne olacağını seçebilir ancak seçiminin sonuçlarını bilemez. Herkes ölecektir ancak ölümün nasıl bir deneyim olduğunu kimse ona anlatamaz. İnsan ya fırlatıldığı dünyayı terk edecektir ya da olanı kabullenip, özgürce seçimlerini yapıp, yaşayacaktır. Dünyada yapayalnızdır, tüm deneyimleri sadece o yaşar ve o hisseder, her deneyim kendisine özeldir. Bu nedenle insan kaygı yaşar. Tekinsizlik (*Unheimlichkeit*) kaygıda kendini açığa çıkarır (Van Deurzen, 1999).

Dünya, fırlatıldığı dünyada yalnız ve ne yapacağını bilemeyen insan için tekinsiz bir yerdir. Heidegger bunu insanın kendini evinde hissetmemesi olarak betimler. Evinde hissetmeyen insan güvensiz, kaygılı ve çekingen olacaktır. Kendini rahat hissetmeyecektir. İnsan da bu yüzden dünyayı tekinsiz olarak görür. Hiç bilmediği bir ortamda, bir grupta varlığını sürdürür, her an başına bir şey gelebilir, ölebilir, bir şeyleri kaybedebilir ya da kendisi kaybolabilir. Heidegger için tekinsizlik böyledir. İnsan, ait olduğunu düşündüğü dünyaya karşı yabancı ve korunmasızdır (Kayra, 2006). İnsan, tekinsiz olan bu dünyada bu şekilde kalmaz; tanıdık olmayan, güvensiz ve evsiz hissettiği dünyada, bulunduğu yeri kendisine tanıdık yapma eğilimindedir. Bu şekilde sınırları aşmaya çalışır. Bu nedenle ilişki içinde olur. İnsanın diğerine ihtiyaç duyması, olduğu yeri tanıdık yapması ya da tekinsiz ve güvensiz hissetmesi onun zayıflığından kaynaklanmaz, bu insan olma halinin bir sonucudur (Kılınç, 2015). Tekinsiz olduğu için diğerlerine sarılır. Tekinsizliğe rağmen diğerleri ile kalmaya devam eder (Sabancı, 2018).

Fırlatılan ve tekinsizlik ile yaşayan insan ilişkilere tabi olduğunu fark eder ve yeni ilişkiler kurar, bu nedenle bir sonraki mesele ilişkisellik olarak seçilmiştir:

### **2.3.2.3. İlişkisellik (Relationship)**

İnsan doğası gereği diğerleriyle ilişki içindedir. Bu ilişkiler yakın ya da uzak, özel ya da genel, düşmanca ya da dostane olabilir. İlişkiler seçilebileceği gibi zorunlu olarak da şekillenebilir. "Baumeister ve Learly (1995), bütün ilişkilerin temelinde "ait olma ihtiyacı yattığını", bu ihtiyacın ise "güçlü, önemli, yaygın bir motivasyon aracı" olduğunu ifade etmektedirler" (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017:187). Baumeister ve Learly'e benzer şekilde Abraham Maslow'un ortaya attığı ihtiyaçlar hiyerarşisindeki "ait olma ve sevgi ihtiyaçları" basamağının, ilişki dünyası ile ilişkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Maslow da bireylerin, diğerlerine olan ilişkiye muhtaç olduklarını ve bir topluma, bir gruba, bir aileye ya da herhangi birine ait olma gereksinimi duyduklarını ifade etmektedir (Maslow, 1970, akt., Burger, 2006). Maslow ait olma gereksiniminin yanında sevgi ihtiyacı derken iki tür sevgiden bahsetmektedir. Bunlardan ilki yoksunluk sevgisidir. Yoksunluk sevgisi, diğerleri tarafından sevmeye ve onlarla ilişki kurmaya duyulan bir açlığı ifade etmektedir. İkincisi ise sevgi ihtiyacı olan varlık sevgisidir. Bu, diğer insanın varlığına duyulan ve ilişki kurdukça büyüyen sevgiyi ifade etmektedir (Burger, 2006). İlişkiye ve diğerlerine dair sevgi duyma görüşü, varoluşçu görüşün ilişkisellik tanımına benzemektedir. Varoluşçu görüşe göre de insan daima bir ilişkiye ihtiyaç duyar. İnsan için ilişkileri, kendi olmanın bir parçasıdır.

Hatta insan, yalnızken bile aslında bir ilişki içindedir. Çünkü yalnızlık, diğerlerinin bulunmamasına ilişkin kayıtsızlık tepkisi vermez, yalnızlık diğerinin eksikliğine acı ile tepki vermektir; bu da insanın diğerine olan ihtiyacının onun özüne ait bir özellik olduğunu gösterir (Ustabaşı, 2018; Van Deurzen ve Adams, 2017).

Varoluşçular için insan, dünyaya ve ötekilere özü gereği bağlıdır. Heidegger buna "mit-sein (başkalarıyla-olma)" derken, Jaspers, "kommunikation (iletişim)", Marcel ise "toi" demektedir (Erdem, 2014). Aşağıda bu ve diğer varoluşçuların ilişkisellik hakkında söylediklerine kısaca değinilecektir.

Karl Jaspers, ilişkiselliği iletişim üzerinden anlatmıştır ve iletişim için "felsefi yaşamın gündelik ödevi" demektedir (Jaspers, 1974, akt., Erdem, 2014: 127). Anamlı bir hayat için iletişim şarttır ve bu iletişim bilinçli gerçekleştirilmelidir. Bilinçten kasıt, diğer insanların da varlığını kabul etmek ve karşılıklı açılmalarla varoluşsal diyaloglar kurmaktır. İnsanlar ancak bilinçli bir iletişim yoluyla var olabilirler. Bir insanın kendi olabilmesi için diğer kendi olanlarla iletişim halinde kalması ve varlığını ortaya koyabilmesini gereklidir. Aksi takdirde, insan ya olasılık olarak kalacaktır ya da hiçlikte kaybolacaktır. Varoluşsal iletişim, kişinin kendisini bulmasında bir etkidir (Erdem, 2014).

Heidegger de insanın hakikati (*aletheia*) bulabilmesi için, dünya-içinde-varlıkta, diğerleriyle-birlikte-olması gerektiğini söylemektedir. Heideggerci görüşe göre, insanlar varoluşları gereği sosyal bir dünyadadırlar. Dasein denilen orada-olma-hali tek bir kanalla açıklanamaz; Dasein deneyiminin keşfi için dünyada-olmak (in-der-Welt-sein) ve başkalarıyla-olmak (mit-sein) gereklidir. İnsan varlığı dünyanın içinden gelir ve insan her zaman dünyaya, diğerleriyle birlikte bağlıdır. Burada bahsedilen dünya yerküre değildir. Heidegger dünya derken ilişkileri ve bağları kastetmektedir (Gündüz, 2015; Van Deurzen ve Adams, 2017).

Heidegger'le olan benzerliği nedeniyle neo-freudyen Sullivan'ın kişilerarası ilişkiler kuramına yer vermek doğru olacaktır. Sullivan'a göre kişilik, sosyal bir çerçevede gelişmektedir ve insan, kişiliğini ancak diğerleri ile ilişkisinde kazanabilir. İnsan olgusu, ancak, içinde varlığını sürdürdüğü ilişkiler ağı kapsamında anlam kazanır, diğer varlıklardan ayrı düşünülemez (Burger, 2006). Heidegger için de Dasein başkalarıyla ilişki üzerinden tanımlanmaktadır. İnsan dünya içinde bağını sürdürürken, aynı zamanda diğer var olanlarla da kesintisiz ve dolaysız ilişki içinde olmaya devam eder (Gündüz, 2015). Başkalarıyla birlikte

olmak, Dasein kavramının karakterize özelliklerinden birisidir. İnsan kendini diğerlerinden uzak düşünse dahi, en bireysel anında bile insanlardan kopamaz (Ustabaşı, 2018). Bu nedenle insan varlığı diğer insanlarla ilişkisinden ayrı düşünülemez ve bu varlık ancak bu şekilde anlaşılabilir (Van Deurzen ve Adams, 2017).

Bir diğer filozof Gabriel Marcel özneler arası ilişkiselliğe ağırlık vermiştir (Gödelek, 2018). Marcel'in felsefesinde, "ilişki/diğerleri/ötekiler yoksa ben de yokum" görüşü hâkimdir (Ustabaşı, 2018: 58). Marcel'e göre de insanın kendi varlığını anlayabilmesi bir başkasının varlığını kavrayabilmekten geçer.

Marcel felsefesi "ben kimim?" sorusuna yanıt arayışla başlar (Ustabaşı, 2018). Marcel'e göre, "ben", kendini ortaya koyabilmesi için diğer benlerle arasında özneler arası ilişkiler olmak zorundadır. Ben, diğerleriyle ne kadar derin bir ilişki kurarsa, kendisinin bireysel farkındalığıyla da o denli derin bir ilişkiye girer. Marcel'in diğerleri ile ilişkisinin 3 boyutu vardır. Bunlar "ben-şey", "ben-o" ve "ben-sen" boyutlarıdır. Şey, boyutu, ben'in cansız nesnelere ile ilişkisini yansıtır (Sarioğlan, 2018). Kişi şeylere sahip olarak ilişki kurar ve şeylerle ilişkisinde ben'i görür ve ona yönelir. Marcel "şey"lerin, bireye sahip olması tehlikesine karşı, "sahip olma" hırsının aşılması gerektiğini söyler. Marcel için "o" ise, toplumda bir görevi olan ancak doğrudan ilişki kurulamayan insanlardır. O, nesne değildir ama kurulan ilişki nesne ilişkisi gibidir. Şey- sen olamaz ama o ile ilişki sen'e dönüşmeye her zaman açıktır (Sarioğlan, 2018; Ustabaşı, 2018). Asıl olan özneler arası ilişki yalnızca ben-sen ilişkisinde ortaya çıkar. Sen'in diğerlerinden farklı olabilmesi için onunla yakın ve açık bir ilişki kurulması gerekir (Van Deurzen ve Adams, 2017). Sen, kişi için aynı "ben" gibi ama onun dışında olan başka bir varlıktır ve o varlık ile arada bağın kurulması asıl olandır. Ancak ben'in sen ile ilişkisi bir kez olunca her zaman aynı devam edeceği anlama gelmez, bu ilişki türü, çaba isteyen bir türdür. Çünkü öznellik gözlemlenemez, varlığa katılarak olur (Sarioğlan 2018, Ustabaşı, 2018).

Özneler arası ilişkilerin bir diğer önemli ismi ise Martin Buber'dir. Buber'in felsefesi tek kelime ile özetlenecek olursa bu kelimenin "ilişki" olması yanlış olmayacaktır. Buber'e göre birbirilerinin zıttı olan iki ilişki tarzı vardır. Bunlar: "Ben-Sen" (I-Thou) ve "ben-o" (i-it) ilişki tarzlarıdır (Tüzer, 2009).

Buber'in bu ilişki tarzları, yukarıda bahsedilen Marcel'in ben-o ve ben-sen ilişki tarzlarına benzemektedir. Ben-Sen ilişkisinde, diğer kişiyi başka bir "Ben" olarak kabul etmek

ve onunla gerçek bir diyaloga girmek, bireyin kendisini de başkasının gözünde "Sen" konumuna getirir. Bu ilişkide öznellik söz konusudur, bunun sonucunda gelişim ve değişim mümkündür (Van Deurzen ve Adams, 2017). Ben-o ilişki tarzında ise kişi karşıdakini nesneleştirmiş ve aslında diğerinin gözünde de kendini nesne konumuna sokmuştur (Çınar, 2006). Buber'e (1970) göre, Ben ancak başkalarıyla ilişkiye girerken kendisini ortaya koyabilir. Hiçbir zaman izole ve saf bir ben yoktur; her zaman bir ilişkinin içinde var olur (akt., Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017).

Buradaki "ben" görüşüne ek olarak psikoloji dünyasında sıkça bahsedilen kavramlardan olan ideal benlik- gerçek benlik kavramlarına parantez açmak gerekir. Gerçek benlik, kişinin olduğu benliği iken, ideal benlik ise olmak istediği kendisidir (Üstün ve Akman, 2002). Sullivan'ın kişileştirmeler kuramı bunu açıklayabilmektedir. Sullivan, insanın kendisiyle ilgili imgelerini üç ana sınıfta ele alır. Bunlardan ilki, kabul edilen, ödüllendirilen ve sevilen yanların olduğu iyi-ben kişileştirmesidir. İnsanın düşünmek istemediği, beğenmediği yanlarının olduğu benlik ise kötü-bendir, bu iki benlik biçimi bilinç düzeyinde yer almaktadır. Üçüncü kişileştirme biçimi ise ben-değildir. Ben-değil ise bilinç düzeyinde yer almayan, karanlık ve fark edilmeyen yönlerdir. Sullivan, değer verilen kişilerle yaşanan ilişkilerin niteliğinin, bu imgelere ve ideal benlikle gerçek benlik arasındaki farka neden olduğunu belirtmiştir (Burger, 2006).

Sartre diğerlerinden farklı olarak, diğerleriyle olan ilişkiye çatışma olarak bakmaktadır. Sartre'a göre ötekiler, anlamsızlaştırır, donuklaştırır ve değer yargılarıyla nesneleştirir. Öteki ile ilişki özne-özne olarak değil ancak öznenin, karşıdakini nesneleştirmesiyle gerçekleşir, öteki onu yaratır ve ondan bir nesne elde eder, bu gerekçeyle diğerlerini cehennem olarak atfeder (Sartre, 2017). Sartre, insanların birbirilerinin varlığını ele geçirmeye çalıştığını düşünmektedir. Bu nedenle ötekilerin varlığı, bireyin varlığı için tehdit oluşturur. İnsanlar arasında sürekli bir savaş vardır, bunun çözümü de kişinin kendisini, kurduğu tüm ilişkilerden soyutlamasıdır (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017). Ancak yine de Sartre, kişinin ilişkilere ihtiyacı olduğunu söyler. Sartre için, "kendi-için-şey" olmanın koşulu başkasının onu gördüğünü yansıtmasıdır. Öteki olmadığı sürece kişi kim olduğunu bilemez, kendi gerçekliğine ulaşmak için ötekine mecburdur. Öteki, bireyi "şimdi" görür ve kişinin "kendi-için-şey" olabilmesi için şimdi görülen bilgiye ihtiyacı vardır. Kişi başkasının onda gördüğü "kendinde-şey"i yok ederek, kendini ve varlığını ortaya koyabilmelidir, Sartre için ötekiyle ilişkinin özü budur (Ustabaşı, 2018).

Heidegger, Jaspers, Buber, Sullivan, Marcel ve Sartre'in ortaya koydukları tüm görüşlerin ortak noktası bireylerin kendi olabilmeleri ve varlıklarını ortaya koyabilmeleri için, kendi gibi, karşıdakinin de varlığını kabul etmek ve onunla varoluşsal diyalogda kalmak gerektiğidir. İnsanın algıladığı benliği, varlığı ve kişiliği hakkındaki görüşleri diğer insanlar çerçevesinde şekillenmektedir. Tüm bu isimlerin görüşlerindeki ortak özne ise diğerleriyle olan ilişkilerdir.

Yukarıda da bahsedildiği üzere insan yalnızlık anında bile ilişki kurmaktadır, ilişki içinde yalnızlığı da barındırır, bu nedenle yalnızlık meselesine giriş yapmak bu çizgide uygun olacaktır.

#### **2.3.2.4. *Yalnızlık (Isolation/ Loneliness)***

İnsanın varoluşunu anlayabilmek için önemli kavramlardan birisi olan yalnızlık hakkında birçok farklı tanım ve yorumlar yapılmıştır. Bu tezin konusu varoluşçuluk olduğu için bu kısımda varoluşsal/ontolojik yalnızlıktan bahsedilecektir.

Varoluşçulara göre insan yalnız bir varlıktır ancak varoluşçular, bu yalnızlığın kökeninin ne olduğu ile ilgilenmezler çünkü yalnızlık varoluşun doğal bir parçasıdır (Çağır, 2010; Karataş, 2014). Varoluşçular yalnızlığın kökeni ile ilgilenmiyor olsalar da yalnızlığı açıklarken farklı kavramlar üzerinden tartışmayı tercih etmişlerdir; bunu da ilgilendikleri konular üzerinden yapmışlardır.

Varoluşçu psikoterapist **Yalom'a** (2014) göre insan 4 varoluşsal meseleden etkilenir. Bu meseleler "yalnızlık-ilişkisellik", "ölüm-yaşam", "anlam-anlamsızlık" ve "özgürlük-sorumluluk" kavramlarıdır. İnsan yalnız doğar ve yalnız ölür. Varoluş felsefesine göre insan, her deneyimi kendi yaşamak zorundadır, kimse bir başkası için o deneyimi yaşayamaz (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017). Ölümü de, yaşamı da, anlamı da, özgürlüğü de insan tek başına deneyimler ve bunu ancak kendisi, kendisi için deneyimlemek zorundadır. Yalnızlık da böyledir. Varoluşçu yaklaşıma göre de insan doğası gereği yalnızlığı yaşar ve bu onun için olumlu bir deneyimdir. Bireyin, özgür ve bağımsız olabilmesi için diğerlerinden ayrışabilmesi gerekir, bu da önce yalıtımı ardından da yalnızlığı beraberinde getirir (Yalom, 2014). Yalom, yalnızlığı reddeden ve onunla yüzleşemeyen insanların yalnızca diğerlerinin varlığında onaylandığını ve değerli hissettiğini ifade eder. Yalnızlığını kabullenip; yüzleşen insan, kendisini geliştirip; daha tatminkâr hissettiği bir hayat yaşayacaktır (Yalom, 2014).

Diğerleri ile birlikte olma ve ilişkisellik kavramlarıyla öne çıkan Heidegger ise yalnızlığı ilişkilerle anlatır. **Heidegger'e** (1927) göre yalnızlık, ilişkilerde ortaya çıkar. İnsan her zaman mitsein (diğerleri-ile-birlikte) olduğu için yalnızlık anında da başkalarıyla birlikte. Yalnızlık deneyimi sadece başkalarıyla temas halindeyken olabilir, temas olmadan yalnızlık deneyimlemek mümkün değildir (Le Roux, 1999). Zaten Heidegger'e (1972) göre insanlar yalnızlıklarını kendileri oluştururlar; çünkü insanlar yaşadıkları bu dünyada, kendilerinden önceki insanların deneyimlerinden yararlanmadan bir ilişki ağı kurmak isterler, insanlar yalnızlığı da ilişkilerin içinde seçerler (Paula, 2005). Heidegger'le benzer şekilde **Sartre** (1957) da yalnızlığın kaynağının ilişkiler olduğunu söylemiştir, ancak aralarında şöyle bir fark vardır: Heidegger, yalnızlığa, daha talihsiz bir seçim olarak bakarken, Sartre kişinin üretkenliği için yalnızlığın yaşanması gerektiğini düşünür. Bununla ilintili olarak "cehennem diğer insanlardır" diyen Sartre (akt., Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017: 194), bireylerin diğer insanları tanıdıkça yalnızlığı seçtiğini ileri sürmektedir. Çünkü kişi, dışlanmasının farkına vardıkça bu sürecin acı olduğunu ama bunun üretkenlik ve yaratıcılık sağladığını düşünmektedir (Gündoğan, 2004).

İletişim konusuyla ilgilenen **Jaspers'e** göre yalnızlık, iletişimin ilk adımıdır. O da yalnızlığı Heidegger ve Sartre gibi ilişkisellik üzerinden anlatmaktadır. Bireyin diğerine olan ihtiyacının karşılanması için yalnızlığın ön koşul olması gerekir (Kılıç, 2006). Bireyin kendi olabilmesi için ya da Sartre'in dediği gibi özünü oluşturabilmesi için yalnız olması ve yalnızlığı istemesi gerekir. Birey yalnızlığı istemeye cesaret göstermelidir ya da başkasının varlığında eriyecektir (Jaspers, 1932, akt., Erdem, 2014: 49). Cesaretle gelen bu yalnızlık ile diğerleri ile birliktelik isteği ve onlara özlem doğacaktır, bunun getirdiği acı ile insan ancak gerçek varoluşa ulaşabilir (Erdem, 2014). **Tillich** de Jaspers'in görüşlerine benzer şekilde bireylerin yalnızlığa karşı cesaret göstermeleri gerektiğini ifade eder. Ancak o, yalnızlığı iki kavramla anlatmıştır: Yalnızlığın acısını "yalnızlık (loneliness)" ile yalnız olmanın ihtişamını ise "tek başlılık (solitude)" olarak kavramsallaştırmıştır. Tillich'in yalnızlık kavramı, bir kimsenin çevresinden ayrılarak izole olması şeklinde ifade edilebilir. Ancak tek başlılık, yeni fikirler icat etme gücü sunan, iç gözlemi teşvik eden bir süreçtir ve insanın gelişimi için gereklidir. Sartre ve Yalom gibi o da yaratıcılık için tek başlılığı ön koşul olarak ortaya koyar. Tillich'e göre yalnızlık paradoksaldır. Tek başlılık ile gelen iç gözlem, bireyi yalnızlığa iter. İnsanlar diğerleriyle birlikte yaşar ancak yine yalnızlığı tercih eder (Tillich, 1952, akt., Paula, 2005). Bu da Jaspers'in "insan yalnızlığı ancak yalnızlığa katlanarak

yenebilir (Erdem, 2014: 52)" görüşüne benzemektedir, yalnızlık kavramının barındırdığı paradoks budur.

Tüm bu isimlerin yalnızlığa karşı açıklamalarına bakıldığında, yalnızlığın kaçınılmaz bir varoluş sancısı olduğunu ve bireylerin gelişimleri için yalnızlığı kabul etmeleri gerektiği sonucuna varılabilir. Bireylerin yalnızlıkla savaşmak yerine onunla yüzleşip, onu kabullenmeye dair cesaret göstermeleri gerektiği anlaşılmaktadır.

Dünyaya fırlatılmış, terk edilmiş ve onun tekinsizliğinde yaşamaya başlayan insan, diğerlerine sarılmaya ve ilişki kurmaya başlar, ilişkiselliği yalnızlığını da getirir. Ancak tekinsizlik ile gelen rahat ve güvende hissedememe hali, diğerlerine ilgi duymayı ve onları umursamayı beraberinde getirir. Heidegger (1927), buna düşkünlük adını verir, düşkünlük insan olma halinin bir sonucudur (Kızıltan, 1983). Bu nedenle, aşağıdaki kısımda diğerlerini umursamak konusuna değinilmiştir.

#### ***2.3.2.5. Diğerlerini Umursamak***

İnsan, diğerleri ile birliktelikteyken, sürekli deneyim yaşar ve varlık anlayışını da bu deneyimlerinden edinir. Diğerleri ile birlikte olmanın deneyimlerinden biri de, başkalarına karşı ilgi duymaktır. İnsan, özünde diğerlerinden farklı olmak için bir endişe (sorge) yaşar ancak bu endişe ironik olarak onu başkalarıyla birlikte olmaya, onlara benzemeye ve ilgi duymaya itmektedir. Bu benzemeye yol açan diğerleri de Heidegger'e (1927) göre das Man'dır (Heidegger, 2011). Das Man kavramı, insanı kendi varlığından kaçırarak ve günlük yaşamda sıradanlığa iten güçlü bir durumu tanımlamaktadır. Bu kavram, diğer insanların hepsini temsil eder; Das Man el alemin insan zihnindeki temsilidir. İnsan da bu el alem içinde bulunmaya başlar. El alem, ne yaparsa, ne ile ilgilenirse bunlar zamanla birey için de geçerli olmaya başlar. Bu el alem içinde her türlü değer, yargı ve kararlar daha önceden belirlenmiştir. İnsan da bunlardan etkilenerek, bu değer yargılarını ve kararları sorgulamadan kabul eder. Bu da insanın yaşam sorumluluğunu, içselleştirmiş ve Das Man ile temsil bulan diğerlerine bıraktığı anlamına gelir. Diğerlerine göre hareket eden birey, zamanla diğerlerince uygun ve kabul göreni yapmaya başlar; münasip olanı sever, münasip olan gibi giyinir, münasip görüldüğü şekilde yaşar. Diğerleri neyden zevk alıyorsa, insan da ondan haz almak zorunda hisseder. Kişi, içinde yaşattığı diğer temsili (Das Man) nedeni ile, kendisinden uzaklaşır, diğerleriyle aynı davranır, düşünür ve aynı normlara uyar; aynı şeyleri sever. Das



Man, özetle insanın sorumluluğunu almaya direndiği bireyselleşme-ayrışma erkinin "toplum"a yansıtılmış içsel bir temsilidir.

Heidegger (1927) için insanın diğerlerine karşı beslediği ilgi ve benzeme hali onu düşkün yapar. Heidegger'in bahsettiği düşkünlük (verfallenheit), insanın kendi varlığını reddedip, kendisinin diğerlerinin varlığında erimesine izin vermesidir. Ve bu düşkünlüğün altında 3 neden vardır: Bunlardan ilki herkes tarafından konuşulan boş laflar yani lakırtılardır (gerede), ikincisi anlamayı gerektiren bir merak yerine sadece bakmayı gerektiren meraktır (neugier), üçüncüsü ise belirsizlik barındıran yani müphemiyettir (zweideutigkeit) (Aşar, 2014; Gündüz, 2015; Kızıltan, 1983; Sabancı, 2018; Taşkın, 2013). Lakırtıda, kişinin varlığı ile ilgilenmek yerine sözcüklerle ilgilenilir, burada derin ilişkiler ve varoluşsal diyalog yoktur, yüzeysellik hâkimdir. Meraktaysa kişi, sadece bir şeyi görmek için bakar, onu anlamaya çaba göstermez, bilmiş olmak istediği için bilir. Heidegger'e göre merak, lakırtı tarafından beslenmektedir. Bireyin, başka bir şeye karşı merakı vardır ama bu merakın altında anlam yatmaz; diğerleri neyi okuyacağını, neyi öğreneceğini, neyi seveceğini söylediği için ona karşı bir merak ortaya çıkar. Müphemiyet ise lakırtı ve merakın sonucu oluşur; günlük hayatta lakırtı ve merak içinde gezinip duran insan, neyin yönetilebilir olup; olmadığını, neyin gerçekten anlaşılabilir olup; olmadığını bilemez ve bir belirsizliğe düşer (Gündüz, 2015; Kızıltan, 1983).

Kısacası diğerleriyle ilişki içinde olan insan, diğerleri tarafından dışlanmamak, onaylanmak ve kabul görmek için varoluşunun doğası gereği onların buyruğuna göre yaşamaya razı olur.

İlişkiler kurulurken, insanın başka bir varoluş sancısı ortaya çıkar; anlam. İnsan, dünyaya neden gelmiştir ve bu dünyada varlığını nasıl sürdürecektir, sorularını kendine sormaya başlar. Bu nedenle aşağıda anlam konusuna açıklık getirilmiştir.

#### **2.3.2.6. Anlam (Meaning)**

Varoluş meselelerinden bir diğeri ise anlam ya da diğer ifadeyle anlamsızlık olgusudur. Eğer insan bir gün ölecekse ya da hiçliğin içinde varlığını sürdürmeye çalışıyorsa ya da kendi dünyasını oluşturmaya çalışıyorsa veya hiçlikte tek başınaysa bunun anlamı nedir, neden yaşar, nasıl yaşar? Ondan önce belirlenmiş bir modele göre mi yaşayacaktır yoksa kendi modelini mi yaratacaktır? Bu nedenle varoluşçu görüşe göre insan hayatının anlamını bulmalıdır (Yalom, 2014).

Anlam konusu üzerine en çok söz söylemiş varoluşçulardan birisi de Viktor Frankl'dır. Frankl'a göre insan anlam için yaşar ve anlam yaratabildiği ölçüde hayatı yaşamaya değer bulur. Aslında hayat olduğu hali ile anlamsızdır. Anlam üretmek için her zaman potansiyel vardır ancak tek başına anlamı yoktur. Anlam, hür irade kullanılarak, seçim yapılarak ve sorumluluk alarak yaratılır. Frankl (2010), anlamın 3 şekilde ortaya çıktığını ifade etmektedir:

İnsan; ilk olarak ürettikleri ve yarattıklarıyla hayata vererek anlam yaratabilir. İkinci olarak, tüketerek, karşılaştıklarına ilişkin hayranlık ve şükran deneyimleyerek hayattan alarak anlam yaratır. Üçüncü olarak ise, tevekkül göstererek, akışta kalarak, değiştirilemeyen kader ve acı karşısında tutumunu değiştirerek anlam yaratır.

Her insan dönem dönem hayatın anlamsızlaştığını düşünür ya da bir anlamı olmadığını ifade eder. Varoluşçu felsefeye göre bu olması gerektir, insan anlamsızlığı yaşadıkça anlamı yaratır (Frankl, 2010).

Frankl iki tip anlamdan bahsetmektedir; bunlardan ilki anın anlamıdır ikincisi ise nihai anlamdır. Anın anlamı, hayatın içinde insanın karşısına çıkanları görüp bunlardan anlam üretmesidir. Bu yemek yerken dahi gerçekleşebilen bir anlam türüdür. Nihai anlam ise ulaşılması daha güç olan hayat projesidir. İnsan her an anlam üretebilir ancak hayatına yol vermek için daha kapsayıcı bir anlama ihtiyacı vardır. Örneğin iyi bir kariyer gibi, çocuk yetiştirmek gibi insanın orijinal projeleri olmalıdır. İnsan böylece hayata ya da birilerine bir katkıda bulunmaktadır (Frankl, 2010).

Sartre'a göre ise anlam hayattaki en büyük çelişkidir. İnsan sonsuz bir özgürlüğün, boşluğun ve anlamsızlığın içinde yaşar. Bu anlamsızlıktan bir anlam yaratmak zorundadır. İnsan için tinsel olarak anlamsız yaşamak imkânsızken, yine de insan anlamdan yoksun bir halde; anlamdan tamamen yoksun olan bu dünyaya fırlatılır. Bu da varoluşun en büyük çelişkisidir (akt., Van Deurzen ve Adams, 2017).

Anlam hür irade kullanılarak kurgulanır. İnsan, anlam üreterek, özgür olduğunun bilincine varır. Bu nedenle bir sonraki konuda özgürlük olgusuna yer verilmiştir.

### **2.3.2.7. Özgürlük (Freedom)**

İnsan varoluşunun önemli konularından bir tanesi de özgürlüktür, birçok varoluşçu filozof ve terapist bu terim üzerine yazmıştır. Günümüzde özgürlük, olumlu ve uğruna savaşılabilecek bir olgu olarak algılanmaktadır. Ancak varoluşçulara göre insanlar özgürlüklerinden kaçmak ve onları yok saymak üzere hareket etmektedirler. Çünkü özgürlük,

beraberinde seçim ve sorumlulukları da getirir. İnsan için bunlar olmadan yaşamaya çalışmak daha kolaydır (Van Deurzen ve Adams, 2017).

Sartre, özgürlük deyince akla gelen ilk filozoflardan biridir. Sartre için teist ya da ateist olan tüm varoluşçuların ortak konusu özgürlüktür. Bu görüş altındaki ortak konulardan birisi de "varoluş özden önce gelir" (Sartre, 1985: 61) prensibidir. Sartre'a göre varoluşun özden önce gelmesi, kişilerin ilk olarak varlıklarını ortaya koyması ve sonsuz özgürlükleri içinde yaptıkları seçimleriyle özlerini yaratmaları anlamına gelir. İnsan ne olmak istiyorsa o olur, özgürdür ve kendini, özünü yaratan tek varlıktır (Çelebi, 2014; Kayra, 2006). Kişiler, kaderin arkasına saklanamazlar, yaptıkları her şey kendi seçimlerinden olmuştur. İnsan özgür olmaya mahkûmdur, bu dünyaya hiçlikten gelmiştir ve kendisini dilediği şekilde ortaya koyar. Her seçimde bir özgürlük vardır, ne olacağına, ne yapacağını, savaşıacağına ya da savaştan kaçacağına, değerlere uymaya ya da kendi değerlerini yaratmaya kendi özgürlüğünde karar verir (Sartre, 2017).

Sartre'a göre insan, kendini eylemleriyle sürekli yaratan bir varlık olarak kabul etmese de özgürdür. O insan olduğu için özgürdür. Bu nedenle insan, kendisinin seçmediği değerlerle yaşamak yerine, bunları değiştirerek özgürlüğü otantik olarak yaşar (Kayra, 2006).

Esasen, özgürlük, seçim ve sorumluluklar birbirlerine zıt kavramlar gibi görünseler de, birbirlerinin tamamlayıcısıdır. Özgürlüğün ilk adımı seçmektir, seçimler de sorumluluklar getirir (Sharf, 2016). Bu nedenle, özgürlük kavramından sonra seçim ve sorumluluklara değinilmesi bütünlük açısından yararlı olacağı düşüncesiyle, bu kavramlar aşağıda detaylandırılmıştır.

#### **2.3.2.8. Seçim ve Sorumluluk (*Choise and Responsibility*)**

Varoluşçu çerçeveden bakıldığında, hayat seçimlerle ve sorumluluklarla kaplıdır. Burada bahsedilen seçimler sadece birkaç seçenikle karşılaştığında verilmesi gereken kararlar değildir, her an, her dakika insanın seçim yapmasıdır. Örneğin, bir kişi bir yerde oturduğunda bir dakika içinde oradan kalkmayı da, orada oturmayı da tercih etmektedir ya da bir öğrenci bir sınıftayken bir dakika öncesinde öğretmenini dinlerken, birkaç saniye sonra dinlememeyi seçebilir. Burada bahsedilen seçim budur. Sartre bu konuyla ilgili olarak "yapamayacağımız tek seçim, seçim yapmamaktır" (akt., Van Deurzen ve Adams, 2017: 223) demektir. Kısacası

her insan her an seçim yapmak zorundadır. Her seçimin beraberinde getirdiği sorumluluklar vardır.

Sartre seçim ve sorumluluklar hakkında, insanın özgürlüğe mahkûm olduğu için tüm dünyanın ağırlığını omuzlarında bir yük gibi taşımak zorunda olduğunu söyler (Sartre, 2017). Ayrıca insan sadece kendine karşı sorumlu da değildir, diğer insanların da özgürlüklerini bildiği için tüm insanların, diğer tüm insanlara ve dünyaya karşı sorumlu olduğunu söylemiştir (Kayra, 2006; Sartre, 2017). Özgürlüğün sonunda gelen sorumluluk ise zaten olmak zorundadır; reddedilebilen ya da ayrıştırılabilen bir şey değildir. İnsan özgürlüğün ve sorumluluğunun kendisidir (Sartre, 2017).

Varoluşçulara göre seçim ve onların getirdiği sonuçların sorumluluğunu almak, onların arkasında durmak kişiyi otantik kılar. Sorumlu olmak demek, alışkanlık haline gelen durumlara, daha iyi seçimler yaparak ve sahiplenilerek cevap vermektir. İnsan ancak kendine dair seçimlerin sorumluluğunu aldıkça, yaşamındaki olanaklara hükmetmeye başlayabilir. Kendi hayatlarının sorumluluğunu alanlar, niyetleri üzerine düşünen, değerlerini, projelerini hatta duygularını daha dikkatli şekilde yönlendirebilme şansı elde ederler (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017).

Şimdiye kadar bahsedilen tüm kavramlar insanda, korku, kaygı, umutsuzluk gibi pek çok duyguya neden olmuştur. Bu nedenle, bir sonraki konu duygular olarak seçilmiştir.

### **2.3.2.9. Duygular (Emotions)**

Duygular, insan olmanın özünü oluşturan parçalardan birisidir. İnsan hissetmediği sürece tam olarak olamaz. Duygular her zaman dünya ile ilişki sırasında gerçekleşir, insandan dünyaya doğru uzanan bir eylemdir. Duygular diğerlerinin ifade ettikleriyle gelişir ve dış koşullardan soyutlanamaz. Varoluşçu görüşe göre duygular, dünyanın ve diğerlerinin insandaki yankılarını deneyimlemeye denmektedir. Amaç onları baskılamak ya da ortaya dökmek değildir, amaç bu duyguların ne demeye çalıştığını anlamak ve bunu yaşamın bir parçası haline getirmektir (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017). Varoluşçu filozofların duyguların anlamlandırılması üzerine görüşleri vardır.

**Kierkegaard**'a (2011) göre insan varlığında bazı temel duygular barınmaktadır. Bunları genelde kutuplar olarak açıklamıştır, bu duygular umutsuzluk ve kaygıdır. Kaygı,

insanın ölümlü olmasından ve bu dünyada eksik ve günahkâr olmasından kaynaklanır, umutsuzluk ise hayatın tüm gerçekliğinin reddedilmesi ve unutulmaya çalışıldığında hissedilir (Aydoğdu, 2016). Bu şekilde, duygular, ilk kez varoluşun temel bir parçası olarak tanımlanmıştır (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017).

**Heidegger** (1927), "insanın kendini bulduğu durum" kavramını kullanmıştır. Bu kavram, insanın dünyadan ayrı olmadığını ve dünyaya her zaman bir ruh halinde cevap vermesini anlatır. Heidegger, duyguların tesadüfi olgular olmadığını söyleyen ilk kişidir. İnsan varoluşu gereği sürekli bir ruh halinde (stimmung) deneyimlerini yaşar. Heidegger'e göre duyguları yaşamak, insanın dünyayı umursadığının göstergesidir. İnsan duygu halini durduramaz ancak başka duygulara geçebilir (Van Deurzen, 1999).

Şimdiye kadar bahsi geçen kavramların hepsi, çelişkiler ve ikilemler barındırır. Örneğin, ilişkiler ve yalnızlık bir ikilemdir, fırlatılmaya rağmen seçim yapabiliyor olmak varoluşun getirdiği bir gerilimdir. Dünyayı tekinsiz bulmaya rağmen varlığını sürdürmek ve anlam aramak insan için bir çelişkidir. Varoluş, ikilemler ve çelişkiler barındırır. Bu nedenle bir sonraki konu, çelişki ve ikimler olarak seçilmiş ve bu bağlamda detaylandırılması uygun görülmüştür:

### **2.3.2.10. Çelişki ve İkilemler (Paradox and Dilemma)**

İnsan yaşamaya başladığı andan itibaren, ikilemlerin ve çelişkilerin sentezindedir. İnsan doğumu ile artık oluşumu bitmiş bir varlık değildir, insan sürekli olmaya devam eder ve varlığı sırasında da sürekli gerilimlere tabi olur. Örneğin; bir gün öleceğini bildiği halde yaşamaya ve üretmeye devam etmektedir. Tamamen yalnız olduğunu bildiği halde ilişki kurmaya ve diğerleriyle paylaşmaya ihtiyaç duymaktadır. İnsan, başarılı olmak istediği ve o yönde çalıştığı halde sürekli başarısızlık deneyimi ile karşı karşıyadır (Van Deurzen, 2015). Hayatta kalmaya uğraştıkça, gerilimin öteki tarafında kıtlığı, hastalığı yaşama riskini hep barındırır. İnsan, diğerleri tarafından sevmek ister ancak nefret edilip, hor görülme korktuğu için yine kendini diğerlerinden farklılaştırır (Van Deurzen, 2015). Çelişkiler ve ikilemler; yani insanın iki kutup arasındaki gerilimlere tabi olması durumu tüm varoluşçu filozofların ortak konusu olmuştur (Van Deurzen ve Adams, 2017). Varoluşçular için ikilemler ve gerilimler ortak konudur ancak hepsi bu ikilem ve çelişkileri farklı noktalardan ele almıştır. Örneğin, **Heidegger** için bu yaşam ve ölüm arasındaki gerilimdir. Heidegger'e göre (1927), insan daima ölüme yönelik hareket eder. Ölümü, insanlar her gün

deneyimlemektedirler. Her gün biraz daha yaşamaya gayret etmek aslında ölüme doğru yürümektir (akt., Van Deurzen ve Adams, 2017). Bir yerde hayat varsa kaçınılmaz olarak ölüm de olmak zorundadır. Bir insan nerede ve ne zaman yaşayacağını bilmez ama bir gün öleceğini bilir (Sharf, 2016). Kişi isterse ölümü seçebilir, ancak istemese de ölümü yaşamak zorundadır (Sözen, 2012). Bu kişilerde kaygı yaratsa da hayatta anlam yaratmasını kolaylaştırır. Ancak insan varoluşunu ortaya koyamaya devam eder, çelişkisi budur ve çelişkiler, insan olmanın kaçınılmaz halidir.

**Sartre'a** göre ise gerilim, öznelik ve nesnelliktir. İnsan, bir yandan özne gibi özgür ve irade sahibi olmak isterken, bir yandan da nesne gibi sabit, sağlam ve baştan belirlenmiş olmak istemektedir. Ancak insan, hiçlikte var olmuştur ve dünyaya bırakılmıştır (abandonnement), doğumuyla birlikte özgürlüğü ile kendini ve özünü yaratır, ancak tekrar ölür ve tekrar hiç olur. İnsanın çelişkisi Sartre'a göre budur, insan, hiçlikten varlığa ve tekrar hiçliğe döner (Van Deurzen, 1999).

Sonuç olarak nihai çözüm tek kutupta kalmak değildir, makul miktarda esneklik ve özgürlüğe sahip olgun bir birey olabilmek için iki kutbu da kapsayıp aşmak ve ihtiyaca göre kutuplar arasında her noktada olabilme esnekliği geliştirmek gerekir. Bu da ancak çelişkilerin ve ikilemlerin farkında olunarak sağlanabilir. İnsan doğumu ile ailesi tarafından fazlasıyla korunur, çelişkilere, gerilimlere, ikilemlere izin verilmeden ailesi tarafından yetiştirilir. Ancak insanın alanını genişletebilmesi ve kutuplar arasında bir top gibi sektirilmemesi için ikilemlerin tamamını yaşamaya açık olmalıdır. İnsan, tüm kutupları, tüm gerilim ve ikilemleri gördüğü zaman kendisi için tüm seçeneklerin eksilerini ve artılarını tartışabilir ve seçimlerden ve onların sorumluluklarından kaçınmaz (Van Deurzen, 2015). Daha otantik, otonom ve doygun olmayı sağlayan şey, çelişkileri reddetmek veya onları ortadan kaldırmak değildir, onlarla yüzleşebilmeyi öğrenmektir (Van Deurzen ve Adams, 2017).

Varoluşçulukta tüm kavramlar birbirleri ile ilintilidir, yukarıda bahsi geçen ilişkisellik, yalnızlık, diğerlerini umursamak, fırlatılmışlık ve tekinsizlik kavramlarının hepsinin yaşanmasında çelişkiler ve ikilemler konusunda anlatıldığı gibi iki kutup vardır; bu kutupların bir tarafında bu varoluşsal meseleler ya otantik olarak yaşanacaktır ya da diğer kutupta otantik olmama halleri deneyimlenecektir. Bu nedenle aşağıda otantiklik kavramına yer verilmiştir.

### **2.3.2.11. Otantiklik (Authenticity)**

"Davranış, düşünce, duygu ve her türlü deneyimimizi sahiplendiğimiz kendimize ait kıldığımız, hayatımızın yazarlığını ele aldığımız anlara ve durumlara otantiklik denir. Bunun aksine, seçim yapmayı reddettiğimiz, kişisel sorumluluğumuzu almadığımız ve bize ait olanı bizim değilmiş gibi gördüğümüz her an otantik olmama halidir" (Van Deurzen ve Adams, 2017: 221). İnsan hayatı boyunca, birçok döngü yaşar, otantik olmak bu sorumlulukları alabilmektir. Hayatı diğerlerinin ekseninde değil, kendi varlığını ortaya koyarak yaşamaktır. Otantik olmak, hür irade kullanarak seçim yapmak ve bunların sonucuna katlanmak demektir (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017).

#### **2.3.2.11.1. Nietzsche- Üstinsan Kavramı**

Nietzsche, Böyle Buyurdu Zerdüş (1883) kitabında üstinsan ve sürü insanı terimlerini kullanmıştır. Nietzsche'ye göre sürü insanı, eski ahlak sistemini sorgulamadan kabul eden insandır (Sayın, 2013). Sürü ahlakında, ahlak birisi için kötü diyorsa o kişi sorgulamaksızın kötü kabul edilir. Bu da hayatın gerçekliğini görmezden gelmektir. Oysa hayatın gerçekliğinde iyi ve kötü birbirini tamamlar, aralarında bir üstünlük yoktur ya da düşünüldüğü gibi birbirlerinin zıtları değillerdir sadece kavramsal olarak farklılardır. Nietzsche, bu eski sürü ahlakının yıkılmasını ister. İnsan özgürlüğü için kendi değerlerini kendi yaratarak, kendinden önce var olanları sorgulayıp, yıkabilmelidir. Gerekirse, döngülerin olduğu bu dünyada kendi değerlerini yıkıp, bir yenisini yaratmalıdır (Sümer, 2018). Sorgulayan, yıkan, otantik olabilen insan üstinsandır. Ancak her zaman otantik olabilmek mümkün olmadığı gibi her zaman üstinsan olmak da mümkün değildir (Van Deurzen ve Adams, 2017).

Nietzsche'nin diğer kavramı ise kaderine âşık olmak anlamına gelen amor-fatidir. Bu kavramın otantiklik ile ilişkisine aşağıda değinilmiştir.

#### **2.3.2.11.2. Nietzsche- Amor Fati Kavramı**

Bengi dönüş "sınır tanımadan, sonsuza dek her şeyin durmadan yok olup yeniden doğması"dır (Nietzsche, 2011: 56). Kısaca insan hayatındaki döngülere denmektedir. Hayat döngüler barındırır ve insana dair her şey bu döngülerin içinde anlam bulur. Eğer insan ebedi bir bengi dönüş halinde olduğunu idrak ederse, bu oluş ve döngünün içinde sabit, değişmez ve katı bir şeylerin olmadığını kabul edecektir. Her şey yok oluyor ve tekrar yeniden doğuyorsa,

bir gün mutlu, bir gün mutsuz olunabiliyorsa, yağmurdan sonra güneş doğuyorsa, insan böyle bir dünyanın içinde yeni ve değişmeye açık değerler üretecek ve bu döngülerin farkında olan insan, yaşamı bu şekilde kabul edip; sevecektir. Döngüsellik hep devam edecek ve insana dair yeni benji dönüşler oluşacak ancak hiçbirisi yaşam karşıtı bir durum olmayacaktır. Nietzsche'ye göre kaderine âşık olmak budur (Saliya, 2016). Kaderine âşık olan insan, bu dünyadan yakınıp; hayıflanmak yerine döngüleri kabul edip, değerlerini sorgulayan ve yeniden yaratan insandır ve birey ancak bu şekilde otantik olabilir.

### ***2.3.2.11.3. Sartre- Kötü İnanç Kavramı***

Sartre da diğerleri gibi insanın kendi hayatını kendi belirlemesi ve yazması gerektiğini söylemiştir. Kötü inanç (mauvaise foi), kişinin diğerleri tarafından ona atfedilmiş olan ve onun da sorgulamadan verilen rolleri üstlendiği ve sanki kendiliğinin tamamını o roller oluşturuyormuş gibi sahiplenmesine ve bu rollerin dışındaki deneyimleri reddetmesine denmektedir (Van Deurzen ve Adams, 2017). Bu kötü inanç, bireylerin mahkûm oldukları özgürlükten kaçmalarıdır. Sartre, insanların özgürlüğü kazanılmış bir değer gibi görmelerine karşıdır, özgürlük insanların zaten varlıkları gereği sahip oldukları bir durumdur, kötü inanç içerisindeki insan özgürlüğünün farkında olmaz, dolayısıyla ona verilen rollerden çıkıp, kendi hayatının sorumluluğu alamaz. Sartre otantik insan kavramını, özgürlüğünü kabul edip, ona göre seçimler ve sorumluluklarını alan insanlar olarak tanımlamıştır, insan, kötü inançtan çıkmalıdır (Çelebi, 2010).

Varoluşçuluğa göre her şey şimdi ve burada gerçekleşir. İnsan ilişkiyi de, yalnızlığı da, fırlatılmışlığa dair deneyimini de, tekinsizliği de, duyguları da, hatta aradığı anlamı da şimdi ve burada yaşar. Varoluşçu görüşe göre her şey "henüz" gerçekleşmiştir. Tüm bu meselelerin ardından şimdi ve burada olmak kavramına yer vermek konu bütünlüğü açısından uygun olacaktır.

### ***2.3.2.12. Şimdi ve Burada Olmak (Here and Now)***

Zaman, varoluşumuzun tabii olduğu sınırlardan birisidir. İnsan doğumdan ölüm anına kadar bir zamansallıktan geçer; zamanın içinde yaşar. Zamanın farkında olan insan kendi ölümlülüğü ve geçiciliğinin de bilincindedir. Zaman geçen bir süre, harcanan bir an değildir, zaman insanın kendisidir. Doğum ve ölüm arasında geçen sürede, insanın seçeceği her şey kendi sorumluluğundadır (Van Deurzen ve Adams, 2017).



Varoluş sürekli şimdi ve burada oluşur. Kişi geçmişi ve geleceği arasında daima şimdi ve burada yaşar (Taşdelen, 2011). Varoluşçuluğa göre, yaşanan an şimdiki zamandır ve şu anda yaşanılanlar, şu anda yaşananlar kişiye duygularının ve kendiliğinin farkındalığını gösterir. Otantik olmak, anda olabilmektir (Topses, 2012). İnsanın yaşam karşısında zaman boyutunun farkında olması, kaygı ve varoluşsal yalnızlığı ile yüzleşmesini beraberinde getirir. Her zaman insan bugünü yaşar, her zaman şimdi ve buradadır, ne yarındadır, ne de dündedir. Her zaman aktif ve şimdidedir. **Heidegger** için insan sadece şimdiki an için var olmalıdır (Aşar, 2014). Zaten insan "hiçbir neden olmaksızın şimdi ve buradadır" (Aşkın, 2009: 14). **Tillich**'e (1958) göre ise varoluşçulukta hakikat ancak "şimdide" kavranabilir (Çınar, 2007, akt., Bayındır, 2012). Varoluşçuluğa göre otantik kişi, geçmiş ve gelecekte değil "şimdi ve burada" olduğunun farkında olan kişidir (Sakızcıoğlu ve Voltan Acar, 2016).

Fırlatılmışlık ile dünyaya gelen insanın en nihai ve kaçınılmaz sonu ölümdür. Ölüm olduğunda artık bir varlıktan söz edilemez. İnsan, tamamlamak üzere çıktığı bu yolda artık sona gelmiştir. İnsan son kez fırlatılmıştır; o da yaşamdan ölüme doğrudur. Böylece yaşamla başlayan ikilem ve çelişkiler artık sona ermiştir. Bu nedenle, varoluşsal meselelerin anlatıldığı bu bölümün son konusu, hayatın sonu gibi ölüm olarak seçilmiştir. Aşağıda ölüm meselesi, filozof ve terapistlerin de söylemiyle detaylandırılmıştır.

### **2.3.2.13. Ölüm (Death)**

Ölüm konusu insanlık tarihiyle birlikte her zaman gündemde olmuştur, ölüme bakış açısı, ölümün tanımlanması, ölümün nasıl bir deneyim olduğu ve ölümden sonra ne olacağı dinler tarihinde, felsefede ya da bilimsel alanlarda daima tartışılan konulardan biridir.

Varoluşçulukta ölüm kaçınılmaz olan nihai bir kaygı nedenidir. Yalom'a (2014) göre ölüm, kabullenilmesi gereken bir olgudur ve mevzubahis olan şey ölümden ziyade onun getirdiği kaygıdır. Ölüm kaygısının nedeni ölümden kaçmak ve onu yadsımaktır, bir insan ölüm kaygısı ile baş etmek istiyorsa, onunla yüzleşmek ve onu tanımak zorundadır. Bunun yanında Yalom, günlük hayattaki her türlü deneyimin ölümle ilintili olduğunu iddia eder. İnsanın ölüme bakış açısı, inancını, yaşam tarzını ve seçimlerini etkilemektedir. Bireyin herhangi bir kayba tepkisi ölüme verdiği tepkiye benzemektedir (Yalom, 2014). Kaygının bir diğer nedeni de insanın ölecek olduğunu bilen belki de tek canlı olmasıdır, zira insan öleceğini ve bir sonu olacağını bilir, her gün kendisinden bir şey kaybeder ancak tam olarak bu sonun ne zaman geleceğini bilemez. Her an yok olma olasılığı karşısında yaşamaya devam

etmektedir. Bu nedenle ölüm kaygısı kaçınılmaz olandır (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017).

Ölüm insan varoluşunun sonunu ifade etse de, aynı zamanda insan hayatını anlamlı kılar, insan sonluluğunun bilincinde olduğu takdirde seçimlerini ve özgürlüğünü daha fazla ele alır. Ölüm konusunda akla gelen ilk düşünürlerden Heidegger (1927), ölümü şöyle tanımlamıştır ve bu tanım, ölüme karşı varoluşçu bakış açısının özeti niteliğindedir:

*"Eğer ölümü hayatıma alırsam, onu kabul edersem ve onunla doğrudan ve cesurca yüzleşirsem, o zaman kendimi ölüm kaygısından ve hayatın küçük işlerinden özgürleştireceğim - ve ancak o zaman kendim olmak konusunda özgür olacağım"* (akt., Van Deurzen ve Adams, 2017: 222).

Varoluşçulara göre ölüm yenilmesi gereken bir hastalık değildir, varoluşu otantik bir biçimde ortaya koyabilmek için ölüm kabullenilmesi gereken bir olgudur (Karakuş, Öztürk ve Tamam, 2012). Ölüm konusunda çoğu düşünürün bir görüşü vardır ve onlar şu şekildedir:

Heidegger'e göre ölüm her koşulda yalnızca bireyin kendisine aittir, kimse bir başkası için ölemez ya da onu bu sondan kurtaramaz, ölüm bireyseldir ve kişiye aittir (Heidegger, 2011).

Jaspers (1932) ölüm olgusu için, kaçınılamayan ya da kurtulması mümkün olmayan bir Tanrı vergisi olduğunu ifade etmektedir. Ölüm ile insanın projeleri ve planları sona erer, varoluşu artık katılma noktasındadır (akt., Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017). Frankl da Jaspers'e benzer şekilde, insanın planlarının ve yazdığı hikâyesinin bitmesi olarak ifade eder ancak o, bunu bir fırsat olarak görmektedir. Çünkü Frankl'a göre hayatın geçiciliği hayata anlam katar. Ölüme kadar yazılan hayat hikâyesi insanın eşsizliğini gösterir ve ölüm hikâyesinin sonu olarak büyük bir öneme sahiptir (Frankl, 2010). Frankl, ölümü reddetmeyi de açıklamıştır. Günümüzde ölüm gerçekliği reddedilir. Sürekli genç kalma isteği gibi durumlar aslında hayatın gerçeğini reddetme çabasından başkası değildir (Frankl, 2010).

Sartre (1958), tüm bunlardan farklı olarak ölümün insan varoluşunun saçma olduğunun en gerçek kanıtı olduğunu iddia eder. Zira Heideggerci görüşün dediği gibi ölümü kabul edip bir proje haline getirmek ve hayatı anlamlı kılmak için kullanmak mümkün değildir. Ölüm daima hayatın dışında bir olgudur, yalnızca başkasının bakış açısına göre deneyimlenebilir. Bu nedenle eğer ölüm öngörülmeye çalışılırsa o zaman insan kendi-için-varolmak yerine başkası-için-varolur (akt., Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017).

İnsanlar bu en nihai gerçek olan ölüme yönelik bazı stratejiler geliştirmektedirler: Tillich'e (1967) göre bu, insanın ölümü çok uzaklarda düşünmesidir, insan uzun yıllar sonra öleceğini varsayarak yaşar. Jaspers'e (1932) göre, ölüme karşı mantıklı tavır sergileyerek bireyin kendisini rahatlatmaya çalışmasıdır, örneğin, insan öldüğünde bunu bilemeyeceğini ve bu nedenle ölümün bir önemi olmadığını savunur. Ya da insan ölümü dinlendirici ve huzurlu bir uyku olarak düşünmektedir. Farber'a (2000) göre bireyler ölüm karşısındaki belirsizliği yenmek ve kontrolü ele almak için intiharı tercih ederler (akt., Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017: 133). Bunların yanında ise birey, ölüme karşı çıkarak, işkolik olmak, kibirlilik göstermek ya da aşırı kontrol göstermek gibi belirsizlik yumağı olan ölümü kontrol etmeye çalışarak ölümlü başa çıkmaya çalışmaktadır (Yalom, 2014).

Heideggerci düşünceye göre bu tarz savunma stratejileri kısa süreli işe yarasa da uzun süreli düşünülünce insana zarardan başka bir şey vermez, zira insan sahtelikler içinde kalır ve bugününü anlamlı kılamaz (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017).

## **2.4. SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE VAROLUŞSAL MESELELERİN İLİŞKİSİ**

Sosyal medya kullanımı ile varoluşsal meselelerin ilişkilerinin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Genellikle yapılan çalışmalar sosyal medyanın kullanım amaçları ya da sosyal medyanın etkileriyle ilgilidir. Bu nedenle yapılan çalışmalar ile varoluşçu meseleler arasında doğrudan değil dolaylı bir ilişki kurulmuştur.

### **2.4.1. Sosyal Medya Kullanımı ve Varoluşsal Meseleler: Yapılan Çalışmalar**

#### **2.4.1.1. Sosyal Medya ve İlişkisellik**

Usluel, Demir ve Çınar, 2014 yılında 236 sosyal ağ kullanıcısının katılımıyla uyguladıkları sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinde kullanıcıların sosyal medyayı "iletişimi başlatma, iletişim kurma ve iletişimi sürdürme" amaçlı kullandıklarını saptamışlardır (Usluel, Demir ve Çınar, 2014). Karal ve Kokoç'un 2010 yılında 316 sosyal ağ kullanıcısıyla uyguladıkları sosyal ağ kullanım amaçları ölçeğinde "sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanım ve tanıma ve tanınma amaçlı kullanım" sonuçları rapor edilmiştir (Karal ve Kokoç, 2010). Vural ve Bat, 2010 yılında 319 üniversite öğrencisi ile yaptıkları bir çalışmada kullanıcıların %6,9'nun sosyal ağları yeni arkadaş bulmak ve %18,5'inin çevrimiçi sohbet etmek için kullandığını saptamışlardır (Vural ve Bat, 2010). Bu bilgiler ışığında, sosyal medyanın kullanım amaçları arasında ilişkiselliğin önemli bir yeri vardır. Bu

nedenle, sosyal medya kullanımında varoluşsal anlamda ilişkiselliğin etkisi olduğunu düşünülmektedir.

#### ***2.4.1.2. Sosyal Medya ve Yalnızlık***

Doğan ve Karakuş, 2015 yılında Bolu ilinde 496 lise öğrencisi ile yaptığı, bireylerin sosyal, aile ve romantik ilişkilerindeki yalnızlıklarının sosyal medya kullanımını yordamaya yönelik çalışmasında romantik ve aile ilişkilerinde yalnızlığın sosyal medya kullanımını yordadığı ancak sosyal ilişkileri yordamadığı sonucuna ulaştıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, romantik ve aile ilişkilerindeki yalnızlık ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu rapor edilmiştir (Doğan ve Karakuş, 2016). Karakoç ve Taydaş (2013), 2012-2013 yılları arasında Cumhuriyet Üniversitesinde öğrenim gören 400 kişinin katılımıyla gerçekleşen ve yalnızlık ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin yordanması amacıyla yaptıkları araştırma sonuçlarına göre, yalnız hissetmeyen kişilerin sosyal ağları daha sık kullandıkları sonucuna ulaştıklarını belirtmişlerdir. Kişiler, yarattıkları sanal ortamda kendilerini yalnız hissetmemektedirler. Yapılan araştırmalar, internet ve sosyal medya kullanımının yalnızlık ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Günlük hayatta yalnız olduğunu düşünen bireylerin sosyal medyayı daha sık kullanmalarının varoluşsal yalnızlıkla ilişkisi olduğu düşünülmektedir.

#### ***2.4.1.3. Sosyal Medya ve Diğerlerini Umursamak***

Vural ve Bat, 2010 yılında 319 üniversite öğrencisi ile yaptıkları bir araştırmada kullanıcıların sosyal ağları "arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek" amacı için kullandığı sonucuna ulaştıklarını rapor etmişlerdir. Köseoğlu 2012 yılında üniversite öğrencilerinin Facebook kullanım motivasyonlarını anlamak amacıyla 408 kişinin katıldığı bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada kişilerin Facebook'u "başkalarının ilişki durumlarını okumak, ilişki durumunu ilan etmek, başkalarının profil sayfalarını okumak, Facebook'taki son dedikodulara ulaşmak, profil sayfası yoluyla kendini ifade etmek, gruplara üye olmak/ gruptan gelen haberlere ulaşmak, olup bitenden geri kalmamak, günceli takip etmek" amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşmıştır (Köseoğlu, 2012). Bu sonuçların, daha önce varoluşsal meseleler bölümünde anlatılan ve Heidegger'in das Man olarak adlandırdığı diğerlerini umursamak konusuyla ilişkili olduğu düşünülmektedir.

#### ***2.4.1.4. Sosyal Medya ve Çelişkilerin İlişkisi***

Sosyal medyanın iletişimle ilişkisinin incelendiği bir araştırmada, öğrencilerin en çok tercih ettiği kitle iletişim aracının internet ve sosyal medya olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak aynı araştırmada, öğrenciler, internetin güvenilirlik seviyesinin orta derecede bulduklarını ifade etmişlerdir (Karakoç ve Taydaş, 2013). Burada tercih edilme ve güvenilir bulmama arasında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrenciler, güvenilirliğini yeterli bulmamalarına rağmen iletişimde sosyal medyayı tercih etmektedirler (Karakoç ve Taydaş, 2013). Toruk ve Sine, 2015 yılında sosyal medya gücü ile insanların değer yargıları arasındaki ilişkiyi anlamak amacıyla 11 kişi ile nitel bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada, "bireylerin sosyal medyanın gücüne inandığı, normalde yapılmayan şeylerin sosyal medyada kolayca yapılabildiği" sonuçlarına ulaşmışlardır. Çalışmalarda, insanların sosyal medyaya güvenmedikleri, büyük bir kontrolsüzlük içinde buldukları ve sosyal medyanın yaptırım gücünün bulunduğu sonuçlarını rapor etmişlerdir. Ancak buna rağmen sosyal medyayı kullanmaya devam etmektedirler. Varoluşçuluktaki görüşe göre hayat daima ikilemler ve çelişkiler barındırmaktadır. En genel haliyle yalnız olduğunu bilerek ilişki kurar ya da öleceğini bilerek yaşamaya ve anlam üretmeye devam etmektedir (Van Deurzen ve Adams, 2017). Bu veriler ve bu görüşler ışığında sosyal medyada da insanların hayatta olduğu gibi çelişkiler gösterdikleri, çelişkilere rağmen sosyal medyada buldukları görülmüştür. Bu nedenle sosyal medya kullanımı ve çelişkilerin arasında bir ilişki bulunduğu düşünülmektedir.

#### ***2.4.1.5. Sosyal Medya ve Fırlatılmışlık***

Sosyal medyada sınırsız ve kontrolsüz bir alan vardır, kişiler pornografik ve şiddet içerikli görsellere istemeseler de ulaşmaktadırlar. Bu insanları bekleyen riskli ve olumsuz bir süreçtir (Peker, Eroğlu ve Ada, 2012). Karahisar, 2014 yılında 150 çocuğun katılımı ile "internet ortamında çocukları bekleyen riskleri anlamak" amacıyla yaptığı bir çalışma yapmıştır. Karahisar, araştırmaya katılan çocukların %46,7'sinin internet kullanırken cinsellik unsuru taşıyan görsel ve videolarla, %46,7'lik kesimin ise internet kullanırken şiddet içeren yazı, görsel ve videolarla karşılaştıkları sonucuna ulaşmıştır. Heidegger'e (1927), insanın yaşamda başına gelen bazı şeylerin onun kontrolü dışında geliştiğini söyler ve buna fırlatılmışlık adını verir (akt., Van Deurzen ve Adams, 2017). Bu veriler, insanların hayatlarında fırlatıldıkları gibi sosyal medyada fırlatıldıklarını ve kontrolleri dışında bir şeylerin gerçekleştiğini düşündürmektedir. Bu nedenle sosyal medya ve fırlatılmanın ilişkisi olduğu düşünülmektedir.

#### **2.4.1.6. Sosyal Medya ve Tekinsizlik**

Kontrolü zor olan sosyal medyada, kimsenin görmediğinin de rahatlığı ile insanların zorbalığa daha kolay başvurduğu ifade edilmektedir. Dilmaç ve Aydoğan'ın 2010 yılında yaşları 13 ila 15 arasında değişen 300 öğrenci ile yaptıkları bir araştırmada, sosyal medya kullanıcısı olan bu öğrencilerin %19,6'sının siber zorba, %56,2'sinin ise siber kurban olduklarının ortaya çıktığı ifade edilmiştir. Varoluşçu görüşe göre, dünya insan için tekinsizdir, insan kendini güvende hissetmez, dünyaya yabancıdır. Bu nedenle ilişkisellik içindedir, yaşadığı yeri tanıdık yapmaya çalışır ve çoğunluk dünyada kalmaya devam eder (Gündüz, 2015; Sabancı 2018). Bu da insanın tekinsizliğe rağmen sosyal medyada kalmayı sürdürdüğünü düşündürmektedir. İnsanlar, hayatın tekinsizliğini sosyal medyada da yaşamaktadır. Tekinsiz olan hayatta yaşamaya devam ettikleri gibi, sosyal medyada da varlıklarını göstermeye devam etmektedirler. Bu veriler ışığında bireylerin, tekinsiz buldukları sosyal medya alanına rağmen orada kalmaya devam ettikleri ve ilişkisellik ile orayı tanıdık yapma eğilimi gösterdikleri düşünülmektedir.

#### **2.4.1.7. Sosyal Medya ve Otantiklik**

Sosyal medyada bireyler, üyesi oldukları platformlarda, sürekli kendilerine ait bilgileri paylaşarak, toplumsal görünürlük elde etmeye çalışmaktadırlar. Bireyler, sosyal medyada tüketim alışkanlıklarını ve ilişkilerini istedikleri gibi kurgulayarak görseleliğe dayalı yeni bir kimlik oluşturmaktadırlar (Özdemir, 2015). Ertürk ve Eray, 2016 yılında 339 üniversite öğrencisi ile yaptıkları bir araştırmada, kişilerin sosyal medyayı "özel etkinliklere dair fotoğraf paylaşmak, yaşantılardan kesitler paylaşmak, dikkat çekmek için paylaşımda bulunmak, beğendiği yaşam biçimini paylaşmak, ben böyleyim vurgusu için paylaşımda bulunmak ve idealize ettiği kişi gibi görünmek için" kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Varoluşçu düşünceye göre otantiklik, her türlü duygu, düşünce ve deneyimlerin sahiplenmesi durumuna denmektedir. Kişi ancak varlığını olduğu gibi kabul edip; "yaptıklarım bana dair" diyebildiğinde otantik bir insan olur ve varoluşuna uygun yaşar (Van Deurzen ve Adams, 2017). Sosyal medyada paylaşılan ideal benliklerin, varoluşçu anlamda otantiklik ile ilişkisi olduğu düşünülmektedir. Sadece iyi ve güzel olanın paylaşılması iyinin de kötünün de kabullenildiği otantiklik kavramına uymamaktadır. Bu nedenle sosyal medya ve otantiklik arasında bir bağ olduğu düşünülmektedir. İnsan fiziksel dünyasında olduğu gibi sosyal medyada da bir kimlik inşa eder, bu kimliğin ne kadar kişinin kendini yansıttığı, ne

kadar yansıtmadığı otantiklik olgusunun sosyal medyada da kendisini gösterdiğini düşündürmektedir.

#### **2.4.1.8. Sosyal Medya ve Duygular**

Varoluşçu görüşe göre insan sürekli bir duygusallığın içindedir, daima dünyaya bir duygu gönderir ve ondan bir duygu alır, duygularını değiştirebilir ancak engel olamaz (Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017). Sosyal medyanın da bu nedenle duygulardan izole bir şekilde kullanıldığı düşünülemez. Sosyal medyanın insan hayatına girmesiyle birlikte, beraberinde bazı olumlu ve olumsuz durumları da getirmiştir. Onlardan biri siber zorbalıktır. "Siber zorbalık, bir kişi ya da grubun bir başka kişi ya da gruba zarar verme bilinciyle, bilgi iletişim teknolojilerini (bilgisayar, internet ve cep telefonu) kullanarak tekrarladığı davranışlardır" (Arıcak, 2015: 74). Siber zorbalığın yapılma nedenleri arasında, "intikam alma duygusu, farklı görüşlerden kişileri cezalandırma arzusu, popüler olma arzusu, düşük özgüven ve özsaygı, aile içinde yaşanan sorunlar" olduğu bilinmektedir (Arıcak, 2015). Siber zorbalıkta, tensel bir zarar olmamasına rağmen, kişiler psikolojik zararlar görmektedirler. Zorbalığa maruz kalan kişilerde, depresyon, benlik saygısı, korku, üzüntü, hayal kırıklığı gibi duygular yoğun olarak yaşanmaktadır (Hinduja ve Patchin, 2005, akt., Erdur-Baker ve Kavşut, 2007). Sosyal medyada kişiler, savaş oyunlarıyla öfkelerini yansıtır, siber zorbalıkla duygularını bir şekilde göstermek isterler. Oradan etkilenir veya orayı etkilerler, tıpkı varoluşsal tanımda, duygunun dünyayı, dünyanın da duyguyu etkilemesi gibi. Bu nedenle sosyal medyada ve duyguların ilişkili olduğu düşünülmektedir.

#### **2.4.1.9. Sosyal Medya ve Özgürlük**

İnsanlar, sosyal medyada fikirlerini özgürce ifade edebilmektedirler; diğerleriyle tartışabilir ve duygularını paylaşabilirler (Vural ve Bat, 2010). Sosyal medya ve özgürlük kavramı özellikle Arap Baharından sonra gündeme gelmeye başlamıştır. Arap Baharında sosyal medya üzerinden örgütlenmeler dikkat çekmiştir ve sosyal medyanın gücünü göstermiştir (Babacan, Haşlak ve Hira, 2011). Bunların yanı sıra insanlar, istediklerini kurgulayarak ya da istediklerini paylaşarak, dilediklerinde istemediklerini görmezden gelerek sosyal medyada bir özgürlük yaşamaktadırlar. 2018 yılında 151 üniversite öğrencisi ile sosyal medya kullanımına yönelik motivasyonların anlaşılmasına çalışıldığı bir araştırmada, kullanıcıların sosyal medyayı "belirli bir karakter sınırı olmadan fikirleri özgürce ifade edebilme, yüz yüze iletişime göre daha rahat hissetme, sıkıcı insanlardan kurtulmayı sağlama"

motivasyonlarıyla kullandıkları sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Öğrenciler, sosyal medyada kendilerini yargılanma olmadan daha rahat hissedebilmektedirler (Yayla, 2018).

Varoluşçu görüşe göre özgürlük uğrunda çabalanması gereken bir olgu değildir, insanlar özgür doğmuşlardır ve özgürlüklerini kabullenmek zorundadırlar (Van Deurzen ve Adams, 2017). Günümüzdeki özgürlük ile varoluştaki özgürlük kavramları birbirlerine çok benzemese de, varoluştaki özgürlüğün reddi ya da kabulü sosyal hayattaki özgürlükte de kendini gösterir. Bu nedenle, sosyal medya kullanımı ve özgürlük olgusunun ilişkili olduğu düşünülmektedir.

#### ***2.4.1.10. Sosyal Medya ve Seçim ve Sorumluluk***

Sosyal medyada gerek sosyal ağlar olsun, gerek sanal dünyalar, çevrimiçi oyunlar olsun bireyler orada kendilerini gündelik hayata göre daha az sorumlu hissederler. Anonim kimliklerin arkasında özgürce yazdıkları fikirlere dair bir sorumluluk hissetmezler. Belki de bu yüzden siber zorbalıklar artmaktadır ya da savaş oyunlarına ilgi devam etmektedir (Erdur-Baker ve Kavşut, 2007). Life gibi ya da The Sims gibi gerçek hayatın sanal ortama aktarıldığı oyunlarda, bireyler gerçek hayatta yapamadıkları şeyi orada yapabilirler, evleri, arazileri, ilişkileri ya da farklı cinsiyetleri vardır. Kişiler hızlı ve plansız şekilde istediklerini tasarlayabilirler. Gerçeğe yakın sanal dünyalar gibi oyunlarda kazanmak ya da kaybetmek yoktur, herhangi bir zorunluluk veya sorumluluk yoktur. Kişiler, kimliklerini değiştirip, kendilerini istedikleri gibi ifade edebilirler (Ayvaz, 2007).

Torun, Akçay ve Çoklar, 2015 yılında 444 ortaokul öğrencisiyle yaptıkları, sosyal medya kullanımının etkilerinin yordandığı bir çalışmada, katılımcıların, bilgisayar oyunlarının kendilerini farklı bir dünyada gibi hissettirdiğini ifade ettiklerini belirtmişlerdir. Yayla, 2018 yılında sosyal medya kullanımına yönelik motivasyonları anlamaya çalıştığı bir çalışmada, kullanıcıların sosyal medyayı iş, okul ve çevredeki sorunlardan uzaklaştırması sebebiyle kullandıklarını saptamıştır (Yayla, 2018). Sosyal medyada bireyler, gerçek hayatın sorumluluklarından kaçmaya çalışırlar oysa varoluşçu görüşe göre, insan her an seçim yapar ve o yaptığı seçimlere göre de sorumlulukları vardır. Oysa sosyal medyada ortamında bireyler istedikleri zaman ekranı kapatmakta özgürdürler. Bu nedenle sosyal medya kullanımı ile seçim ve sorumlulukların kabulünün ya da reddinin ilişkisi olduğu düşünülmektedir.



#### ***2.4.1.11. Sosyal Medya ve Ölüm ve Anlam İlişkisi***

Bireylerin sosyal medyada varlıklarını göstermesi, paylaşım yapması, orada görünür olmak istemesi, yaptığı her şeyi paylaşmak istemesi onların ölüm kaygısını reddetmeye çalıştıklarını düşündürmektedir. Yapılan bir çalışmada, 500 kişilik örneklemin %53,6'sının sosyal medyayı kişisel sunum ve paylaşım yapmak için kullandıkları sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir (Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013). Bir başka çalışmada da, bireyler sosyal medyayı, onlara anlamlı gelen şeyleri, içinde buldukları durumları, fotoğraflarını ve özel olarak ilgilendikleri şeyleri paylaşmak amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir (Türten, 2018). Firestone'a (1994) göre bireyler, ölümün ıstırabını hafifletmek için, varlıklarını daha fazla göstermek istemektedirler (akt., Van Deurzen ve Arnold-Baker, 2017). Ya da Frankl'a göre hayatın geçici olduğunu kabullenmeyen insanlar, hayatın gerçekliğini reddetmek için kendilerince çeşitli durumlara sarılırlar (Frankl, 2010). Bu nedenle insanların fotoğraflarla, hayatlarında her olanı oraya yazmak istemelerinin altında paylaşımlarının altında en nihai kaygı olan ölümün getirdiği yok oluş ve kaybın reddedilmesi olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak yapılan bu çalışmalara bakıldığında ve varoluşsal meseleler incelendiğinde sosyal medya dünyasının da insan varoluşundan ayrı düşünülmeceği kanısına varılmaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YÖNTEM

Bu bölümde araştırmada kullanılan araştırma tekniği, evren ve örneklem seçimi, örneklemeler hakkında bilgi, uygulanan analiz yöntemi, araştırmanın geçerlik, güvenilirlik ve etik hassasiyeti gibi yönleme dair konulara yer verilmiştir.

#### 3.1. Bu Çalışmada Nitel Araştırma Yönteminin Tercih Edilmiş Olmasının Nedeni

Nitel araştırmaların tam bir tanımını yapmak zordur. Bu konu ile ilgilenen birçok araştırmacı net tanımlar yapamamışlardır. Örneğin, Merriam (1998), nitel çalışmalarını birçok bilimsel soruyu etrafında topladığı için şemsiye bir kavram olarak nitelendirir (akt., Bayyurt ve Seggie, 2015). Ancak en genel haliyle nitel araştırmalar, gözlem, doküman analizi ve görüşme gibi tekniklerle toplanan verilerin, doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül olarak ortaya konulmasına denmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). 1967 yılında Graser ve Strauss'un öne sürdüğü yaklaşımla, sosyal bilimlere yeni bir bakış açısı getirilmiştir. Graser ve Strauss, o zamana kadar bilim dünyasında hâkimiyetini sürdüren geleneksel yöntemlerin sosyal olguları araştırmada yetersiz oldukları görüşünü savunmuşlardır. Geleneksel yöntemler, istatistikî verilerle sonuçların, evrensel olarak değerlendirilmesine dayanır. Oysa sosyal olgular bir evrene genellenemezler, değişkenlerdir, durağan olamazlar ve zaman içinde değişirler (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Böylelikle nitel araştırmaların, bilimsel araştırmalar dünyasında sosyal bilimciler tarafından kullanılmaya başlanması 1960'lara dayanmaktadır. Psikoloji alanında ise bu araştırma yöntemi kendine 1990'larda yer bulmuştur (Tanyaş, 2014).

Nitel araştırma geleneğine tepki olarak ortaya koyulan nitel araştırma yönteminin savunucuları, nicel araştırmaları hipotezlerin test edilme amacının yeni olguların ortaya çıkmasını engelliyor olması, istatistikî verilerle nicel değişkenler arasında kurulmaya çalışılan ilişkilerin ara süreçleri görmezden gelmesi, bireysel farklılıkların bir gruba genellenmesi ve veri toplama sürecinin sınırlılıkları ve yanlılıklarının üstünün örtülmesi sebebiyle eleştirmektedirler (Tanyaş, 2014). Nitel araştırmaların, nicel araştırmalardan farklı olan hedef noktası, alana ve araştırmalara yeni bir bakış getirmiş ve araştırmacıları bu alana yönlendirmiştir. Ezzy'e (2013) göre, bu araştırma yöntemi, üretebildiği bilginin türü bakımından daha derinlemesine sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (akt., Bayyurt ve Seggie, 2015).

Nitel araştırmaların en önemli özelliği hayat deneyimlerinin derinlemesine incelenmesini sağlamasıdır (Smith, Flowers ve Larkin, 2009). İnsanların anlam ve mantık örüntüsü çerçevesinde gerçeği nasıl algıladıkları, bu algılara ilişkin deneyimleri nasıl yorumladıkları araştırmaların temelini oluşturur (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu araştırmada da katılımcıların sosyal medya kullanımlarının altında hangi varoluşsal meselelerin olduğunun derinlemesine araştırılması için nitel araştırma yöntemin uygun olacağı görülmüş ve bu nedenle tercih edilmiştir.

### **3. 2. Yorumlayıcı Fenomenolojik Analiz Kullanılmış Olmasının Nedeni**

Bu araştırmada nitel araştırma desenlerinden yorumlayıcı fenomenolojik analiz (YFA) (İng: interpretative phenomenological analysis-[IPA]) kullanılmıştır. YFA, insanların yaşantılarını anlamlandırabilmelerinin incelenmesi için yapılan nitel araştırma desenlerinden birisidir (Smith ve ark., 2009).

YFA'nın kökeni filozof Edmund Husserl'in fenomenolojiye dönüş çağrısına dayanmaktadır. Dönemin yaygın pozitivizm görüşünün iddia ettiği "gerçekliğin ancak nesnellikle elde edilen bilimsel ve doğrulanmış verilerle açıklanacağı" görüşüne karşın Edmund Husserl, deneyiminin gerçekliğin kaynağı olduğunu ve bir şeyi anlamlandırmak için deneyimin nasıl algılandığının araştırılması gerektiğini söylemiştir (akt., Sart, 2015).

YFA'nın felsefi kökeni geçmişe dayansa da bilimsel bir çalışmada araştırma yöntemi olarak kullanılması o kadar da eskiye dayanmamaktadır. YFA, bir araştırma modeli olarak psikoloji ve sağlık alanında çalışan Jonathan Smith'in (1996) çalışmaları sonucunda kullanılmaya başlanmıştır. O zamandan beri YFA özellikle klinik psikoloji başta olmak üzere sosyal psikoloji ve eğitim psikolojisinde de kullanılmaya devam edilmektedir (Smith ve ark., 2009).

YFA'yı fenomenolojik yapan unsur, kişilerin deneyimlerine odaklanmasıdır. Fenomenoloji, dünyadaki deneyimlerimizin neye benzediğini anlamaya çalışır. Fenomenoloji metodu ise temelinde, yaşanılan deneyimlerin nasıl incelenmesi gerektiğini ve bunların anlaşılması hakkında fikir verir (Smith ve ark., 2009). Ve bu sebeple görüşmeleri, önceden belirlenmiş kategorilere göre değil, deneyimin kendi ifadeleriyle incelenmesini amaçlar. YFA, aynı zamanda fenomenolojik sorgunun başlangıcından itibaren yorumlamayı da beraberinde getirir. "Biggerstaff ve Thompson'a (2008) göre, bir bireyin iç dünyasına erişmek mümkündür

ama bu sadece dikkatli ve belirgin bir yorumlayıcı metodoloji yoluyla yapılabilir" (Sart, 2015: 70). YFA, görüşmecileri konumlandırmadan ve genel iddialara geçmeden önce, her bir görüşmeyi ayrıntılı inceler (Smith ve ark., 2009). Ayrıca, YFA ile araştırmacılar, hipotezlerini doğrulamak ya da çürütmek için uğraşmazlar ancak analiz sonuçlarının, gelecek araştırmalarda yeniden tartışılmasına ve sorgulanmasına olanak sağlarlar (Smith ve Osborn, 2008, akt., Sart, 2015).

YFA, evrensel geçerlilik sağlama amacıyla nomotetik olmayıp, kişi ya da vakanın derinlemesine anlaşılmasını sağlaması amacı taşıması ile idiyografiktir (Smith ve ark., 2009). Bu çalışmada amaç, bireylerin sanal ortamda kendilerini sosyal medyada var etme şekillerini incelemek ve sosyal medyayı kullanma amaçlarının altında yatan varoluşçu meselelerin etkisini anlamaya çalışmaktır. İdiyografik olması sebebiyle ve yukarıdaki literatürle de desteklenerek, uygun görülen araştırma deseni nitel araştırma desenlerinden yorumlayıcı fenomenolojik analizdir.

### **3. 3. Evren ve Örneklem Büyüklüğü**

Nitel araştırmalarda, nicel araştırmalarda olduğu gibi amaç belirli bir evrene genelleme yapmak değil, konuyu derinlemesine incelemek ve tüm ayrıntılarını anlamaya çalışmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Yine nitel araştırmalarda, nicel araştırmalarda olduğu gibi örneklem büyüklüğünü hesaplamının belli bir metodu yoktur, örneklem büyüklüğü araştırmanın odağına ve araştırmacının ihtiyaçlarına göre belirlenir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016).

Nitel araştırmalarda örnekleme dâhil edilecek bireylerden alınması beklenen verinin derinliği ve genişliği örneklem büyüklüğü ile ters orantılıdır. Katılımcılardan alınan verilerin büyüklüğü arttıkça, katılımcı sayısı da azaltılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Nitel veri analizi ile tek bir katılımcı hakkında çok şey öğrenilmesi amaçlanır (Smith ve ark., 2009).

YFA için örneklem büyüklüğünün kaç olması gerektiği konusunda doğru bir yanıt yoktur. Az sayıda katılımcıyla, bu katılımcıların her deneyimine bolca vakit ayırmaya çalışmak amaçlanır ve benzerliklerin daha detaylı şekilde ortaya çıkması için gruplar homojen olarak seçilir (Sart, 2015). Yine de yüksek lisans ve doktora öğrencileri için uygun görülen

aralık 3 ile 10 görüşmeci arasındadır (Smith ve ark., 2009). Araştırmanın doğasına uygun olarak bu çalışmada da örneklem büyüklüğü 10 alınmıştır. Aşağıdaki tabloda katılımcıların isim, yaş ve eğitim bilgileri verilmiştir (bkz. Tablo: 2).

**Tablo 2.** Katılımcıların Özellikleri

KATILIMCILAR	İSİM	YAŞ	EĞİTİM
K1	Ayşen	21	Üniversite 3. sınıf öğrencisi
K2	Derya	23	Üniversite 4. sınıf öğrencisi
K3	Elif	22	Üniversite 3. sınıf öğrencisi
K4	Fahriye	22	Üniversite 3. sınıf öğrencisi
K5	Hazal	22	Üniversite 4. sınıf öğrencisi
K6	Merve	20	Üniversite 2. sınıf öğrencisi
K7	Reyhan	22	Üniversite 4. sınıf öğrencisi
K8	Selda	22	Üniversite 3. sınıf öğrencisi
K9	Sema	22	Üniversite 4. sınıf öğrencisi
K10	Yeşim	22	Üniversite 4. sınıf öğrencisi

### 3. 4. Örneklem Tekniği

Bu araştırmada olasılığa dayalı olmayan örneklem tekniklerinden uygun örneklem ve amaçlı örneklemin bir alt tipi olan ölçüt örnekleme kullanılmıştır.

Olasılığa dayalı olmayan örneklem türlerinden birisi olan uygun örneklem, araştırmacının kolay ulaşabileceği, zaman, para, ulaşım, izin ve işgücü kaybı gibi durumların asgari durumda yaşanarak veri toplanmasını amaçlayan örneklem türlerinden biridir (Büyüköztürk ve ark., 2016).

Genellikle nicel araştırmalarda kullanılan olasılığa dayalı örneklem yöntemlerinin aksine amaçlı örneklem yöntemleri, nitel araştırma geleneği içinde kullanılmaya başlanmıştır. Patton'a (1987) göre, olasılığa dayalı olan örneklem yöntemlerinde evrene genelleme yapılması amaçlanırken, amaçlı örneklemede ise zengin bilgi içerdiği düşünülen durumların derinlemesine incelenmesine olanak sağlanmaktadır (akt., Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Amaçlı örneklemenin alt tipi olan ölçüt örneklemede ise önceden belirlenmiş ölçütlerin çalışılması amaçlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Ölçütler, belirli özelliklere sahip kişiler, nesnelere ya da yaşanan olaylardan oluşturulabilir (Büyüköztürk ve ark., 2016). Bu ölçütler, araştırmanın konusu itibari ile araştırmacı tarafından oluşturulur (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Bu çalışmada da ölçüt, katılımcıların sosyal medya araçlarını kullanmış olması ve internette birden fazla çevrimiçi hesap kullanma deneyimine sahip olması olarak belirlenmiştir. Uygun örnekleme seçimi ise, Hasan Kalyoncu Üniversitesinde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilere, araştırmacı tarafından ilgili çalışma hakkında bilgi verilerek duyuru yapılması ve araştırmacıya olumlu dönüş yapan kişilerin katılımı şeklinde gerçekleştirilmiştir. Örneklemeler, belirli ölçütleri sağlayan Hasan Kalyoncu üniversitesi lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilerden gönüllülük esasına dayalı olarak seçilmiştir.

### **3. 5. Veri Toplama Araçları**

Görüşme, araştırmacının katılımcılara açık ya da kapalı uçlu sorular sorularak yapılan bilgi toplama yöntemidir (Buran, 2015). Görüşme, hipotezlerin test edilmesi amacıyla yapılan bir değerlendirme süreci değildir; görüşme, insanların deneyimlerinin ve deneyimlerini nasıl anlamlandırdıklarını kavramayı sağlayan bir veri toplama yöntemidir (Seidman, 2006, akt., Buran, 2015). Nitel çalışmalarda, konuyla ilgili algıların ve düşüncelerin öğrenilmesi için katılımcıların kendi ifadeleriyle konuyu anlatmaları önemlidir (Bayyurt ve Seggie, 2015). Cresswell (2007) ve Merriam'a (2009) göre, doğal ortamda katılımcıların kendi ifadeleriyle toplanan verilerle, deneyimin tanımlanmasını sağlamak önemlidir (akt., Bayyurt ve Seggie, 2015). Bu nedenlerle "görüşme" olarak yürütülen çalışmada, araştırmada verilerin toplanması için yarı yapılandırılmış bir görüşme formu kullanılmıştır.

#### **3. 5. 1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu**

Yorumlayıcı fenomenolojik analiz için en yaygın kullanılan yöntemlerden birisi yarı yapılandırılmış görüşme formlarıdır. Bu görüşme yöntemi, görüşme sırasında araştırma konusuna uygun olarak hazırlanmış bir dizi sorudan oluşur. Görüşmeci bu sorulara sadık kalmakla birlikte kişilerin anlatımlarına göre konular hakkında daha derin bilgi almak amacıyla ek sorular sorabilme özgürlüğüne sahiptir. Bu görüşme yöntemi ile araştırmacı

konunun akışına göre daha önce cevaplanan soruları sormayabilir ve bazı soruları atlayabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Nitel araştırmalar için formlar, görüşmede veri kaynağı olsa da tek başına yeterli değildir, katılımcı anlatılan duruma göre kişiden deneyimlerini betimlemesini isteyebilir (Sart, 2015).

Bu araştırmada, internet kullanıcılarının çevrimiçi kimliklere yükledikleri anlam ve onu kullanmalarının altında hangi varoluşsal temalarının olduğunu anlamak amacıyla açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış bir görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formu, 4 ana bölümden ve görüşmede kişinin kendini açmasına yönelik olarak kullanılmak üzere yardımcı ara sorulardan oluşmaktadır (Ek 1: Tez Mülakat Formu). Görüşme formundaki ana bölümler aşağıdaki gibidir:

BÖLÜM 1: Katılımcıların demografik bilgileri, aile, arkadaş ve romantik ilişkileri, geçmişi ve gelecek planları

BÖLÜM 2: Katılımcıların, internet ve sosyal medya ile tanışma süreçleri

BÖLÜM 3: Katılımcılar için sosyal medyanın hayatlarındaki yeri

BÖLÜM 4: Katılımcıların internet ve sosyal medya kullanırken deneyimledikleri

Yarı yapılandırılmış bu görüşme formu, katılımcılardan alınacak verilerin araştırmacı tarafından ayrıntılı olarak incelenebilmesi için ve katılımcıların çağrışım yapabilmeleri ve deneyimlerini betimlemelerine olanak sağlayabilmesi için açık uçlu sorulardan oluşturulmuştur.

### **3. 6. Veri Toplama Süreci**

Nitel araştırmalar, nicel araştırmalardan farklı olarak, ortamın değişkenlerini kontrol altına almadan bir konunun/problemin en doğal halinde incelenmesi ve kavranabilmesi amacıyla yoğun şekilde veri toplanmasını barındıran bir araştırma yöntemidir (Buran, 2015). Nitel araştırmalardaki veri toplama yöntemleri gözlem, görüşme, odak grup görüşmesi, doküman incelenmesi gibi birkaç türü barındırmaktadır (Buran, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Bu araştırmada, görüşmelerden önce, soruların test edilmesi ve tahmini srenin belirlenebilmesi için yapılan duyuruya yanıt veren 2 kişiyle pilot çalışma yapılmıştır. Sorular test edildikten sonra ana görüşmelere başlanması için hazırlıklar yapılmıştır.

Görüşme yapmak amacıyla, Hasan Kalyoncu niversitesinde, lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilere, araştırma hakkında bilgi veren ve araştırmacının iletişim bilgilerini barındıran bir broşur hazırlanmıştır. Bu broşur sınıflarda araştırmacı tarafından öğrencilere sözel duyuru ve bilgilendirilme yapıldıktan sonra dağıtılmıştır. Araştırmaya katılmak için gönüllü olan öğrencilere, gerekli görülen görüşmeci sayısı toplandıktan sonra, yer ve zaman bilgisi vermek amacıyla mail atılmıştır. "Katılımcı Bilgi ve Onam Formu"nun (Ek 2.) onaylanması ile görüşmeler, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Psikoloji Bölümü ofislerinde birebir gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin her biri, bir saat ile iki saat arasında değişkenlik göstermiştir. Görüşmeler, ses kaydı alınarak kaydedilmiştir.

Veri toplama süreci, araştırmacının 10 katılımcı ile yüz yüze görüşmesi, telefonun ses kayıt özelliği ile kayıt altına alınarak gerçekleştirilmiştir.

### **3. 7. Verilerin Analizi ve Yöntemi**

Merriam'a (1998) göre, nitel çalışmalar sonucunda elde edilen veriler, nicel çalışmaların aksine daha zengin ve betimleyici nitelikte olmaları nedeniyle, verilerin daha detaylı Şekilde incelenmesine fırsat sağlamaktadır. Nitel araştırmalarda, nicel araştırmalarda olduğu gibi istatistiksel veriler tercih edilmez. Amaç daha az veriyle, derinlemesine araştırma yapmak ve konunun birçok açıdan değerlendirilmesini sağlamaktır (akt., Bayyurt ve Seggie, 2015).

Ses kayıtları, toplanan verilerin kaybolmaması amacıyla bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Aktarılan ses kayıtları, araştırmacı tarafından dinlenilerek yazıya geçirilmiştir. Yazıya geçirilen veriler, YFA metoduyla analiz edilmeye başlanmıştır. Bunun için Smith, Flowers ve Larkin'in (2009), Interpretative Phenomenological Analysis kitabı kılavuz olarak kullanılmıştır.

YFA, temelde 4 aşamadan oluşur. İlk aşama transkriptlerin tekrar tekrar okunmasıdır. Böylece araştırmacı, önemli noktaları daha çok kavrar ve katılımcının transkriptine hkim olur. İkinci aşamada önemli görülen noktalar transkriptin sağ tarafına not edilir. Metnin



tamamı bu şekilde incelendikten sonra transkript tekrar okunur ve metnin sol tarafına, sağ tarafa yazılan notlara dair temalar yazılır. Üçüncü aşamada ise sol tarafa yazılan temalar kendi aralarında ilişkilendirilip; gruplandırılarak alt ve üst temalar oluşturulur. Böylece ilk katılımcı için temalar belirlenmiştir. Tüm bu işlemler diğer katılımcıların transkriptleri üzerinde yapıldıktan sonra dördüncü aşamaya geçilmiştir. Dördüncü aşamada, tüm katılımcıların alt ve üst temaları karşılaştırılarak, tekrar eden temalar belirlenmiş ve temalar tablosu geliştirilmiştir.

### **3. 8. Geçerlilik ve Güvenirlik**

Nitel araştırmalarda, nicel araştırmalar gibi güvenilirlik ve geçerlik konusunda yöntem ve testler yoktur ve bu husus eleştirilir. Nitel araştırmalarda geçerlik, araştırmacının araştırdığı durumu yansız bir şekilde gözlemesi anlamına gelir (Kirk ve Miller, 1986, akt., Yıldırım ve Şimşek, 2016). Nitel araştırmada geçerlik, araştırmacının sonuç ve bulgulara nasıl ulaştığını ayrıntılı olarak rapor edilmesi ile sağlanabilir. Örneğin, betimsel bir analizin yapıldığı bir araştırmada, katılımcılardan alınan verilere doğrudan alıntılar ile yer vermek ve bunlara atıf yapılarak sonuçları açıklamak geçerlik için önemli bir yöntem olacaktır (Aratemur Çimen, 2015; Yıldırım ve Şimşek 2016). Bu araştırmada da analizin sonucunda ortaya çıkan temalar, alıntılar ile desteklenmiştir.

Bunun yanında araştırmalarda kullanılan ölçeklerin geçerliliğini ölçmek için kullanılan yöntemlerden biri de uzman görüşünü almaktır. Uzmanlardan, görüşme formunda yer alan soruların uygunluğu ile ölçmek istenilen durumları kapsam bakımından değerlendirmesi beklenir (Büyüköztürk ve ark., 2016). Bu sebeple araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formunun soruları, konu hakkında 3 uzmanın değerlendirilmesinin ardından son halini almıştır.

Nicel araştırmalarda güvenilirliğe dair istenen bazı faktörlerin nitel araştırmalarda bulunması söz konusu değildir. Örneğin, nitel araştırmanın temel özelliklerinden birisi olan algıların önemi, nicel araştırmalardaki güvenilirlik tanımına uygun değildir (Aratemur Çimen, 2015). Nitel araştırmalara göre gerçeklik, bireylere ve içinde bulunan zamana göre değişkenlik gösterdiğinden tekrarlanan diğer çalışmalarda, aynı sonuçların ulaşılması beklenemez. Bu nedenle nitel çalışmalar için dış güvenirliliğin farklı anlamları vardır. Aynı şekilde iç güvenirlilik için beklenen şartlar da nitel araştırmaların doğasına uymamaktadır. Nitel araştırmalarda güvenilirlik, veri toplama ve kullanılan analiz yöntemlerinin ayrıntılı

açıklanması ile sağlanabilir. Görüşmelerin nasıl yapıldığı, kayıt altına alındığı, verilerin nasıl analiz edildiğinin ayrıntılı açıklaması güvenilirliği arttıran faktörlerdendir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu çalışmada da literatüre bağlı kalınarak, görüşmelerin tüm aşamaları, verilerin toplanması ve analizlerinin yapılması süreci tüm ayrıntıları ile verilmiştir.

Yıldırım ve Şimşek'e (2016) göre, nitel araştırmalarda her araştırmacı, her veriyi farklı anlayıp; yorumlayabilir ancak güvenilirliği sağlamak amacıyla, veriler, birbirinden bağımsız uzmanlar tarafından değerlendirilmeli ve ortaya çıkan verilerin ortak paydada birleşip; birleşmediğine bakılmalıdır. Literatürden farklı olarak bu çalışmada, araştırma verileri yalnızca araştırmacı tarafından incelenmiştir ve verilerden ortaya çıkan temaların güvenilirliğini ölçmek için uzman görüşüne başvurulmamıştır.

### **3. 9. Etik**

Bilimsel araştırmalar yapılırken uyulması gereken etik kurallar vardır. Bunlar, bilinçli onay, gizlilik, aldatmama ve verilere sadık kalmadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bilinçli onay, araştırmaya başlanmadan önce katılımcılara araştırma hakkında doğru ve ayrıntılı bilgi verilmesini ve onay alınmasını kapsar. Bu çalışmada, görüşmeler öncesi katılımcılara araştırma hakkında bilgi verilmiş ve araştırmanın konusu, gizliliği ve katılımcıların hakları hakkında bilgi içeren "Katılımcı Bilgi ve Onam Formu" (EK. 2) verilmiştir, araştırmacı ve katılımcı tarafından imzalanan formun bir kopyası katılımcıda bir kopyası da araştırmacıda kalmak üzere saklanmıştır. Gizlilik hususu katılımcıların kimliklerinin ifşa edilmemesine gösterilen hassasiyeti kapsar. Bu çalışmada, rumuz isimler kullanılarak gizlilik kuralına uyum sağlanmıştır. Aldatmama etik kuralı ise katılımcıların hiçbir şekilde yanıltılmadan doğru bilgilerin onlara sunulmasını kapsar. Bu çalışmada, EK 2'de de görüldüğü gibi, katılımcılara doğru ve eksizsiz bilgi verilmiştir. Son olarak verilere sadık kalma kavramı ise verilerin çarpıtılmadan, olduğu gibi analiz edilmesi anlamına gelmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu çalışmada da verilerin analiz edilmesi aşamasına hassasiyetle yaklaşmıştır ve bireylerin söylediklerinin dışına çıkılmamıştır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR

Bu bölümde, toplanan verilerin analiz sonuçlarına verilmiştir.

Kullanıcılarla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerin sonunda sosyal medya kullanımı ile varoluşsal meselelerin ilişkilendirilmeleriyle ilgili yapılan Yorumlayıcı Fenomenolojik Analiz sonucunda, "ötekiler", "hayat ile bağ kurma ve ikame bir varoluş yolu olarak sosyal medya", "çelişkiler ve ikilemler" ve "otantik olmayan bir varoluş şekli olarak sosyal medya" olmak üzere 4 üst belirlenmiştir (bkz. Tablo 3.).

**Tablo 3.** Katılımcıların Alt ve Üst Temaları

TEMALAR	KATILIMCILAR
<b>1. ÖTEKİLER</b>	
1.1. İletişim ve İlişki için Sosyal Medya	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
1.2. Sosyal Medya ile Yalnızlık Deneyimi	Tüm katılımcılar
<b>1.3. DİĞERLERİNİ UMURSAMAK</b>	K1, K2, K3, K4, K6, K7, K8, K9, K10
1.3.1. Sosyal Medyada Beğenilmek	K1, K2, K3, K4, K6, K7, K8, K9, K10
1.3.2. Diğerleri Tarafından Görülmek İstemek	K1, K2, K9
1.3.3. Diğerleri Tarafından Onaylanmak ve Dışlanmak	K2, K3, K4, K8, K9, K10
1.3.4. Sosyal Medyada Reddedilmek	K2, K3, K7, K8, K9, K10
1.3.5. Kısıtlanmak- Paylaşacak Olmasına Rağmen Diğerleri Sebebiyle Paylaşamamak	K2, K3, K4, K5, K8
1.3.6. Paylaşımlardan Etkilenmek	K1, K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9
1.3.7. Diğerlerinin Neler Yaptığını Merak Etmek	K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10
<b>2. HAYAT İLE BAĞ KURMA VE İKAME BİR VAROLUŞ YOLU OLARAK SOSYAL MEDYA</b>	
2.1. Sosyal Medyada Eğlenmek	K1, K2, K3, K4, K6, K8, K9
2.2. Eğitim- Entelektüel İhtiyaçların Sosyal Medya İle Karşılanması	Tüm katılımcılar

2.3. Gündemin Takibi	K6, K8, K9, K10
2.4. Alışveriş İçin İnternet	K2, K6, K7
2.5. Kendini Sosyal Medyada Var Etmek	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9,10
<b>3. ÇELİŞKİLER VE İKİLEMLER</b>	
3.1. Kim Kimi Yönetiyor? Sosyal Medya İle Savaşmak	K1, K2, K4, K5, K6, K8, K9
3.2. Kontrolsüzlük Hissine Rağmen Kalmak	K2, K3, K4, K5, K6, K8, K9, K10
3.3. Güvensizlik- Tekinsizliğe Rağmen Kalma Deneyimi	K1, K2, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10
3.4. Siber Zorbalığın Etkilerine Rağmen Kalmak	K2, K4, K5, K7, K8
<b>4. OTANTİK OLMAYAN BİR VAROLUŞ ŞEKLİ OLARAK SOSYAL MEDYA</b>	
4.1. İdealize Edilen Benliğin Paylaşımı	K2, K3, K4, K8, K9, K10
4.2. Derin İlişkilerin ve Gerçekçiliğin Olmaması	K1, K2, K3, K4, K5, K8, K9, K10
4.3. Sıkılınan Anlarda ve Boş Zamanlarda Sosyal Medyaya Sarılmak	K2, K3, K5, K7, K8
4.4. Sosyal Medyada Özgürlük Hissi ve Sorumluluğun Olmaması	K2, K3
4.5. Görmezden Gelebilmeye Kolaylığı	K1, K2, K5, K8, K9
4.6. Sosyal Medyada Hayatı Kaçırıldığını Hissetmek	K1, K4, K7, K10

#### **4.1. Analiz Sonucu Araştırmacının Belirlediği Üst ve Alt Temalar**

##### **4.1.1. Ötekiler**

Üst tema olan "ötekiler", kişinin, sosyal medya hesaplarında ve onların kullanımında diğerlerin etkisini gösteren içeriktir. Bu üst tema "iletişim ve ilişki için sosyal medyada", "sosyal medya ile yalnızlık deneyimi", "diğerlerini umursamak" olmak üzere 3 alt tema barındırmaktadır. "Diğerlerini umursamak" alt temasının da 7 alt teması belirlenmiştir, bunlar: "Sosyal medyada beğenilmek", "diğerleri tarafından görülmek istemek", "diğerleri tarafından onaylanmak ve dışlanmak", "sosyal medyada reddedilmek", "kısıtlanmak ve paylaşacak olmasına rağmen diğerleri sebebiyle paylaşamamak", "paylaşımlardan etkilenmek" ve "diğerlerinin neler yaptığını merak etmek"tir.

#### 4.1.1.1. İletişim ve İlişki için Sosyal Medya

Bu tema, katılımcıların diğerleri ile olan ilişkisini sosyal medya üzerinden anonim ya da gerçek kimliklerle, sosyal medyada kurdukları ilişkileri anlatmaktadır. Bu alt tema, K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10 katılımcılarında görülmektedir.

K1, sosyal medya hesabı üzerinden kurduğu bir arkadaşlıktan ve bu arkadaşlığın kendindeki yansımından bahsetmiştir:

*"Araştırmacı (A): İnternet üzerinden arkadaşlıkların oldu mu?"*

*Katılımcı 1 (K1): Evet oldu. Bunu çok seviyorum, yüz yüze görüşme değil de birçok defa mesajlaştığımız oldu. Yeni insanlar keşfetmeyi ve bu kişilerin benden farklı olmasına bayılıyorum. Mesela Sivas Devlet Tiyatrosundan bir arkadaşım oldu, çok güzel bir oyuncu ve çok güzel performans sergiliyor oyunlarında. Bir fotoğrafçı vardı ve onunla konuştum. Çok etkileyici çok haz verici sanki yapamadığım şeylerin onlarda vücut buluyor olması bir nevi beni haykırıyorum."*

Bir başka katılımcı ise zor süreçlerinde sosyal medya üzerindeki ilişkilerinden bahsetmiştir:

*"K2: 1 yıl önce falan İstanbul'dan biriyle konuşmaya başladım. Bu oyunla tanışmıştım Trivia Crack diye bir oyundan. O sıralarda da zor bir süreçten geçiyordum. Adamla konuşmaya başladık."*

K4, anonim bir kimlikle mektuplaşmak hakkındaki deneyiminden bahsetmiştir:

*"Geçenlerde bir sosyal mektuplaşma kanalı keşfetmiştim, hiçbir bilgin yok resim görüntü bilgi yok, site sana bir rumuz veriyor, rumuz harflerden sayılardan oluşuyor ve konuşabildiğin dilleri yazıyorsun ve rastgele birini buluyorsun ve bulduğun kişi hakkında bir bilgin yok ve site kendisi ayarlıyor. Ve mektuplaşıyorsun. Bu çok hoşuma gitmişti yakın zamanlarda olan mutlu eden bir şey."*

K10 ise, internet üzerinden kurulan arkadaşlığı diğerlerinden farklı bir deneyim yönünden aktarmıştır:

"K10: ...İnternet vasıtasıyla arkadaşlık kurdum birkaç kişiyle. Yüz yüze hiç görüşmedik sadece konuşma. ...Bir süre daha sonra telefonla da konuştuk. Ardından kendisi ben kaza yaptım dedi endişelendim aradım ve konuşmaya başladım ve sesinde bir şey yoktu arkadan başka kişilerin sesi geliyordu. Sonra kendisi de itiraf etti seni endişelendirmek istedim bakalım ne yapacaksın diye dedi o zaman çok sinirlendim. Böyle bir şeyin şakası olmaz dedim ve tartıştık ardından biraz daha konuştuk ve sonra uzaklaştık."

Bazı kullanıcılar, diğerleriyle konuşmak ve paylaşım yapmak amaçlı sosyal medyaya girdiklerini anlatmışlardır:

"K5: Lisede açmıştım ilk sosyal medyamdı. Öğretmenimi aramıştım ilk onunla mesajlaştım bu çok güzeldi." "...Arkadaşlarımı takip ederim.."

"K6: İletişim için kullanıyorum... Arkadaşla iletişim kuruyorum..."

"K7: .Lise 2'de bir Facebook hesabı açtım o da erkek arkadaşımınla konuşmak adına açtım. Daha çok Facebook'u birileriyle görüşmek konuşmak adına kullanıyordum. Yurtdışındaki akrabalarımızla annem görüntülü konuşsun diye..."

"K9: Sınıf arkadaşlarımla MSN'de konuşurduk orada başladı benim gırgırım."

Bir katılımcı sosyal medyayı hayat arkadaşı olarak gördüğünden bahsetmiştir:

"K2: Bu ömür boyu 90 yaşına kadar evlenmesem bile benim orada bir hayat arkadaşım var gibisinden."

Diğerlerine ihtiyacın sosyal medya üzerinden karşılanması:

K2: ...Çünkü insanın başkasına gereksinimi var evet ama bunu o da veriyor..."

"K8: aslında eskiden fotoğraf çekmeyi daha çok seviyordum, şu an çok aklıma bile gelmiyor, bu da şeyle alakalıydı çok saçma ama bir ilişkim olduktan sonra neden fotoğraf atayım ki, birbirimizi görüyor gibi olduk..."

Bazı katılımcılar, diğerleri ile sürekli iletişimde kalabilmenin sosyal medyanın çekici yönü olduğunu belirtmişlerdir:

*"K4: İnternete beni çeken şey insanlarla iletişim halinde kalmak..."*

*"A: Sizi sosyal medyaya çeken şeyler nedir?"*

*K6: Sosyal iletişim..."*

*"K10: Başkalarıyla iletişime geçmek... çekici oluyor."*

#### **4.1.1.2. Sosyal Medya ile Yalnızlık Deneyimi**

"Sosyal medya ile yalnızlık deneyimi" teması, bireylerin sosyal medyada yalnız hissetmesi, yalnızlık anlarında sosyal medyada yaptıkları gibi yalnızlık ve sosyal medya kullanımını arasındaki ilişkiyi yansıtmaktadır.

Bir katılımcı, sosyal medyada kendini daha yalnız hissettiğini belirtmiştir:

*"A: Sosyal medyada yalnız hissettiğin anlar olur mu ya da yalnız hissettiğin bir dönemde sosyal medyada ne yaparsın?"*

*K1: ...İnternette de kendimi yalnız hissederim, keşfete bakarsam yalnız hissediyorum, o şaşalı şeylere bakmak hoşuma gitmiyor. O açıdan yalnız hissederim ama kendi takip ettiklerimden dolayı olmuyor."*

Bir diğer katılımcı ise sosyal medyanın onu yalnızlıktan kurtardığını söylemiştir:

*"K2: Bir otobüse bindiğimde ya da yalnız kaldığımda mesela 1 haftadır şehir dışındayım oradan oraya gidiyorum. Mesela bir uçakta da bakıyorsun. Zaman geçirme ve tek başınalıktan kurtarıyor beni. En önemlisi bu... Dedim ya en basiti insanın bu dünyada ki yalnızlığını alıyor."*

Bazı katılımcılar ise yalnızlık anlarında sosyal medyada daha fazla bulduklarını aktarmışlardır:

*"A: Yalnız hissettiğin anlarda ne yaparsın sosyal medyada?"*

*K3: İnternete daha çok bakarım..."*

"K4: Tekrar tekrar girme isteği çok yalnız kalınca ve uğraşacak bir şey kalmadığında oluyor. Ama bu girme isteği beni mutlu etmiyor rahatsız ediyor, okuyacak bir şey yok giriyorum hatta sinirlerimi bozuyor. "

"K9: Ben yalnız hissettiğimde film izliyorum iyi geliyor, çok fazla yalnız hissettiğim için girmiyorum bunu fırsat bilip giriyorum."

"K10: Yalnız hissettiğimde arkadaşşıma video söz vs atarım iletişim kurmak için ya da WhatsApp'tan arkadaşlara mesaj atarım ya da Snap'ten resim atıyorum arkadaşlara."

Bazı katılımcılar ise gündelik hayattan farklı olarak sanal hayatta yalnızlığın bulunmadığını ifade etmişlerdir:

"A: Sosyal medyada yalnız hissettiğin anlar oluyor mu?"

K5: Yaşarken bile hissediyorum. Sosyal medyada hissetmiyorum ama. Çünkü herkes yorum atıyor, beğeni atıyor gerçek hayattan daha iyiyiz orada. Orada yalnızlık yok. "

"K7: Sosyal medyada kendimi yalnız hissetmiyorum. Yalnız hissettiğimde o an fırsatım var ve sosyal medyayı açmak istiyorsam açıp dolanırım ve okumadığım yazılar varsa okuyorum. Bazen arama kısmına etiketi yazıyorum ve atılan fotoğrafları inceliyorum."

"A: Sosyal medyada da yalnız hissettiğin oluyor mu?"

K8: Yok olmuyor, normal hayatta olabiliyor."

K6 ise sosyal medyanın yalnızlığı tatmin edemediğini ifade etmiştir:

" A: Yalnızlıkta sosyal medyada ne olur?"

K6: Yalnız hissettiğim anlarda sosyal medyada geziyorum ama beni tatmin etmiyor ki hala yalnız hissediyorum. Arkadaşlarım yazmazsa yalnızlık hissim artar, iletişime geçemezsem, ulaşamazsam kimseye artar..."

#### **4.1.1.3. Diğerlerini Umursamak**

Bu alt tema, sosyal medya kullanıcılarında diğerlerini umursadıkları, onlardan gelen olumlu ve olumsuz dönütlerin onları etkilediğini ve onları önemsediklerini ifade eden



söylemlerden yola çıkılarak belirlenmiştir. Kendi içinde "sosyal medyada beğenilmek", "diğerleri tarafından görölmek istemek", "diğerleri tarafından onaylanmak ve dışlanmak", "sosyal medyada reddedilmek", "kısıtlanmak paylaşılacak olmasına rağmen diğerleri sebebiyle paylaşamamak", "paylaşımlardan etkilenmek" ve "diğerlerinin neler yaptığını merak etmek" alt temalarını içerir.

K1, bazı kişileri, ayıp olur diyerek takip etmeye devam ettiğini belirtmiştir:

*"Arkadaşlarımı takip ediyorum normalde çok yakın olmadıklarımı istemiyorum ama ayıp olur diye ediyorum."*

K2, söylemek istemesine rağmen karşı taraf saçma bulur diye paylaşmaktan vazgeçtiğini ifade etmiştir:

*"K2: Hep de yazmak isterim ama durdururum kendimi. Bir kere hatırlıyorum içimden çok fazla bir şey söylemek gelmişti ve söyleyememiştim. Oturdum kendim upuzun bir mesaj yazdım. Onu aldım bir kâğıda yazdım ve kendim okudum. Onu karşı tarafa mesaj olarak atmadım. Çünkü adama çok saçma gelecek duygu ve düşüncesini biliyorum. Öyle bir şey yapmıştım."*

K3, birinin eskiden paylaştıklarını beğenmenin onu ezik göstereceğini düşündüğü ifade etmiştir:

*"A: Diyelim ki yanlışlıkla stalk (gözetleme) yaparken beğendin ne olur?"*

*K3: Çok kötü bir şey o. Beğeniye geri çeksen bile gidiyor ya engellerim herhalde o anda... Eziklik. Bir insan diğerinin 3-4 haftaki fotoğrafını niye beğensin ki niye vaktini ona harcasın. Bu ego değil ama niye acaba bakıyor ki."*

Bazı katılımcılar ise, sosyal medyada istemedikleri bir şey yaptıklarında yanlış anlaşılmaktan korktuklarını ve kaygılandıklarını belirtmişlerdir:

*"A: İnternette kaygılandığın, korktuğun zamanlar oluyor mu?"*

*K4: Bir kere hocaları takip ettiğim için onlarla ilgiliydi, gönderi beğenecektim sanırım Facebook'taydı ama sanırım paylaştım ve bu görünce hoşuna gitmeyeceği bir şeydi ve onu bir an önce nasıl silerim diye kaygılandım çünkü yanlışlıkla yapmıştım. "*

*"A: Yanlışlıkla beğendiğın ve bundan dolayı kaygılandığın anlar oldu mu?"*

*K6: Evet oldu, birisine sayfayı gösterirken gece 1 gibi beğendim ve bu sıkıntılıydı. Aa bak bu saatte benim sayfamda geziyor" diyebilir, bir de şey oldu yanlışlıkla beğendiğimi mi anladı, yoksa bilerek mi?...Yanlış anlaşılma korkusu."*

*"A: Yanlışlıkla bir şey beğendin mi? Stalk (gözetleme) yaparken ya da başka bir zaman?"*

*K8: Evet korkunçtu. Çünkü onu önemsiyorum, onu düşünüyormuşum gibi, böyle düşünüyor olması, kendini büyük bir şey sanıyor olması benim çok sinirimi bozuyordu."*

*"A: Yanlışlıkla bir şeyi beğendin mi?"*

*K10: Evet oldu arkadaşım olmayan kişileri keşfette gördüğümde bakarken beğendim ve geri aldım hemen görmesin diye amacım stalk yaptığımı düşünmesin diyeydi."*

K7 ise paylaşımlarına dönüş alamayınca paylaşmaktan vazgeçmeyi düşündüğünü söylemiştir:

*"K7: Yorum yapıldığında diyorum ki evet, yazılarım okunmuş, beğenilip de geçinilmemiş, hoşuma gidiyor. Yorum yapılmadığında acaba okunmuyor mu diyorum, paylaşmasam mı diyorum..."*

K9, yurt dışı seyahatinde görgüsüz görünmemek için paylaşımlarını sınırlandırdığını belirtmiştir:

*"K9: Gidiyorum bir zahmet paylaşayım dedim. Görgüsüz gibi de görünmek istemedim ama elimde olsa o çektiğim 10 fotoğrafı da atardım. Ne görgüsüzmüş, iyi ki bir gitmiş demesinler diye atmadım."*

#### *4.1.1.3.1. Sosyal Medyada Beğenilmek*

Diğerlerini umursamak alt temasının alt temalarından birisi olan beğenilmek teması, kişilerin sosyal medyada aldıkları olumlu veya olumsuz yorumlardan, beğeni bildirimlerini ve bu beğeniler doğrultusunda kullanıcıların hissettiklerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur:

Bazı kullanıcılar, aldıkları beğenileri onları mutlu edecek doğrultuda yorumladıklarını belirtmişlerdir:

*"K1: Beğenilmesi mutlu eder çünkü attığım yazı okunuyor ve benim okuduğum şeyi başkaları da okuyorsa demek ki aynı hazzı paylaşıyoruz derim."*

*"K6: Beğeni genelde aynı düzeyde oluyor, yorum artıyor, onda da beğendiklerini düşünüyorum ve mutlu oluyorum. Hoş bir şey güzel geliyor."*

*"K2: Ben 2 yıl önce falan açtım Instagram'ımı. Açtıktan sonra erkek arkadaşımın resimlerimizi paylaştım. O beğeniler, fotoğraf paylaşmak falan insanın hoşuna gidiyor."*

*"A: Çok beğeni gelen ya da yorum gelen bir fotoğrafınız oldu o durumlarda ne yaparsınız?"*

*K9: O fotoğrafı her yere profil yaparım yani derim ki vauv derim zaten beğenerek koymuşumdur ama daha da hoşuma gider."*

*"K10: Mutluluğumu paylaştım haz alıyorum insanlar beni mutlu görüyor, beğeni alıyorum mutlu oluyorum. "*

Bazı kullanıcılar, "bildirimlerinizde en çok neyi görmek sizi etkiler?" sorusuna sosyal medya hesaplarındaki bildirimlerin içinde en çok beğeni bildirimlerini görmeyi kendilerini mutlu edecek şekilde değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir:

*"A: Bildirimlerinde en çok neyi görmek seni mutlu eder?"*

*K3: Sevdiğim bir sanatçının beni takip ettiğini görmek eder, beğeniler, yorumlar o an güzel gelir. Çok çok olmasına gerek yok ama hoşuma gider."*

*"K4: Birileri yorum yapmışsa Instagram fotoğraf paylaştığımda, çok da yakın değilsem güzel çıkmışsın canım falan yazınca oo falan oluyorum."*

*"K8: Fotoğrafımı görsün istediğim birkaç insan var onlardan beğeni gelince, gördü yaşıyor diyorum, bunu görmek hoşuma gidiyor."*

Bazı kullanıcılar ise sosyal medyada yorum ve beğeniye diğer insanların kendilerini umursadıkları şekilde değerlendirdiklerini söylemişlerdir:

*"A: Çok konuşmadığın insanların yorum yapması sana nasıl geliyor?"*

*K4: Güzel geliyor, farklı geliyor aa bu insan benimle iletişime geçiyor, beni çok da umursadığını düşünmediğim insanlar yorum yapınca hoşuma gidiyor, ne güzel iletişime geçtik, bu insan düşünmüş yorum yapmış diyorum."*

*"A: Ne hissediyorsun yorum yapıldığında ya da yapılmadığında örnek verir misin?"*

*K6: Yorum yapıldığında diyorum ki evet, yazılarım okunmuş, beğenilip de geçinilmemiş, bir şeyler var evet, birileri okumuş, eleştirmiş diyorum ve hoşuma gidiyor. Yorum yapılmadığında acaba okunmuyor mu diyorum, paylaşmasam mı diyorum ama sonra devam ediyordum."*

K9, ise beğeni sayısı artsın diye sahte hesap açıp beğeni sayısını arttırdığını söylemiştir:

*"A: Peki hiç sahte hesap açtın mı?"*

*K9: Tabii ki. Ama o ergen olduğum dönemde açmıştım. Facebook zamanlarında açmıştım kuzenimle niyetimiz beğeni sayısı artsın diyeydi."*

#### *4.1.1.3.2. Diğerleri Tarafından Görülmek İstemek*

"Diğerleri tarafından görülmek istemek" teması, katılımcıların, diğerlerinin görmesi için hesapların bilinçli şekilde gizli yapmamaları ve günlük hayatta yaptıklarını diğer kullanıcıların da görmesi gerektiğini düşündüklerinden yola çıkılarak yorumlanmıştır:

Örneğin K1 ve K9 katılımcıları, hesaplarını herkese açık yaptıklarını ve diğerlerinin paylaştıklarını ve yaptıklarını herkesin görmesinin hoşlarına gittiğini açıklamışlardır:

*"K1: Paylaştığım şeyleri herkesin görüyor olması benim hoşuma gider."*

*"K9: Portekiz'e İspanya'ya gitmişim tüm dünyanın haberi olmalıydı. Elimde olsa alnıma yazardım o sebeple paylaşma isteği duydum."*

K2, ilişki kurmak ve diğerleri tarafından görülmek için sosyal medyayı kullandığını söylemiştir:

*"K2: 2 gün önce WhatsApp durumumda bir resim paylaştım. Hepsini engelledim ve göstermek istediğim adam bunu fark etti ve bana mesaj attı. Muhteşem çıkmışsın falan gibi. Bu benim çok hoşuma gitti mesela istediğimi elde ettim."*

#### *4.1.1.3.3. Diğerleri Tarafından Onaylanmak ve Dışlanmak*

Bu alt temada, kişiler yorum yaparken diğerlerinin dikkatini olumsuz anlamda çekmemek için dikkatli paylaşımlar yaptıklarını söylemişlerdir. Bir gruba ait olmak, onlar tarafından onaylanmak ya da dışlanmamak için paylaşımlarını ona göre sınırlandırmaktadırlar.

K2, K3 ve K9 diğer insanların onaylarına göre paylaşımlar yaptıklarını ve gelen yorumları önemsediklerini ifade etmişlerdir:

*"A: Hiç böyle sözlük, forum gibi hesapların oldu mu?"*

*K2: Kızlarsoruyor.com mu ne bir ara ona üye olmuşum. Yine sevgilimle alakalı bir şey oldu. Kızlara danışayım diye."*

*"K3: Yakın arkadaşlarım (fotoğraf paylaşma hakkında) "Eylem sen bunu attın da güzel çıkmamış" derseler düşünürüm tekrar bakarım ve silerim. Onların düşüncelerini de önemserim."*

*"K9: Ben beğeniyorum kız gruplarına atıyorum onaylanınca atıyorum."*

K4, K8 ve K10, diğer insanların onaylayacağı ve onlardan dışlanmayacaklarını düşündükleri paylaşımlar yapmaya özen gösterdiklerini ifade etmişlerdir:

*"K4: Her şeyi paylaşmam, çok genel herkesle paylaşabileceğim, her insanın okeyleyeceği şeyler paylaşırım genelde."*

*"K8: Aslında bireyselleştığimi, bağımsız olduğumu söylüyorum ama bir şey yazacağım, birine bir iğneleme yapacağım ama aklıma ya bu iğnelediğim noktada beni takip eden, tanıdığım insanlar varsa hani onların tadını kaçıırırsam ne olur gibi."*

*"K10: ...Çevremdeki kişi beğenmezse tam zıttı bir şey söylerse onlarla uyum içerisinde olmak isterim. Zıt düşünüp de yalnız kalmaktan korkarım."*

#### *4.1.1.3.4. Sosyal Medyada Reddedilmek*

"Sosyal medyada reddedilmek" teması, diğerlerinin yok saydığı ve onlar tarafından reddedilme durumunda yaşanan duygusal deneyimleri yansıtmaktadır:

Bazı sosyal medya kullanıcıları, önemsedikleri birileri tarafından sosyal medyada reddedildiklerinde, üzüldüklerinden ve öfkelenediklerinden bahsetmişlerdir:

*"K2: Eğer önemsemediğim biriye tabii ki üzülürdüm ve ben içimde tutan biri değilim sorardım neden kabul etmediğini."*

*"A: Sosyal medyada arkadaşlık isteği gönderdiğinde ve reddedildiğinde neler yaşıyorsun?"*

*K8: Çok üzülüyorum, sinirim bozuluyor... Bir tane kıza istek atmıştım onunla problem yaşamıştık ama ben hallettik sanıyorum, istek atmıştım reddettiğini gördüm, yok saymış sinirim bozuldu, nasıl oluyor falan oldum, ben sorunumuzu hallettik sanıyordum, sen hala bana kin mi besliyorsun gibi oldum. Yaşadığımız sorunları düşündüm, bu kadar büyütecek ne vardı, ne var kabul etsen falan diye düşündüm."*

*"K9: Olmadı ama olursa sen kimsin ben sana arkadaşlık isteği atmışım nasıl kabul etmezsin gibi olurdu herhalde."*

K3, sosyal medyada reddedildiğinde aynı şekilde tepki verdiğini ve öfkelenildiğini ifade etmiştir:

*"A: Bir arkadaşlık isteği attın ve reddedildi ne yaşarsın?"*

*K3: Ben de takipten çıkarım ve bir daha atmam.*

*A: Ne düşünüyorsun?"*

*K3: Gıcık derim, niye reddettin ki ben sana ne güzel istek attım sen niye böyle yaptın derim sinirlenirim."*

K7 ise sosyal medyada bir akrabası tarafından reddedilme deneyiminden ve bu deneyim sonrası yaşadıklarından bahsetmektedir:

*"K7: Bir sorun mu oldu, beni niye reddediyor diye düşündüm, olumsuz bir şey mi duydu diye düşündüm. Hala bazen düşünürüm isimden de mi tanıyamadı diye ama çok da üstüne gitmedim."*

K10 ise arkadaşlık isteklerinin reddedileceği durumlarda istekte bulunmadığını ve reddedildiğinde değersiz hissettiğini ifade etmiştir:

*"K10: Arkadaşlık isteğimin reddedileceği durumlarda aslında atmıyorum. Şu an somut olarak yaşadığım bir şey ama eğer reddedilseydim kendimi kötü ve o kişiye karşı değersiz hissederdim beni tanıyorsa beni niye reddediyor ben ona kötü bir şey mi yaptım gibi kendimi kötü hissederdim."*

#### *4.1.1.3.5. Kısıtlanmak- Paylaşacak Olmasına Rağmen Diğerleri Sebebiyle Paylaşamamak*

Deneyimlerin yorumlanmasından çıkan bu alt temada ise, kişilerin sosyal medyada bir şekilde diğerleri sebebiyle kısıtlandıklarını, paylaşımlarını sınırladıklarını ve diğer yandan da paylaşmak istemelerine rağmen paylaşamadıkları deneyimleri yer almaktadır.

Örneğin K2, sevgilisi sebebiyle istediği gibi fotoğraflar paylaşamadığından ve sevgilisi olmasa bunları dilediği gibi paylaşacağından bahsetmiştir:

*"K2: Erkek arkadaşım. Gönlümden geçirdiğim o kadar güzel resimler var ki ama eteğin şöyle şunun şurası şöyle bunun burası şöyle. Göğsünün çatalı çıkmış falan. Paylaşımlarım çok sınırlı oluyor. İstedğim her şeyi paylaşamıyorum ondan dolayı."*

*A: Peki eğer bu olmasaydı bir akraban sevgilin olmasaydı paylaşır mıydın?*

*K2: Tabii paylaşırdım. Mutlaka paylaşırdım. Bir etekle mesela. O bana iyi hissettiriyor. O mutluluğu yaşamak istiyorum."*

K3, K5 ve K8 katılımcıları ise ailelerinin, akrabalarının yargılaması ve sosyal normların olması sebebiyle istedikleri gibi fotoğraf paylaşmadıklarını ve onların karışmaması durumunda fotoğrafları istedikleri gibi paylaşabileceklerinden bahsetmişlerdir:

*"A: Karışacak olmasa farklı fotoğraflar, paylaşımlar yapar mısınız?"*

*K3: Evet yaparım.*

*A: Dikkat etmek zorunda olmak sana nasıl geliyor?"*

*K3: Can sıkıcı, özgür değilim."*

*"A: Bunları (fotoğrafları) sen istediğin için mi yoksa sosyal kurallar gereği mi böyle paylaşıp, paylaşmıyorsun?"*

*K5: Genel olarak sosyal normlardan ötürü olduğu için paylaşmıyorum aslında.*

*A: Olmasa paylaşır mıydın?"*

*K5: Evet bikinili fotoğrafımı paylaştım mesela. Çünkü benim için önemli değil zaten giyiyorum."*

*"K8: Annem erkek arkadaşımı biliyor ama abilerim babam bilmiyor, babamın zaten hesabı yok ama abilerim bunu kaldırabilecek insanlar değiller bu yüzden ilişkiyi hiç paylaşmıyorum.*

*A: Ailen karışmasaydı erkek arkadaşınla olan ilişkiye dair bir şeyler atar mıydın?"*

*K8: Evet atardım... İlişkimi atardım Snapchat'te yoklar mesela ve Snapchat'te paylaşıyorum."*

Bazı katılımcılar ise sosyal medyada tanımadıklarından gelen mesajlar nedeniyle kısıtlanmış hissettiklerini ifade etmişlerdir:

*"K3: Bir sayfayı takip ediyordum hoşuma gidiyordu onun gece gönderisini beğendim. Bana mesaj isteği geldi açtım seni şu sayfada gördüm aynı kafada olabileceğimizi düşündüm aynı sayfadaysak tanışalım. Rahatsız mısın sen, ben senin yüzünden bir gönderi beğenemeyecek miyim? O şeye girdim. Terbiyesiz şeyleri oldu engelledim."*

*"K4: Çok fazla yorum alan bir şeye yorum yaptığımda genelde tuhaf tuhaf mesajlar geliyor, oradan nefretini kusamayan mesajdan kusuyor farklı amaçlarla tanışmak istiyorlar o zaman ben de yorum yapmaktan geri duruyorum."*



#### 4.1.1.3.6. Paylaşımlardan Etkilenmek

Katılımcılar, internette diğerleri tarafından yapılan paylaşımların onları duygusal anlamda etkilediğini ifade etmişlerdir. Kullanıcılar, internet paylaşımlarından dolayı kaygılandıklarını (K1, K8), sinirlendiklerini (K5), mutlu olduklarını (K5), korktuklarını (K3), aşırılıklardan rahatsızlık duyduklarını (K4), eğlendiklerini (K8) ve hırslandıklarını (K9) belirtmişlerdir.

Örneğin; K1, internetteki olumsuz içerikli haber paylaşımlarını kendisini çaresiz ve kaygılı hissettirecek şekilde anlamlandırıldığını ifade etmiştir:

*"A: İnternet kullanırken rahatsız olduğun durumlar oluyor mu?"*

*"K1: Evet, bu yüzden girmediğim oluyor çünkü sürekli bir çocuğun ölümü, taciz tecavüz ve kaldıramıyorum bu sebeple Twitter'a girmiyordum ve haber sayfalarını bu sebeple çıkıyordum. Kendimi çaresiz hissediyorum."*

*A: Tam olarak ne oluyor kaldıramıyorum dedin açar mısın, yani haber sayfalarından çıkacak kadar?"*

*K1: Bir tuşuma basılıyor demek ki ama bilmiyorum. Kaygılanıyorum, endişe duyuyorum. Çünkü onların öyle olması yarın bir gün bana da olmayacağı anlamına gelmiyor, kaygılanıyorum başıma gelirse diye. Görmek için çıkarıyorum. Rahatsız olmak istemiyorsan bakma..."*

K2, güne sosyal medya ile başladığını ve izledikleri şeylerle mutlu olduğunu söylemiştir:

*"K2: Uyaniyorum mesela sabah Instagram'da gezinmek falan o yarım saat bununla geçiyor zaten. WhatApp'a bakıyorum konuşmalara bakıyorum gruplara bakıyorum onlardan gelen videolara bakıyorum. Mutlu hissediyorum kendimi. O şekilde hayata başlıyorum. Uyandığım da baktığım şey sosyal medyadır."*

K5, sosyal medyada yaşadığı bir tartışma ile çok öfkelenildiğini ifade etmiştir:

*"K5: Facebook üzerindendi, yorum yaptım yorum geldi, bayağı yorumlaştık, yorum yağmuruna tuttum. Ve kız şunu yazdı, sen böyle düşünebilirsin ama gerçekler bunlar dedi ben"*

*de sinirlendim bu kadar açıklamaya bu mu cevap diye. Sonra özelden yazdım, sen babanla yattığın için herkesi de öyle sanıyorsun dedim engelledim.*

*A: Nasıl bir histi?*

*K5: Hala çok öfkeleniyorum buna. Yapı olarak susmam ben hep böyleydim."*

Yine başka bir katılımcı (K3) benzer ifadeler kullanmış ve internette paylaşılan içeriklerin modunu düşürdüğünü ve kaygılandırıldığını söylemiştir:

*"K3: Bir hayvana eziyet vardı hassas içerikliydi ama meraklı olduğum için baktım. Dehşet verici bir şeydi ve ben o gün çok kötüydüm çok etkilendim ama bakmaktan da kendimi geri alamadım. Çok kötü bir eziyet vardı ve bu beni rahatsız etmişti. Özellikle köpekler ve kediler çok hırpalanıyor onu anladım... Modam düştü o an gördüğüm şey gerçektir, hayatta öyle şeyler gerçekten vardı dışarıda bir sürü eziyet çeken hayvanlar vardı böyle şeyler düşündüm."*

K4, yine benzer ifadeler vermiştir:

*"K4: Okuduğum şeyler Türkiye gündemi iç karartıcı şeyleri okuyunca kara kara bulutlar geliyor. Duygu durumumu çok etkiliyor."*

Bir başka katılımcı (K8) da sosyal medyadaki paylaşımların olumlu anlamda duygularını etkilediğini, eğlendirdiğini belirtmiştir:

*"K8: Komik videolarda ise keyifsizim canım sıkılıyor o gün evde baktığım zaman o videolar keyfimi yerine getirebiliyor, eğlenebiliyorum. ...Modumu gerçekten yükselten bir şey bu benim için bir kazanç. Twitter'da çok komik capsler falan oluyor onlara baktığımda genelde modum yüksekse beni eğlendirebiliyor."*

Bir başka katılımcı (K9), diğerlerinden farklı olarak çevrimiçi oyunların onu etkilediğinden bahsetmiştir:

*"K9: Oyun oynarken hırslı hissediyorum. Bütün eşyaları ben toplayım gibi. Pubg'de 20 kişi var ve bunlar arasında hayatta kalan tek kişi olmaya çalışıyorsun henüz olamadım ve bu beni sinirlendiriyor. O tarz bir hırs."*

#### 4.1.1.3.7. Diğerlerinin Neler Yaptığını Merak Etmek

Bazı katılımcılar, sosyal medyada en çok baktıkları şeylerden birisi olarak diğerlerinin neler yaptığını öğrenmek olduğunu söylemişlerdir:

"K3: ...Genelde sınıftan kızlar neler yapıyor diye bakıyorum."

"...Takip ettiğim kişilerin beğenilerine de bakarım kimler neyi beğenmiş gibi."

"K3: Diğerleri ne giyinmişler, nasıl kombinler yapmışlar diye bakarım."

"A: İnternette bulunmadığın sürelerde geri girme isteğin oluyor mu?"

K7: Yok... Ama başka birileri neler paylaşmış diye bakıyorum..."

"A: İnternet kullanıma geçelim. Hangi sosyal paylaşım ağlarını daha çok kullanırsın ve onu seçme nedenin nedir?"

K8: Instagramı çok kullanıyorum, çok aktif değilim sürekli bir şeyler paylaşmıyorum ama çok bakıyorum. İlgimi çekiyor ve like'lar, kim ne yapmış, nerede..."

A: Başka kullandıkların neler?"

K8: Twitter kullanıyorum aslında, hiçbirinde tam anlamıyla aktif değilim, Facebook da kullanıyorum, Twitter da kullanıyorum, Instagram ve Snapchat de kullanıyorum ama hiçbirinde tam anlamıyla aktif değilim, çok nadir paylaşım yapıyorumdur ama girip bakıyorum, kim ne yazmış, neler oluyor, gündemde neler var, neler yok özellikle Twitter'da bakıyorum, takip ettiğim karakterler var onlara bakıyorum."

"A: Sosyal medyaya seni en çok çeken şeyler nelerdir?"

K9: Instagram'da kim ne paylaşmış gibi..."

"A: Instagram'da keşfette çok gezer misin?"

A: Hayır keşfette değil de kim neyi beğenmiş onlara bakıyorum Allah'ım rezalet. Aslında bütün olay orada dönüyor ona bakıyorum. "

"A: Sosyal medyada son bir haftada ne yaptın ayrıntılı olarak anlatır mısın?"

*K10: ...Instagram'a bir iki defa girdim gezmek amaçlı neler var neler yok. Mesela arkadaşımın kuzeni evleniyordu onunla ilgili fotoğraflar videolar atıyordu onları izlemek için giriyordum."*

*"K4:...Neler dönüyor orada bunu merak ediyorum, o yüzden sesleniyor gibi, bak bir sürü tweet var gel oku gibi. Bu hisse kapıldığım için sanırım."*

*"K4:...Düşünüyorum bunu Twitter ve Instagram için neden yapmıyorum diye sanırım birilerinden haber almak neler oluyor, orada nasıl bir dünya var bu ilgimi çekiyor ve oradan ayrılamıyorum gibi düşünüyorum. Bence diğer insanların da aklı orada kalıyor şey gibi yaşamın bir boyutu şu an içinde yaşadığımız şey ise diğer boyutu da sanal bir ortam."*

K5, diğer herkesin yaptıklarını merak edip, sosyal medyada kalmaya devam ediyor:

*"K5:... Herkes yapıyor ya merak ediyorum çünkü ben de yapayım diyorum ama elime bir şey geçmiyor, akranlarımdan geri kalmamak için yapıyorum."*

#### **4.1.2. Hayat ile Bağ Kurma ve İkame Bir Varoluş Yolu Olarak Sosyal Medya**

"Hayat ile bağ kurma ve ikame bir varoluş yolu olarak sosyal medya" teması, katılımcıların sosyal medya araçları ile gündelik hayatları arasında bağ kurabilmeleri olanağına ve kişilerin gündelik hayatlarındaki varoluşlarının yanı sıra kendilerine sosyal medyada da gündelik hayatın ikamesi olarak bir varoluş yaratmalarına dayanmaktadır. Kişiler, sosyal medyada kendilerini ifade ederek, orada sosyal medya kimlikleriyle var olarak, kendilerine ikame varoluşlar oluşturmaktadırlar. Bu tema, "sosyal medyada eğlenmek", eğitim- entelektüel ihtiyaçların sosyal medya ile karşılanması", "gündemin takibi", "alışveriş için internet" ve "sosyal medyada kendini var etmek" alt temalarını içermektedir.

##### **4.1.2.1. Sosyal Medyada Eğlenmek**

En çok görülen temalardan biri olan "sosyal medyada eğlenmek" alt teması, katılımcıların, kötü hissedilen veya sıkılınan veya eğlenmek istenilen zamanlarda kendilerini içinde buldukları bir alan olarak tanımlanmıştır.

*"K1: Facebook kullandım geçmişte... Eğlence amaçlı kullanırdım, gülerdim... Eğlence odaklı şeyler paylaşırdım."*

*"K2: Onun dışında komik video karikatür o tarz şeyleri takip ediyorum."*

"K3: Twitter'da, takip ettiğim birkaç arkadaşım var komik paylaşım yapıyorlar, onların tweetlerini okurum, cevap veririm bazen bu şekilde."

"K4: Genelde RT (retweet) çok yapmıyorum yaparsam da mizahi şeyler oluyor. Eğlendiriyor da beni bazı mizah sayfaları hoşuma gidiyor, saçma videolar, capsler bazen böyle şeylere çok gülüyorum."

"K9: Twitter gerçekten kalbimde yeri çok büyük. Liseden beri kullanıyorum. Fenomen olayı var, birçok fenomen takip ediyorum, Twitter'ı aktif kullanıyordum yazı yazardım fenomenlerden görüyorduk ya da gündeme dair şeyler biz de yazıyorduk aynı cümle kalıplarıyla, mentionlar alıp başını giderdi ama artık fenomenler üzerinden takip ediyorum mizahı gündemi."

K6 ve K8, sosyal medyada beğendikleri şeylerin mizahi içerikler olduğunu söylemişlerdir:

"K6:...komik şeyler olabilir."

"K8: ...daha çok hoşuma giden komik şeyleri likeliyorum (beğeniyorum). Yine baktığım hoşuma giden videolar öyle güldüren komik şeyleri beğeniyorum."

K4 ve K9, diğerleriyle ilişki yolu olarak sosyal medyadaki mizahi paylaşımları kullandıklarını belirtmişlerdir:

"K4: Bir de Twitter'da mesaj kısmında okuldaki arkadaşlarla bulduğumuz eğlenceli tuhaf tipleri birbirimize atıp konuşuyoruz onun üzerinden."

"K9: Ekran görüntüsü alınca bildirim gitmiyor o yüzden mizah dedikodu malzemesi oluyor o yüzden hikâye olayını seviyorum."

K3, kafa dağıtmak için sosyal medyaya girdiğini ifade etmiştir:

"K3: Magazin. Ne olmuş ne bitmiş bazen komik şeyler olur ona bakarım. Çok eğlenceli olur kafa dağıtmak için. Rihanna'nın daha çok yabancıların stalklarını yaparım. "

K4, daha çok eğlendiği için bir uygulamayı diğerinden daha çok sevmiş ve oradaki hesabını tutmaya devam ettiğini ifade etmiştir:

"K4: Sonra Twitter'ı keşfetmeye başladım, Facebook'a nazaran daha değişik gelmişti, kullanmaya başladıkça onu sevdim ve Twitter bana daha eğlenceli geldi, sürekli oraya giriyordum ve orada daha kısa ve daha hızlı akıyor."

#### **4.1.2.2. Eğitim- Entelektüel İhtiyaçların Sosyal Medya ile Karşılanması**

"Eğitim ve entelektüel ihtiyaçların karşılanması" teması, bireylerin, mesleki, akademik, eğitim ve entelektüel ihtiyaçlarının sosyal medya ile karşılanması deneyimlerinin yorumlanmasından belirlenmiştir.

"A: Forumlara, sözlüklere girer misin, vakit geçirir, güvenir misin?"

K6: Eğer ihtiyaç duyduğum, bilmediğim bir şey olunca yazıp bakıp oralardan öğrendiğim şeyler oluyor."

"K7: Takip ettiğim kişiler genelde psikolog ya da yazar oluyor. Kendine dair paylaşımları olan yazılar, şiir olabilir bazı şairleri takip ediyorum. "

"A: Bunlardan genel olarak bahsettin ama internette en çok ne yaparak vakit geçirirsin?"

K8: Genelde bir şeyler izlerim, mesela direkt sosyal medya değil, diğer zamanlarda dizi izleyerek harcıyorum, günde 1-2 saatim yabancı dizileri izlemekle geçiyor aslında belli bir dönemde belli bir dizi izliyorum farklı diziler izlemiyorum. Genelde dizi izlemek ve video izlemek diyebilirim mesela Youtube'da da izliyorum, bakıyorum Instagram'da, Twitter'da akışta bir şey yok yeniledikçe, o zaman Youtube'da bir şeyler izlerim bakarım.

"K5: Akademik olarak sayfaları takip ederim."

"K6: Youtube videoları izlerim, Youtube'da takip ettiğim kanallar var bunlar daha çok eğitim, sanat, kültür kanalları. Onları izliyorum."

"K9: Facebook'ta bu ara felsefe dergisi var düşün bil diye ona bakıyorum, takip ediyorum, videoları izliyorum. Psikanaliz, varoluşçuluk ile ilgili şeyler var daha çok video çeviriyorlar güzel işler yapıyorlar onları takip ediyorum. Ben Twitter'da bir şey yazmadım ama Instagram'da story (hikâye) attım o da kitaplıkta Balzac'ın kitabını Türkçe ilk basımını buldum onu paylaştım heyecanlanmıştım."

"K10: Dini içerikli sayfaları da çok beğeniyorum. Instagram'da düğündü makyaj gibi sayfaları beğeniyorum. Psikoloji ile ilgili çok sayfa beğeniyorum özellikle bilgi almak için. Twitter'da daha fazla psikoloji içerikli şeylere bakıyorum daha fazla akış oluyor orada. Psikologları, hocalarımızı beğeniyorum takip ediyorum Instagram'dan ziyade. Instagram'da daha çok günlük şeyler tesettür kıyafetleri gibi nişan abiye kıyafetleri gibi ya da dini içerikli şeyleri takip ediyorum."

K2, sosyal medya üzerinden müzik dinlediğini ve ders çalıştığını ifade etmiştir:

"K2: Genelde hep müzik dinlerim. Telefonumun çok hafızası yok. O yüzden indiremediğim için Youtube benim için müzik. KPSS çalışırken Benim Hocam hesabındaki videoları izliyordum. "

K3, alanı ile ilgili sayfaların iyi geldiğini ve sanat ihtiyacını sosyal medyadan takip ettiğini belirtmiştir:

"K3: Benim takip ettiğim sayfaya göre değişir bu. Bir akademik sayfa olursa veya etkinlikle alakası olursa bana iyi gelebilir. Bir eğitim vardı bilgi almak için ona baktım psikologa, çok sevdiğim bir sanatçı var albümü çıktı ona baktım."

K4, sosyal medyanın kendisine çeken yönleri arasında bir şeyler öğrenmek olduğunu söylemiştir:

"K4: Çeken şeyler... Bir şeyler öğrenmek."

"K4: Facebook'ta genelde gruplar oluyor ve o gruplara üye olurdum, o gruplardan bazıları tartışma platformları bazıları kitap şiir paylaşım platformlarıydı. Bir de haber paylaşan yerler vardı ve girip yaptığım şey haber okumaktı ya da sayfalara girip kitap okumak, şiir okumak ya da tartışma forumları oluyordu birileri bir şey yazıyordu ve ben o yorumları okuyordum birileri bir şey yazıyor ve ben onları okuyordum. Yaptığım şey buydu."

#### **4.1.2.3. Gündemin Takibi**

"Gündemin takibi" teması, kişilerin sosyal medya hesaplarını kullanma nedenleri arasında, gündemi ve haberleri takip etmek olduğu ifadelerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur.

"K6: Twitter'da daha resmi bir ortam var, haber kanalları, takip ettiğim televizyon tartışma programları var onları oradan takip ediyorum. Gündem haberleri olabilir, televizyon kullanmıyorum hiç çünkü. Haberleri takip ediyorum."

"K8: Haber izlemek yerine onları takip ediyorum, daha çok hoşuma gidiyor. Siyasi bir gündem olursa beğenirim."

"K9: Twitter'da seçimin erkene alınması çok konuşuldu onlara baktım, onlardan beğendim."

"K10: Ülkede gelişen olaylardan haberdar olmak için daha çok Twitter'ı kullanıyorum."

#### **4.1.2.4. Alışveriş için İnternet**

"Alışveriş için internet", sosyal medya kullanım gerekçeleri arasında alışveriş yapma kolaylığı sağlaması ifadelerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur.

"K2: Trendyol'u çok aktif kullanan bir insanım, dışarıdan hiç alışveriş yapmam."

"K6: Alışveriş için kullanıyorum. Çarşıdansa internet üzerinden alışveriş yapmayı daha çok seviyorum."

"K7: Son zamanlarda alışveriş için de kullanıyorum güzel ve uygun siteler oluyor. Alışveriş için bakıyorum, bazen kuaförlere bakıyorum."

#### **4.1.2.5. Kendini Sosyal Medyada Var Etmek**

Kendini sosyal medyada var etmek temasına, katılımcıların, sosyal medyada da varlıklarını sürdürme isteklerinden ve "ben de buradayım" demelerinden yola çıkılarak ulaşılmıştır.

K1, sosyal medyada kendini yok ederek varlığını sürdürdüğünü ifade etmiştir:

"A: Sen o gücün içinde kendini nasıl var ediyorsun?"



*K1: Yok ederek. Çünkü o kitlenin içinde olduğumu düşünmüyorum. O alanda yok ederek kendi alanımda var ediyorum çünkü çok etkili kullanan arkadaşlarım da var. Ama kendim o alanda yokum ve bambaşka yere geldim."*

K3 de sosyal medyanın bir gücü olduğuna inandığını ancak kendisini o gücün dışında tuttuğunu belirtmiştir:

*"A: Peki sen bu gücün içinde kendini nasıl tanımlarsın? O güce ait misindir?"*

*K3: Hayır. Çünkü olayların dışında kalmak bana huzur verir. "*

K4, kendini gücün içinde çok etkin olduğunu düşünmese de bulunduğunu ve orada varlık gösterdiğini ifade etmiştir:

*"A: Sen o gücün içinde kendini nasıl var ediyorsun?"*

*K4: O gücün içinde belki ben de bazı fikirleri destekleyip onlarla onlara hizmet ediyordumdur bilinçli ya da bilinçsiz. Ya da bazen karşı gördüğüm düşüncelere fikirlere karşı çıkıp bu güce karşı çıktığımı hissediyordumdur... Ama çok da etkin ve o gücün bir fedaisi olarak görmüyorum kendimi."*

K5, sosyal medyada olmamanın iletişimi kapatmak olduğunu ve bu nedenle hem gündelik hayatta hem de sanal hayatta bulunduğundan bahsetmiştir:

*"K5: ...Bence diğer insanların da aklı orada kalıyor şey gibi yaşamın bir boyutu şu an içinde yaşadığımız şey ise diğer boyutu da sanal bir ortam. Orayı kapatınca bir odaya geçip kimse ile iletişime geçmemek gibi bir şey oluyor. İki boyutlu gibiyiz bir sanal âlemde varız bir de gerçek âlemde sürekli bizi yokluyor ben de varım haydi bana da bak diyor."*

K6, sosyal medyada bir şeyleri ifade ederken o alandaki varlığını kalıcılaştırdığını, bu sayede de kendini duyurabildiğinden bahsetmiştir:

*"K6: Sessiz kalamıyorum, ben de varım diyebiliyorum. Var olmak istiyorsun, silik bir insan olmak istemezsin, kimsenin haberi olmadığı bir şeyler biri olmak değil, bir şeyler bırakmak istiyorum olabilir. Ben yazma gibi bir geleceğim olsun istiyorum seviyorum ona da başlangıç yapıyorum..."*

K7, sosyal medyanın gücüne inanıp; kendini de o gücün içinde yön veren konumunda gördüğü dile getirmiştir:

*"K7: Bence ben bir şeyler duyuyorum, hissediyorum ve kendime yön veriyorum. Bir şeyler paylaşarak insanlara da yön veren konumda gibi hissediyorum. Bazen bazı kişilere bu hoş gelmiyor ama bu da benim için bir yön demek. Böyle yön veren ve önde duran biri gibi."*

K8, sosyal medyada görüş paylaşarak varlığını kanıtladığını belirtmiştir:

*"A: Söyleyebilmek dile getirmek sana nasıl geliyor?"*

*K8: Hem iyi hem de böyle iyi hissettiriyor, "ben de buradayım" demek, ben de size katılıyorum evet."*

K9 ve K10 sosyal medyanın gücüne inanmakla birlikte kendilerini etkin görmediklerini ve o şekilde orada varlıklarını sürdürdüklerini söylemişlerdir:

*"A: Sen o gücün içinde kendini nasıl tanımlıyorsun?"*

*K9: Pek önemim olduğunu düşünmüyorum, aykırı bir durumum yok çünkü ya da aşırı göstermiyorum. Bu sebeple güçlü ya da linç yiyeceğim bir konum olmuyor. Ben daha izleyici konumundayım. Hashtag yapalım gibi bir durumum da olmuyor. Yapsam ne olur diyorum milyonlarca kişiden tek kişiyim bir etkim olmadığını düşünüyorum."*

*"A: Sosyal medyanın gücüne inanır mısın?"*

*K10: İnanyorum.*

*A: Sana göre gücü nedir ve sen o güce dâhil misin?"*

*K10: Tanıtım gücüne çok inanıyorum birini ön plana çıkarma mesela Youtuberlar milyonlarca takipçi alabiliyorlar. Ben bu güce inanıyorum ama o güçte değilim çünkü kendimi sosyal medyada ön plana çıkarmayı sevmiyorum."*

#### **4.1.3. Çelişkiler ve İkilemler**

Çelişkiler ve ikilemler üst teması, katılımcıların sosyal medya ile aralarında gitgeller olmasına rağmen onu kullanmaya devam etmelerinden oluşturulmuştur. Kişiler, sosyal

medyanın kontrolsüz, güvensiz bir yer olması ve onunla güç savaşı vermek ya da yaşadıkları saldırınlara ve onların olumsuz duygusal etkilerine rağmen sosyal medyayı kullanmaya devam etmektedirler. Bu üst temanın, "kim kimi yönetiyor? Sosyal medya ile savaşmak", "kontrolsüzlük hissine rağmen kalmak", "güvensizlik- tekinsizliğe rağmen kalma deneyimi" ve "siber zorbalığın etkilerine rağmen kalmak" olmak üzere 4 alt teması vardır.

#### ***4.1.3.1. Kim Kimi Yönetiyor? Sosyal Medya ile Savaşmak***

Bu alt temayı deneyimleriyle oluşturan katılımcılar, sosyal medya ile aralarında bir güç savaşı olduğuna ve ona karşı savaş verdiklerini söylemişlerdir. Sosyal medya mı bireyleri yoksa bireyler mi sosyal medyayı yönetiyor, böyle bir ikilemleri vardır. Sosyal medya hesaplarını açıp; kapatarak ve tekrar sosyal medyaya dönerek bu ikilemlerin içinde kalmaya devam etmektedirler.

K1, insanların sosyal medya üzerinden yönetildiğine ve kendisinin de kullanmak istememesine rağmen rahatlamak için kullanmaya devam ettiğinden söz etmiştir:

*"A: Sosyal medyanın gücüne inanır mısın?"*

*K1: Evet çok.*

*A: O gücü tanımlar mısın?"*

*K1: Bunun üzerinden para kazanan var koyun kitle çok fazla var ve ona ulaşmak da çok kolay. Bana hayattan daha fazla uzaklaşmış, bilgiden uzaklaşmış insanlar etkileniyor gibi geliyor. "*

*"K1: Instagram'la birlikte çok arttı lise sona doğru. Fotoğrafa bakmak hoşuma gitmiyor bile olsa rahatlamam için onu açmam gerekiyordu, o tuşa basmam gerekiyordu."*

K2 ise sosyal medyanın kararlarını çok etkilediğini ve bu sebeple dönem dönem kapattığını açıklamıştır:

*"K2: Bir karar verme aşamasında olduğum için sosyal medyanın kafamı karıştırmamasını istemiyorum. Aslında çok kritik bir zamandayım. Verdiğim karar ya beni şuradan düşürecek ya da daha ileriye taşıyacak. Ve 1 ay sonra okulum bitiyor KPSS var aileme karşı bir sorumluluğum var. Bir seçim yapmam lazım ve onu düşünmek için..."*

Aynı kullanıcı, sosyal medyanın gücünden, sosyal medyanın farklı dünyalar sunmasından ve kişilerin o dünyalara kapılabilmesinden bahsetmiştir:

*"A: Sosyal medyanın gücüne inanır mısın?"*

*K2: İnanılmaz bir gücü var benim üzerimde inanılmaz bir gücü var. Cidden insanı her açıdan etkiliyor. Bak dinlediğin müzikte ayrı bir âleme gidiyorsun Instagram'da ayrı bir âleme gidiyorsun. Sana o kadar farklı dünyalar sunuyor ki ona çok kolay da kapılabilirsin, kendini geri de çekebilirsin. Her ortama çekilebiliyorum."*

K4, sosyal medyanın hayatında büyük yer kapladığını ve bunu engellemek için sık sık uygulamaları kaldırıp, tekrar yüklediğinden bahsetmiştir:

*"K4: WhatsApp büyük bir yer kaplıyor, sürekli birilerine cevap vermem gerekiyor onun dışında bazı zamanlar hayatımı çok kapsıyor sosyal medya ve bunu hissediyorum, bundan çok sıkılıyorum o zaman da tüm hesaplarımı donduruyorum, uygulamaları siliyorum bir iki hafta yaşıyorum sonra tekrar yavaş yavaş geri dönüyorum. Yani gitgelli bir sosyal medya kullanıyorum."*

K5, sosyal medya ile ele geçirme savaşı verdiğini ifade etmektedir:

*"K5: Ben ara ara siliyordum çok vaktimi almaya başladığında özellikle, şu anda da öyle yaptım."*

*A: Sürekli bir çatışma halindesin sanki?"*

*K5: Evet sen beni ele geçiremezsin ben seni ele geçireceğim gibi... Ben hep şöyle düşünüyorum orada biri var ve ele geçirmeye çalışıyor gibi."*

K6 da sosyal medyanın oyalaması sebebiyle hesaplarını ara sıra kaldırıp, tekrar yüklediğini ifade etmiştir:

*"K6: Instagram, Twitter bir de WhatsApp hesaplarım var aktif olarak kullanıyorum. Bunun dışında, internet bankacılığı kullanıyorum. Instagram'da daha aktifim ama onu da ara ara kaldırıyorum beni oyaladığını düşünüyorum."*

K8, sosyal medyanın hayatında daha az etkisinin olmasını istediğini ifade etmiştir:

"A: Anladığım kadarıyla sosyal medya hayatında yer tutan ve etkileyen bir şey, bu durumu nasıl buluyorsun, böyle olmasını ister misin?"

K8: İstemem aslında. Ben her zaman öyle bakmaya çalışıyorum ama bir tık ötesini geçiyor her zaman mesela canım sıkıldı azıcı bakıp çıkayım gibi bir etkisi olsun istiyorum hayatımda. Ben ona kural koyabileyim istiyorum ama bunu çok beceremiyorum. Daha büyük etkisi olmasındansa yani aman fotoğraf paylaşayım, şuraya gittik gibi bir şeyim yok benim ama gördüğüm de oluyor. Sırf fotoğraf paylaşmak için fotoğraf çekiyorlar, saçma geliyor. Öyle biri değilim ama sırf kafa dağıtmak için 10-15 dakika girip çıkayım isterdim. Az etkisi olsun isterdim."

K9, teknolojinin onu kullanacağı korkusundan bahsetmiştir:

"A: Korkutan tam olarak nedir?"

K9: Bizim sevdiğimiz, kullandığımız şeyler zamanı gelince bizi kullanabilir şu anda da kullanıyordur büyük ihtimalle. Önceden derdim ki teknolojinin köpeğiyim bayılıyorum bu olaya ama artık demiyorum. Çünkü bunun mecazi anlamda değil de gerçek olmasından korkuyorum.... Bizi aleni bir şekilde kontrol edecekler şu an tam değil ama sinsi sinsi yapıyorlar. Ben şu an bunu bırakabilirim ama bırakmak istemiyorsun sıkıntı orada."

"A: İnternette kaygılandığın korktuğun anlar oluyor mu?"

K9: Black Mirror diye bir dizi var (Netflix dizisi) onu izledikten sonra bayağı tedirginim bilgisayarımın kamerasını kapatıyorum ya da artık bir şeyler yaparken daha dikkatli oluyorum, geri alamayışım aklıma geliyor ya da gerçekten beni bu tarz şeyler korkutuyor. Elon Musk'ın yaptıkları müthiş şeyler ama yine de bende geri çekilme yaşattıyor korkutuyor."

#### **4.1.3.2. Kontrolsüzlük Hissine Rağmen Kullanmak**

"Kontrolsüzlük hissine rağmen kullanmak" teması, katılımcıların sosyal medyada kontrol edemedikleri durumların onları nasıl etkilediği ve belirsizlik anları gibi deneyimlerinden oluşturulmuştur:

K2, insanların sosyal medyada kimliklerini rahatça saklayabilmesi, farklı göstermesi gibi durumları onda korku yaratacak şekilde anlamlandırıldığını ifade etmiştir:

*"A: İnternette en çok ne yaparak vakit geçirirsin?"*

*K2: Instagram'da takılmak. Bu arada şeyi anlatıyım. Bana Instagram'da bir kadın sardı. Biseksüelmiş. Aslında benim internette en çok korktuğum şey bu. İnsanların kimliklerini rahatça saklayabilmesi."*

K3, tanımadığı kişilerden mesaj gelebiliyor olmasının onu rahatsız etmesinden bahsetmiştir:

*"A: Kavga ettiğin anlar oldu mu?"*

*K3: Tanımadığım birisi mesaj isteği atar bazen bir şeye sinirlenince ondan çıkarırım sinirimi, niye istek atıyorsun, mesaj atıyorsun gibi. Ne derdin var beni rahatsız etmeye hakkın var mı gibi engellerim direkt. Bu da beni rahatsız eder tanımadığın insana niye mesaj atıyorsun bu özgürlük nereden."*

K4, sosyal medyanın belirsizliğinden ve net sınırları hissettirmemesinden bahsetmiştir:

*"A: Orada var olmak sana nasıl geliyor?"*

*K4: Bilmiyorum bazen güzel bazen kötü, hayat gibi sosyal medya benim için net çok iyi hissettiriyor iyi ki oradayım ya da çok kötü hissettiriyor da diyemiyorum ortasında."*

K5, internetteki her şeye kontrolsüz erişimin rahatsız edici olmasından bahsetmiştir:

*"K5: İnternette kolay erişilebilmek korkutuyor beni."*

*"K5: Seks işliğı vesaire yapabilirler buna bir şey demiyorum ama yaşamak istiyorsan dışarıda var zaten sosyal medyaya bunu atma çünkü herkes bunlara erişiyor, küçük çocuklar ulaşabilir ve bu beni korkutuyor ve bunlardan fazla tetikleniyoruz. Pornografik şeyler insanları tetikliyor, çocuklar çok etkileniyor bunlardan. Şu an tacizler ve tecavüzler de bundan dolayı arttı bence. Çünkü erken yaşta maruz kalmaya başladı herkes, arkadaşın beğendiyse senin sayfanda çıkıyor öyle bir durum."*

K6, internette verilerin kolayca saklanabilmesi ve bunların hiçbir zaman silinmeyecek olmasının getirdiğı deneyimden bahsetmiştir:

*"K6: Şeyden de soğudum çok fotoğraf paylaşımından, mesela Snapchat'te anlık fotoğraflar paylaşılıyor ya o yüzden soğudum, onların kayıt altına alındığını öğrendim, aslında bunu biliyordum ama unutmuşum sanırım tekrar hatırladım."*

K8, internetin kontrolsüz bir yer olmasını, sosyal medyada karşısına aniden onu olumsuz bir şekilde etkileyebilecek bir şey çıkarmasına bağladığını ifade etmiştir:

*"K8: Mesela şu an telefonu elime alsam hiç farkında olmadan moralimi çok bozan bir şeyler karşılaşılabirim. Zaten çocuklar konusunda hassas olduğumu söylemişim. Bir çocuğun hasta olduğu bir video paylaşılıyor mesela, onu gördüğüm zaman anında modum düşebilir ve tüm günüm mahvolabilir. Kontrolsüz, hiç kontrolü olmayan bir şey bence."*

K9, internette yaptıklarını geri alamayacak olmasının tedirginliğinden bahsetmiştir:

*"K9: Artık bir şeyler yaparken daha dikkatli oluyorum, geri alamayışım aklıma geliyor ya da gerçekten beni bu tarz şeyler korkutuyor."*

K10, internette birden çıkan ani görüntülerin kontrolsüzlüğünden ve kendisini kötü hissettirmesinden bir deneyimle bahsetmiştir:

*"A: Sosyal medyada rahatsız olduğun durumlar oluyor mu?"*

*K10: ...Pornografik siteler birden açılıyorlar onlardan rahatsız ediyorum. Geçenlerde araştırma yaparken birden çıktı ve çok iğrenç bir görüntüydü nasıl kapatacağımı bilemedim o anlamda ve günlerce gitmedi gözümünden. Kendimi çok kötü hissettim."*

#### **4.1.3.3. Güvensizlik- Tekinsizliğe Rağmen Kalma Deneyimi**

Bu alt tema, kişilerin sosyal medyada başta ilişkiler olmak üzere birçok alanda güvensizlikler yaşadığı bilgisinden yola çıkılarak oluşturulmuştur.

Bazı katılımcılar sosyal medyada kurulan ilişkilere güvenmediklerinden, az güvendiklerinden ya da sonunda zarar görebileceklerinden bahsetmişlerdir:

*"A: Güven duygusu nasıldı?"*

*K1: Güvenmiyorum ama ben buna güvenmemeliyim gibi değil, güvenip anlattığım şeyler de oldu yüz yüze de görüşebilirim hatta bu şansı yaratmaya çalışırım. "*

*"A: İnternette kurduğun yabancı arkadaşlıklar sana neler hissettirdi?*

*K2: Tabii ki güvensiz bir durum."*

*"K3: Bana güvenilir gelmiyor, sonunda kötü bir şey çıkacağını düşünürüm ama yapabilirler. Ama ben güvenmem sahte bir hesap mı yakından tanıdığım biri mi de bilgi almaya çalışıyor, yaşlı bir adam olabilir, hırsız olabilir, takıntılı manyak olabilir bu sebeple güvenmem."*

*"K7: Hep önümde olumsuz örnekler var, biriyle internet üzerinden konuşup, görüşemeyecek kadar uzak bir şehirdeyse onu anlayamazsın belki o arada neler yapıyor bilemeyeceksin, seni seviyor mu gibi..."*

*"K9: Güvenmem pek tanışmadım dedim ama Facebook'ta okey oynarken muhabbet dönerdi ben dahi saçma sapan yalan söyledim olmadığım bir kişiyi tanıttım."*

*K10 internet üzerinden kurduğu bir ilişki deneyiminden bahsetmiştir:*

*"K10: Bunun zorluğunu yaşadım belki bundan faydalanmak istedi uzak birisi yalan söylese öğrenmeyeceğimi düşündü ve ben de rastlantısal şekilde öğrendim yoksa öğrenmem yine mümkün değildi. Bu yüzden bana bu güvensiz geldi. Ne dese inanmak zorundayım ve yalanı da görünce güvensiz buldum uzaktan böyle ilişkiler zor oluyor."*

*K5, güvenlik gerekçesiyle hesabını kapatmış ve özel bilgilerini kaldırmış olduğunu ifade etmiştir:*

*"A: Hesapların gizli midir?*

*K5: Evet gizlidir.*

*A: Ne oluyor da gizli?*



*K5: Güvenli değil çünkü. Birisi beni ekledi ama benim yazdıklarımı yazmış yani biyografi kısmında ve onu da mı silsem dedim çok güvensiz bir alan. Öfke ve kızgınlık yaşadım o anda."*

Yine aynı kullanıcı tanımadığı kişilerden arkadaşlık isteği geldiğinde belirsizlikte kaldığından bahsetmiştir:

*"A: İstek gelince ne oluyor?"*

*K5: Bu kim yaa diyorum, belirsizlik bir alanı oluyor kalmak istemiyorum."*

K6, fotoğrafları sebebiyle hesaplarını gizli yaptığını belirtmiştir:

*"A: Hesapların dışarıya gizli midir, açık mı?"*

*K6: Gizli. Çünkü sadece kendi tanıdığım arkadaşlarım ekli. Twitter'im açık olabilir, orada fotoğraf paylaşmadığım için.*

*A: Yakın çekim neden paylaşmıyorsun?"*

*K6: Bunu hiç düşünmedim evet genelde uzak çekim fotoğraflarım var ama şeyi biliyorum, profil fotoğrafının yakın çekim olmaması gerektiğini biliyorum, kopyalama olabilir diye. Bunu da yeni öğrendim. Birileri yapar diye değil de önlem amaçlı çünkü yine de bilemiyoruz sonuçta. O yüzden uzak çekimli fotoğraf koydum."*

K8 ve K10 da fotoğrafları sebebiyle hesaplarını gizli yaptığını belirtmiştir:

*"A: Hesaplarım Twitter hariç gizli demiştin buradaki sebep nedir?"*

*K8: Fotoğraflarımın biri tarafından alınacak olması beni tedirgin ediyor, ya birisi alırsa, kötü bir şey için kullanırsa gibi korkular, bir de montaj olayları çok arttı, korkunç geliyor bana. Benim yüzümü kullanarak çok farklı şeyler yapabilecekleri geliyor aklıma. Özellikle yazdığım şeyler değil de kendi fotoğraflarım konusunda çok hassasım."*

*"K10: Daha çok mesela kendi yüzümü atmayı uygun bulmuyorum Instagram hesabıma ya da diğer hesaplarıma. Çünkü kendi yüzümü önplana koyunca insanlar bunu kullanabilir*

*farklı yöne çekebilir bir de daima internette kalacağı düşüncesiyle kendimi o yönde biraz soyutluyorum açıkçası."*

#### **4.1.3.4. Siber Zorbalığın Etkilerine Rağmen Kullanmak**

"Siber zorbalığın etkilerine rağmen kullanmak" alt teması da kullanıcıların yaşadıkları sanal zorbalıkların etkisini açıklamaktadır. Kişiler olumsuz durumlar karşısında kullanıp kullanmama ikilemleri ve sosyal medyada kalma deneyimlerinden bahsetmektedirler.

Katılımcılardan 5 kişi (K2, K4, K5, K7, K8) siber zorbalığa maruz kalma deneyimlerini anlatmışlardır:

Örneğin K2, siber zorbalıkla ilgili bir deneyiminden ve bu deneyimin onu, tüm hayatını, aile, sosyal ve duygusal ilişkilerini ne kadar çok etkilediğinden bahsetmiştir:

*"K2: Facebook ile ilgili kötü bir yaşanmışlığım var. Ondan sonra bir daha Facebook açmadım zaten. ...Benim eski bir erkek arkadaşım ben ondan ayrıldım diye benden ayrılmadan 1 gün önce şey istiyor bana resimlerini atar mısın normal yüz profili olan resimler. Ben de tamam diyorum ama istemiyorum onu aslında. Sonra bir bakıyorum ki bana Facebook'umda güzel bir video yapmış işte "Antep'in or....." bilmem ne. Sadece yüz resimlerim ama hani herhangi bir şey yok. O şekilde o videoyu benim Facebook'umun şifresini kırmış ve onu yayınlamış. Ondan sonra Facebook'u bir daha kullanmama kararı aldım.*

*A: Senin için o süreç nasıldı? Nasıl bir deneyimdi?*

*K2: Çok zor bir süreçti yani inanılmaz zordu. Çünkü ortada bir şey yok bazı kadınların Allah yardım etsin çıplak resimleri oluyor benim öyle bir şeyim yok çok şükür. Bu süreç zor geçti ailemin bana güveni kırıldı ister istemez. Benim şu an ki ilişkiye tutunma sebebim de bu zaten. Ailem o çocuğa ve ailesine çok güveniyor. Bana zarar vermeyeceğini biliyor ama ben mutsuzum. Onlar için devam ediyorum şu anda."*

K4 katılımcısı sosyal medyadaki tacizlerden dolayı rahatsız olduğunu ve paylaşım yapmaktan kaçınmaya başladığını ifade etmiştir:

*"K4: Erkeklerin yaptığı bir paylaşımından sonra direkt çirkin bir şekilde sohbet etmeye çalışmaları, iğrenç mesajlar atıyorlar bazen bunlar beni rahatsız ediyor... Genelde engelliyorum ve siliyorum mesajı. O zaman bir şeyi paylaşmak ya da birinin gönderisini beğenmek yorum yapmak istemiyorum."*

Bir başka kullanıcı (K5) ise Facebook'un dürtme özelliğini tacizlere benzediğini ifade etmiştir:

*"K5: Facebook'ta dürtme diye bir olay vardı ona sinirlenirdim, saçma şeyler olurdu. Böyle laf atma gibi, taciz gibi geliyordu."*

K7, sayfasını herkese açtığında taciz içerikli mesajlar aldığını ve çok tedirgin olduğunu ifade etmiştir:

*"K7: Yazılarımdan dolayı sayfamı bir ara herkese açık yapmayı düşündüm, bunu yapınca hiç tanımadığım birisi telefon numarasını yazıp altına çok haklısın bence bu konuları konuşmalıyız bir de ağza alınmayacak bir laf söylemişti, bir tanesi de benim hiç fotoğrafım yok sadece küçük bir fotoğrafım var oradan da anladım ki çok güzelsin gibi çok hoş olmayan bazı tabirler kullanmıştı ve o an çok tedirgin olmuşum. Ve beni takip eden bir sürü tanıdık, akrabalarım var görecekler ve onun da tedirginliği olmuştu. O kişiyi engelleyip yorumu sildim ve sayfamı gizlemiştim."*

K8, sosyal medyada taciz içerikli mesajlar aldığını ve bu sebeple sosyal medya hesaplarını kullanmak istemediğini belirtmiştir:

*"K8: Onun dışında başka birinin eline geçmesin diye kilitli kullanıyorum. Yakın zamanda da Instagram'dan tanımadığım birinden çok çirkin tacize yakın mesajlar almıştım. Daha önce tanıdığım bir insan ama tanımıyorum sahte hesap kullanıyor- erkek olduğunun da farkındayım. Tacize yönelik mesajlar almıştım o olmuştu 2-3 hafta önce. Huzurum kaçmıştı, kullanmak istememişim, saçma gelmişti. Tedirgin oldum korktum, karşıma bir yerden çıkar, bir şeyler olur diye."*

#### **4.1.4. Otantik Olmayan Bir Varoluş Şekli Olarak Sosyal Medya**

Bu temanın oluşmasındaki etkenler, kişilerin gündelik hayattan farklı olarak sosyal medyada yeni kimlikler ve yeni deneyimler yaratmalarınıdır. Örneğin, bazı katılımcılar,

gündelik hayattaki sorumluluklarını bu varoluş alanında reddetmişlerdir, bazıları idealize ettiklerini sosyal medyada göstermişlerdir, bir kısmı derin ilişkilerin bu alanda bulunamayacağını ve sahteliklerin yer aldığını ve sıkılma ve boş anlar durumlarında kendilerini burada var ettiklerini ifade etmişlerdir. Kişiler gündelik hayatta yapmanın zor olmasının aksine burada bir tuşa basarak istediklerini görmezden gelebilmektedirler. Bu üst temanın alt temalarını, "idealize edilen benliğin paylaşımı", " derin ilişkilerin ve gerçekliğin olmaması", " sıkılanan anlarda ve boş zamanlarda sosyal medyaya sarılmak" "sosyal medyada özgürlük hissi ve sorumluluğun olmaması", "görmezden gelebilme kolaylığı" ve "sosyal medyada hayatı kaçırdığını hissetmek" temaları oluşturmaktadır.

#### ***4.1.4.1. İdealize Edilen Benliğin Paylaşımı***

Bu alt tema, bazı katılımcıların sosyal medyada kendilerini olduklarından farklı göstermelerinden, idealize ettikleri benliklerini paylaşmalarından ve gündelik hayatta mümkün olamayacak şekilde sadece iyi ve mutlu hallerin yaşandığını göstermelerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur.

K2 katılımcısı sosyal medyada kendini olduğundan daha güzel ve daha yetenekli paylaştığını ifade etmiştir:

*"K2: Sosyal medyaya daha güzel çıktığım fotoğrafları koymaya çalışırım. Daha zayıf çıktığım. Ondan sonra mesela şehir dışındaki kuzenlerim falan Damla ne kadar zayıflamışın derler hâlbuki gerçekte öyle değildir."*

K2, annesinin yaptığı yemeği, kendisi yapmış gibi sosyal medyada gösterdiğini belirtmiştir:

*"K2: Yemek paylaşımlarından çok nefret ederdim ta ki ben de paylaşana kadar. Çok yakın bir arkadaşım çok paylaşırdı şuradayım buradayım sürekli yemek yemek yemek... Baktım çekeceğim çok da bir şey yok ben de bir tane yemek paylaştım. Bu arada benim hiç yemek kültürüm yoktur hiç yapamam. Annem yapardı ve ben de onu paylaşırdım ellerime sağlık diye. "*

K3, kimsenin mutsuz olduğu anı göstermek istemediğini ve kendisinin de hep güzel anlarını paylaştığını ifade etmiştir:

"K3: Çünkü kimse mutsuz olduğunu göstermek istemez. Herkes her şeyin iyi olduğunu göstermek ister.

A: Hep güzel anlarını mı paylaşırsın?

K3: Evet."

K4 ve K8 daha güzel fotoğraflar paylaştıklarını ve bunun daha çok hoşlarına gittiğini ifade etmişlerdir:

"K4: Daha güzel çıkan resimler paylaşmak daha çok hoşuma gidiyor çünkü o daha güzel."

"A: Koymaya (fotoğraf) sevk eden şey ne oluyor o süreçte?

K8: Mesela güzel çıkmış, evet ya bunu koyayım diyorum, kendimi beğendiysen..."

K9, olumsuz ya da sıradan anların değil, ilginç ve güzel anların paylaşılması gerektiğini söylemiştir:

"K9: Hastaysam, evdesin sıkılıyorsun ama yaptığın her haltı insanlara haber vermeye gerek yok, tuvalete gidiyorum şunu yiyorum gibi saçma şeyleri paylaşmıyorum. İlginç olan, göze güzel gelen şeyleri paylaşayım diye insanların rahatını bozayım."

K10, sosyal medyada mutsuzluk gibi duyguların değil mutluluk gibi anların paylaşılması gerektiğine inandığını ifade etmiştir:

"K10: Gösterdiğim yönlerim de hep iyi yönlerimizi gösteriyoruz doğal olarak. Gezerken, mutluyken hep iyi yönlerimizi. Ben hiçbir zaman mutsuzken kendimi kötü hissederken sosyal medyada paylaşım yapmıyorum. Daha çok gezdiğim iyi olduğum, mutlu olduğum anlarımı paylaşıyorum kendimi böyle gösteriyor gibi oluyor."

#### **4.1.4.2. Derin İlişkilerin ve Gerçekçiliğin Olmaması**

Bu alt tema, kişilerin sosyal medyada gerçekçi ve derin ilişkilerin kurulamayacağı ifadelerinden ve orada gerçek temasların bulunmadığı görüşlerinden yorumlanarak oluşturulmuştur:

K1, sosyal medya üzerinden kurulan ilişkilerin yüzeysel olduğunu belirtmiştir:

*"A: Nasıl iletişim kurdun ve ne kadar derindi?"*

*K1: Yüzeyseldi gayet..."*

K2, sosyal medyanın itici yanlarından biri olarak gerçekçi temas kurulamaması olduğunu ifade etmiştir:

*"K2: İtici tarafı her zaman gerçek temastan yanayım. Bir arkadaşım ile konuştuğumda bile şu an konuşmayalım 2 gün sonra yüz yüze konuşalım derim. Göz teması ve karşılıklı ilişkiyi daha çok seven bir insanım. Daha gerçekçi geliyor bana. O yönü itici bir de."*

K3, sanal hayat ve gündelik hayatın arasında bir paralellik olmadığını, insanların farklı gösterdiklerine inandığını belirtmiştir:

*"A: Sanal hayat ile dışarıdaki hayat ile paralellik var mıdır?"*

*K3: Öyle olduğunu düşünmüyorum, insanlar kendilerini çok farklı yansıtabilirler hiç olmayan şekilde. Veya şu da olabilir hayatında kötü bir şey yaşadığında direkt dile getirip yazabilir o kötü şey iyi şeye dönüştüğünde de yazabilir. Ama sanatçılara baktığımda hayatlarının o kadar mükemmel olmadığını görebilirim, onun altında memnun etmeyen zorluklar olabilir."*

K4, sosyal medyadaki ilişkilerin gerçeği yansıtmadığını ve bu durumun itici geldiğini ifade etmiştir:

*"K4: Instagram'da paylaşılan resimlere bakıyorum, yapılan yorumlar insanların. Aynı kişileri sınıfta görüyorum, sınıftaki farklı biri ben onu tanımıyorum bu yapaylığı sevmiyorum o yüzden itici geliyor."*

K5, beğeniler üzerinden, gerçek hayatta iletişim halinde olmayan kişilerin sosyal medyada fotoğrafını beğenmesini sahtelik olarak gördüğünü ifade etmiştir:

*"K5: En son fotoğraf attığımda 198 kişi beğenmişti ki dedim ki yazıklar olsun. Çünkü 198 kişi işi gücü yok benim fotoğrafımı beğenmiş okulda selam vermeyen kız oradan fotoğrafımı beğenmiş."*

K8, gerçekte mutsuz olup ama sosyal medyada gerçekten tamamen farklı olarak paylaşımlar yaptığını söylemiştir:

*"K8: Bir yere gidiyorum fotoğraf çekiyorum, gülerek falan paylaşıyorum etiket yapıyorum şurada olduğuma dair o an iyi görünüyor mesela, iyiyim, mutluyum, kıyafetim yüzüm de iyi görünüyor ama mesela o an öyle hissetmiyorum, kötü hissediyorum mesela. Orada o ortamda bulunmaktan mutlu değilim, sıkıldığım için fotoğraf çektim ve paylaştım."*

K9, ilişkilerde bağın kurulabilmesi için yüz yüze görüşülmesi gerektiğini ifade etmiştir:

*"K9: Bence yüz yüze görüşmek bağ kurmak açısından önemli..."*

K10, gündelik hayat ve sanal hayat arasında gerçekçi bir bağ kurulması gerektiğini ve bu bağ olmadığında kişilerin boşluğa düşeceğine inandığını ifade etmiştir:

*"A: Genel olarak sosyal medyaya nasıl bakıyorsun?"*

*K10: İyi yönleri var ama benim için kötü yönleri daha ağır. İnsandan çok şey alıp götürüyor. Kendini ön plana çıkaranların başka yerlere kaydığını düşünüyorum çünkü onların beğenilme arzusu, güçlü olma arzusu sosyal medya bu arzularımızı beslediği için insanlar kendilerini çok farklı boyutta konumlandırıyor ve gerçek hayatta daha fazla boşluğa düşüyorlar. Ben sosyal medya ve gerçek hayattaki bağın benzer olması gerektiğini düşünüyorum. Gerçek hayatta ne kadar arkadaşım varsa sosyal medyada da öyle olmalı. Sosyal medyada fazla arkadaşım olunca kendimin gerçeklikle bağlantımı yitirmiş gibi hissediyorum bu da beni rahatsız ediyor. "*

#### **4.1.4.3. Sıkılınan Anlarda ve Boş Zamanlarda Sosyal Medyaya Sarılmak**

"Sıkılınan anlarda ve boş zamanlarda sosyal medyaya sarılmak" teması, katılımcıların boş vakitlerinde ve sıkıldıkları anlarda "vakit öldürmek" için koştukları ilk seçeneklerden birisinin sosyal medya olması nedeniyle oluşturulmuştur.

K2, can sıkıntısını aldığı için sosyal medya kullandığını ifade etmiştir:

*"K2: Canımın sıkıntısını alıyor en basiti. Bir otobüse bindiğimde ya da yalnız kaldığımda mesela 1 haftadır şehir dışındayım oradan oraya gidiyorum. Mesela bir uçakta da*

*bakıyorsun. Zaman geçirme ve tek başınalıktan kurtarıyor beni. En önemlisi bu. Sıkılmıyorum."*

K3, günün yorgunluğunu atmak için sosyal medya kullandığını belirtmiştir:

*"K3: Günün yorgunluğunu atarsın kafa dağıtırsın olduğun ortamda sıkılırsın, mesaj atsalar bakarsın öyle."*

*"K5: Sıkıldığımda falan direkt sosyal medyaya sarılıyorum. "*

*"K7: Şu an çok kullanmıyorum Instagram'da bazen takip ettiğim kişilerin çok güzel yazıları oluyor onlara bakıyorum ama bazen de o kadar sıkılıyorum ki, hikâyelere tek tek bakıp vakit öldürüyorum ama benim için çok anlamı yok."*

K8, sıkıldığında ilk seçenek olarak sosyal medyayı kullanmayı seçtiğini söylemiştir:

*"K8: Eve gittiğimde bazen, eve giderken ki yolda mutlaka aklıma geliyor boş kaldığımda vs. Boş kaldığımda ilk aklıma gelen şey kitap okumak, müzik dinlemek falan değil de telefondan bir şeylere bakmak oluyor."*

#### **4.1.4.4. Sosyal Medyada Özgürlük Hissi ve Sorumluluğun Olmaması**

"Sosyal medyada özgürlük hissi ve sorumluluğun olmaması" teması, kişilerin sosyal medyada özgür olduklarını ve orada sorumluluğun olmadığı bir dünya yaratma şansı bulduklarını ifade etmelerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur.

K2, oyunlarda gündelik hayatın aksine herhangi bir sorumluluğa bağlı olmadığını, özgür ve kendi kurguladığı, yaratıcısı olduğu ve istediği gibi hareket edebildiği bir dünya yarattığını ifade etmiştir:

*"K2: Şöyle GTA'da özgürsün en basiti şöyle SIMS'te kurgulamak istediğin hayatı, profilleri, yüzünü her şeyini baştan yaratabiliyorsun. Ben SIMS'i o yüzden bu dünyaya benzetiyorum yani bir yaratıcı var o biziz ve biz o insanları yaratıyoruz. Belli bir yaşama bırakıyoruz ve hepsinin bir karakteri var, bir seçimleri var. SIMS'te de kendi olmak istediğim hayatı oluşturuyorum aslında. GTA da öyle özgürüm. Birine mesela sinirleniyorum o adama vuruyorum falan şiddete eğilimli değilim ama."*



"K2: Ya bayağıdır aslında oynamıyorum ama tek başına bir kız yaratıyorum ondan sonra diğerleriyle hep bir ilişkisi oluyor. Sonra kızı bırakıyorum başka bir adama geçiyorum. Hiçbir zaman sorumluluk almıyorum. Mesela kızı hamile bırakıyorum onu başka bir adama geçiyorum falan. Öyle onunla arkadaş onunla kavga ediyorum onunla öpüşüyorum falan."

K3, sosyal medyada dilediği gibi bir paylaşım yaptıktan sonra gelen mesajlar üzerine kendini özgür hissettiğini söylemiştir:

"K3: Olumlu ve olumsuz tepkiler aldım. Gönlümüzü kalbimizi açıyorsun gibi mesajlar aldım. İyi ve özgür hissettim ben buyum çünkü."

#### **4.1.4.5. Görmezden Gelebilmeye Kolaylığı**

"Görmezden gelebilme kolaylığı" alt teması, katılımcıların, sosyal medyanın görmek istemediklerini engelleme seçeneğini sunması ve kötü hissettikleri durumda görmezden gelme kolaylığı sağlayabilmesi ifadelerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur.

K1, kaygılandığı anlarda hesaplardan çıkarak görmezden gelebildiğini ifade etmiştir:

"K1: Kaygılanıyorum, endişe duyuyorum. Çünkü onların öyle olması yarın bir gün bana da olmayacağı anlamına gelmiyor, kaygılanıyorum başıma gelirse diye. Görmek için çıkarıyorum. Rahatsız olmak istemiyorsan bakma..."

K2, karamsar sözler paylaşan kişileri takipten çıktığını belirtmiştir.

"K2: Çok söz paylaşan insanlardan nefret ederim. Profiline girersin sürekli ünlü kişilerin sözleri paylaşılır. O bana çok melankolik gelir ruhumu daraltır. Ona bakmak istemem takipten çıkarım falan o derece."

K5, geçmişte yaşadığı problemleri tekrar sosyal medyada da yaşamamak için istemediği hesapları engellediğini anlatmıştır:

"K5: Lise dönemimde siyasi geçmişim vardı ve ağzım ondan yandı o sebeple siyaset bana göre sosyal medya gibi ele geçirmeye çalışıyordu. Çatışıyordum sürekli. Ve ben ya üzerine giderim ya kaçırım kaçmayı tercih ettim. Lisede üzerine giderdim, eylemlere gitmek vs. ama artık kaçınıyorum. Bakmam, paylaşmam onları engellerim."

K8, tartıştığı kişiyi engelleyerek daha fazla gözünün önünde olmamasını sağladığını ifade etmiştir:

*"K8: Bir de şeyi de biliyorum ona cevap yazdığımda anlamayacak dedim (sosyal medyada tartışma anında) artık kendimi yormayım gözümün önünde olmasın dedim ve spamladım engelledim şu an hiçbir şekilde akışta görmüyorum, Twitter'da öyle yapıyorum."*

K9, sevmediği durumlarda spam gönderdiğini ifade etmiştir:

*"K9: Reklamlar beni sinirlendiriyor, böyle çok paylaşım yapılmasından nefret ediyorum. Twitter'da olan benim bir fikrim var ve ona yapılan bağnazca şeyleri sevmiyorum linç yapılıyor ya. Mesela Nihat Doğan'ın tecavüzle ilgili paylaşımı bunu görmek istemiyorum mesela. Benim yapacağım şey spamlamak pek bir şey yok."*

#### **4.1.4.6. Sosyal Medyada Hayatı Kaçırıldığını Hissetmek**

Otantik olmayan bir varoluş şekli olarak sosyal medya üst temasının bir alt teması olan sosyal medyada hayatı kaçırıldığını hissetmek teması, katılımcıların sosyal medya, oyunlar ve internet sebebiyle hayatlarını kaçırdıkları, sürüklendikleri deneyimlerine dayanmaktadır. Kişiler, şimdi ve buradada kalamayarak, sosyal medyada otantik olmayan bir varoluş göstermektedirler.

K1, sosyal medyada anın kaçırıldığını, sürüklenildiğini ve hayattan kopulduğunu ifade etmiştir:

*"K1: Çünkü insanların bir orada olmak istedikleri kişi var kendilerinden bağımsız bir de kendi günlük hayatları var. Instagram'da kimse kimsenin çirkin ya da ağlarken bir fotoğrafını göremez çünkü Instagram'a herkes gülerken ya da bol makyajlı güzel çekinme derdi olarak atıyorlar. Bunları yaparken insanların anı kaçırıldığını düşünüyorum. Orada sürüklenmek istemiyorum. Günlük hayatımdan geri kaldığımı düşünüyorum bu yüzden girmemeye gayret ediyorum. "*

K4, sosyal medyada daha az yaşar gibi hissettiğini ve orada hayatın durmuş gibi geldiğini ifade etmiştir:

"K4: Mesela arkadaşlarla dışarı çıkıp, bir şeyler yapabilecekken o bana daha çok yaşıyor hissettiriyor. Yurtta oturup, telefonda saatlerce tweet okumak, Instagram'da kim ne paylaşmış ona bakmak hem rahatsız ediyor hem de ben ne yapıyorum kalkmalıyım, yaşamalıyım, hayat devam ediyor diyorum. Orada kalınca donmuş kalmış hayat durmuş gibi geliyor."

K7 de K1 gibi sosyal medyada anın kaçtığını ifade etmiştir:

"K7: Sen zaten hikâyeye atmışsın, WhatsApp durumuna atıp da ne yani herkese ben bunu yapıyorum diye göstermeyi sevmiyorum ve her şeyini atıp şu an bunu yapıyorum diyenleri sevmiyorum. Bana göre o anı kaçıyorlar. O da karşıdaki de bir şey kazanmıyor en iyisi o anın tadını çıkarmak. Böyle de dedim bir arkadaşına o da sen sevmiyorsun ben seviyorum gibi bir şey demişti samimiyetten."

K10, sosyal medyanın dışarıdaki hayatı yaşamaya engel olduğunu ve oradan bir şeyler götürdüğünü belirtmiştir:

"K10: İnsanların hayatına bakmak rahatsız ediyor fazla zaman geçirmek. Instagram'ı kapattığım dönemde daha çok kitap okuduğumu, ailemle daha fazla vakit geçirdiğimi fark ettim. Demek ki benden bir şeyler alıp götürüyor sosyal medya fark etmesem de. Bu yönde itici özellikleri var."

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### TARTIŞMA

Bu bölümde araştırmadan elde edilen veriler ile literatürde yer alan daha önceki araştırmaların verileri karşılaştırılmalı olarak tartışılmıştır. Araştırmada, bireylerin sosyal medyayı kullanma nedenleri arasında farkında oldukları ya da olmadıkları hangi varoluşsal meseleleri vardır ve bireyler, sosyal medya kullanım sürecinde hangi varoluşsal özellikleri göstermektedirler bunun anlaşılması amaçlanmıştır. "*Sosyal medya kullanımında varoluşsal meselelerin etkisi nasıldır? Sosyal medya kullanıcıları sosyal ağlarda hangi varoluşsal meselelerini yansıtmaktadırlar?*" sorularına cevap bulunmaya çalışılan bu çalışmada, kullanıcıların verilerini daha iyi anlayabilmek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada verilerinden ortaya çıkan bulgulardan biri "*ötekiler*" temasıdır. Bu temanın alt temalarından birisi olan "*iletişim ve ilişki için sosyal medya kullanımı*" teması, kişilerin sosyal medyada diğer insanlarla anonim olarak ya da kimliklerini ifşa ederek; tanıdıkları ya da tanımadıkları kişilerle ilişki kurduğunu ve iletişim ihtiyacını sosyal medya üzerinden giderdiği sonucunu göstermektedir. Arslan ve Kırık, 2012 yılında 650 kişiye uyguladıkları "sosyal paylaşım ağlarında konum belirleme" çalışmalarında, kişilerin sosyal medyayı 'Facebook ve Twitter aracılığıyla yeni arkadaşlıklar edinme' amaçlı kullandıkları sonucuna ulaştıklarını belirtmişlerdir (Arslan ve Kırık, 2013). Bunun aksine Küçükali, 2016 yılında sosyal medya kullanım amaçlarının araştırılması ile ilgili yaptığı bir çalışmada, "sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak ve yeni dostluklar edinmek için kullanırım" ifadesinin düşük düzeyde amaçlandığı sonucuna ulaştığını belirtmiştir (Küçükali, 2016). Bu çalışmada da katılımcılar, "yeni arkadaşlar edinmek için" sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Arslan ve Kırık'ın yaptığı çalışmayla bu çalışma tutarlılık göstermektedir, bireylerin sosyal medyayı ilişki kurmak için kullandığı düşünülmektedir.

Bu çalışmada elde edilen verilerden birisi de iletişim için sosyal medyayı kullanmaktır. Varoluşçulukta da, teorisyenler iletişim konusuna değinmiş ve varoluşsal bir yaşam için karşılıklı iletişime ihtiyacın olduğunu belirtmişlerdir (Erdem, 2014). Bununla tutarlı olarak bu çalışmada da katılımcılar, sosyal medyayı çekici kılan unsurun iletişim yönü olduğunu söylemişlerdir. Sosyal medya kullanımı ve varoluşsal iletişimin bu bilgiler ışığında ilişkili olduğu düşünülmektedir. İletişim gibi ilişki kurmaya duyulan ihtiyaç da araştırma

verilerinden elde edilen bulgulardan biridir. Bu çalışmada katılımcılardan K2'nin sosyal medya için söylediği "*...ömür boyu 90 yaşına kadar evlenmesem bile benim orada bir hayat arkadaşım var*" ve "*çünkü insanın başkasına gereksinimi var evet ve bunu o veriyor*" ifadeleri bireyin ilişkiye olan ihtiyacını göstermektedir. Bu da varoluşçu teorisyen Marcel'in, öznelere arası ilişki kuramının temelini oluşturan, insanın ilişkileri olmadan kendisinin de tam olamayacağı görüşünü açıklamaktadır. Ayrıca Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki ait olma ve sevgi ihtiyacı basamağını, katılımcının söylediği "başkasına olan gereksinim" ifadesiyle tutarlılık göstermektedir. Bir yere ait olma ve birileri tarafından sevilme ihtiyacının sosyal medya üzerinden de karşılanmaya çalışıldığı yorumunu yapmak bu çalışma için yanlış olmayacaktır. Bu nedenlerle, varoluşsal meselelerden biri olan ilişkiselliğin, sosyal medya kullanımında etkisi olduğu düşünülmektedir.

Bunlarla birlikte, katılımcılar, diğer insanlarla kurdukları ilişkiyi betimlemişlerdir ve K1 katılımcısı, yabancı insanlarla sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki için "*...bir fotoğrafçı vardı ve onunla konuştum. Çok etkileyici çok haz verici sanki yapamadığım şeylerin onlarda vücut buluyor olması bir nevi benim haykırışım*" ifadelerini kullanmıştır. Bu görüşle tutarlı olarak Festinger'in sosyal karşılaştırma kuramını örnek göstermek yanlış olmayacaktır. Festinger (1997), sosyal karşılaştırma için "bireyin başkalarına bakarak kendi hakkında bilgi toplaması ve yargıya varmasını sağlayan süreç" tanımını yapmaktadır (Taylor, 2015: 1219). Varoluşçu filozof Sartre da benzer şekilde, kişinin kendini tanıyabilmesi için diğerlerinin onda yansıttığına ihtiyacı olduğunu ve bireyin bu nedenle ilişkide kalması gerektiği görüşünü savunur (Ustabaşı, 2018). Her iki teorisyenin ilişkiler aracılığıyla kendini tanıma hakkındaki görüşleri bu çalışma ile tutarlılık göstermektedir. Bu bilgiler ışığında, kişilerin, ilişkiselliğe olan ihtiyaçlarının, gündelik hayatta olduğu gibi sosyal medyada da "diğerleri aracılığıyla kendi hakkında bilgiye ulaşmak ve kendini tanımak" amacıyla giderildiği yorumunu yapmak yanlış olmayacaktır.

Ötekiler temasının bir diğer alt teması olan *sosyal medya ile yalnızlık deneyimi* teması, kişilerin sosyal medyada kendilerini daha fazla yalnız hissettikleri ya da yalnızlığını sosyal medyada yok etmeye çalıştıklarını göstermektedir.

Turan (2018), yayınladığı bir makalesinde, daha önceki çalışmaları incelemiş ve yapılan çalışmalarda sosyal medya kullanımı ile yalnızlık arasında hem negatif hem de pozitif sonuçlara ulaşıldığını belirtmiştir. Makalede, bazı kişilerce, yalnız hissedilen anlarda sosyal medya kullanımı artarken, bazılarında ise sosyal medya kullanımının azaltıldığı belirtilmiştir.

Yalnız olduğunu ifade eden bireylerin, sosyal medya araçlarını kullanma nedenleri araştırıldığında, bireyler, yalnızlık duygularını gidermesi için sanal arkadaşlıklar kurduklarını belirtmişlerdir (Ando ve Sakamoto, 2008; akt., Doğan ve Karakuş, 2016). Örneğin, Turan, 2018 yılında Ordu ilinde 416 üniversite öğrencisinin katılımıyla yaptığı "Yalnızlıkla Başa Çıkma: Yalnızlık, Dini Başa Çıkma, Dindarlık, Hayat Memnuniyeti ve Sosyal Medya Kullanımı" adlı çalışmasında, kullanıcıların yalnızlığı daha az hissettikleri durumlarda sosyal medyaya daha az yöneldikleri sonucuna ulaştığını belirtilmiştir (Turan, 2018). Bunun aksine Doğan ve Karakuş, 2015 yılında 496 lise öğrencisine uygulanan, "Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Çok Boyutlu Yalnızlık" isimli çalışmalarında sosyal ilişkilerdeki yalnızlığın sosyal ağların kullanımını yordamadığı sonucuna ulaştıklarını belirtmişlerdir (Doğan ve Karakuş, 2016). Bu çalışmada da Turan'ın çalışmasıyla tutarlık gösterecek şekilde, katılımcılardan bir kısmı yalnızlık anında daha fazla sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise yalnızlık anında sosyal medyada daha fazla vakit geçirdiklerini ancak yalnızlık hissini geçmediğini ve daha fazla diğerlerine ulaşmaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bu, Yalom'un, yalnızlık hakkındaki görüşlerini açıklamaktadır. Yalom (2014), yalnızlığı kabullenen insanların daha tatminkâr bir hayat yaşayacaklarını ifade ederken, yalnızlığı reddeden ve bununla yüzleşemeyen insanların yalnızca diğerlerinin varlığında onaylanacağını ifade etmektedir. Bu bilgiler ışığında, sosyal medya kullanımının yalnızlıkla ilişkili olduğu ve yalnızlığın sosyal medya aracılığı ile giderilmeye çalışıldığı düşünülmektedir.

Elde edilen bir bulgu da, katılımcı tarafından ifade edilen, sosyal medyanın insanın dünyadaki yalnızlığını aldığını görüşüdür. Bu Sartre ve Heidegger'in, terk edilmişlik ve tekinsizlik kavramlarıyla uyusmaktadır. Sartre, insan için dünyaya terk edilmiş yalnız bir varlık tanımını yaparken; Heidegger de, insanın tekinsiz olan bu dünyada tek başlıktan kurtulmak ve güvende hissetmek için ilişkiler kurarak bulunduğu ortamı tanıdık yapma eğilimi gösterdiğini söylemiştir (Heidegger, 2011; Sartre, 2017). Katılımcının "dünyadaki yalnızlık" ifadesi ile bu görüşler tutarlılık göstermektedir. Bireyler, yalnız olduklarını düşündükleri dünyalarını, sosyal medya ile tanıdık yapma eğilimi gösterdikleri düşünülmektedir.

Bir diğer bulgu ise, katılımcılardan bazılarının yalnızlık anında tekrar tekrar sosyal medyaya girmek istemeleri ancak mutlu olmadıklarıdır. Ayrıca bireyler, böyle anlarda arkadaşlarına daha fazla ulaşmaya çalıştıklarını ancak bu isteklerinin rahatsız edici olduklarını

da ifade etmişlerdir. Bu ifadeler Jaspers'in yalnızlık hakkındaki görüşlerini doğrulamaktadır. Jaspers'e (1932) göre tatminkâr bir iletişim için öncelikle yalnızlığın yaşanması gerekmekte ve kişi, yalnızlıkta kalmaya cesaret göstermelidir, bunu yapamayan bireyler başkalarının varlığında yok olacaklardır (Erdem, 2014). Katılımcıların, yalnızlık anlarında sosyal medyaya girip, bu sonuçtan tatmin olmamaları ve ulaşmaya çalıştıkları diğer insanlarla da tatminkâr bir ilişki kuramamaları Jaspers'in yalnızlık ile ilgili görüşlerini desteklemektedir.

Ötekiler temasının bir diğer alt teması diğerlerini umursamak temasıdır. Bu alt temanın kendi içinde de alt temaları olduğu bulgular kısmında bahsedilmiştir.

İlk alt teması *sosyal medyada beğenilmek* temasıdır. Katılımcılar, sosyal medyada, fotoğraflarına ya da paylaşımlarına gelen beğenilerin onları mutlu ettiğini hatta beğeni sayılarının artması için sahte hesaplar açıklarını belirtmişlerdir. Üçer, 2015 yılında 25 öğrenciyle yaptığı nitel bir çalışmada, kişilerin, fotoğraflarını paylaşırken özellikle güzel olmasına dikkat ettiklerini ve onlar için beğeni (like) almanın önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Üçer'in yaptığı bu araştırma sonuçlarına göre öğrenciler, beğenilme ihtiyaçlarını karşılamak için sosyal medya kullandıkları ve beğeni almanın onları mutlu hissettirdiği sonucu rapor edilmiştir (Üçer, 2016). Bu çalışma ile Üçer'in çalışması tutarlılık göstermektedir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki 4. basamak olan saygı ihtiyacı bu durumu açıklamaktadır. Bahsedilen saygı gereksiniminin iki bileşeni bulunmaktadır, bunlardan ilki, kendini yeterli ve başarılı algılama ihtiyacıyken; ikincisi, beğenilme ve saygı duyulma ihtiyaçlarıdır (Burger, 2006). Bu nedenle, bireylerin sosyal medya platformlarında beğenilme ve saygı duyulma ihtiyaçlarını giderdikleri düşünülmektedir. Katılımcıların, beğeni sayısı artması için sahte hesaplar açması da varoluşçuluk bir mesele olarak ifade edildiği üzere, diğerlerini umursadıklarını düşündürmektedir.

Araştırmadan elde edilen bir diğer bulgu da, *diğerleri tarafından görülmeyi istemek* alt temasıdır. Katılımcılar, sosyal medyada herkesçe görünür olmak için, hesaplarını herkese açık yaptıklarını ve gittikleri her yer gösterme arzusu taşıdıklarını söylemişlerdir. Eraslan'a göre, sosyal medyada metin tabalı ve görsel içeriklerin artması kişilerde yeni bedenler ve yeni kimlikler oluşmasına sebep olmuştur. Bu bağlamda, kişilerin, bilinçli ya da bilinçsiz olması fark etmeksizin her an ve her yerde görünür olma arzusu ortaya çıkmıştır (Eraslan, 2013). Heidegger'in "düşkünlük" kavramı bu durumu açıklamaktadır. Heidegger, bireylerin, toplumun çerçevesinden çıkmadan, onlar tarafından görülüp; değerli hissetmek istemelerini düşkünlük olarak adlandırır ve bunun bir insan olma hali olduğunu ifade eder (Kızıltan,

1983). Bireylerin, görünür olma isteğinin ve toplumdan dışlanmadan, içinde bir yer edinme arzusunun sosyal medya ile giderildiği düşünülmektedir.

Bir diğer bulgu "*diğerleri tarafından onaylanmak ve dışlanmak*" temasıdır. Katılımcılar, sosyal medya ağlarında, paylaşımlarını diğerlerini tarafından onay almak ya da onlardan dışlanmamak için sınırladıklarını belirtmişlerdir. Bu durum Freud'un sevgi hakkında görüşlerine benzemektedir. Freud, insanın sevgiyi kaybetme korkusunun üstesinden gelemeyeceğini ve bu nedenle de asla tam olarak bağımsız olamayacağını savunmaktadır (akt., Karaşar ve Öğülmüş, 2016). Yine benzer şekilde Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki ait olma ve sevgi ihtiyacı bu durumu desteklemektedir. Bireyler bir gruba ait olmak ya da sevgiyi kaybetmemek için yaptıklarını sınırlamaktadırlar. Bu görüşler, bu araştırmanın bulgularıyla tutarlılık göstermektedir. Bu konu ile ilgili literatürde bir araştırmaya rastlanmıştır: Yalçın ve Baykal, 350 hemşireyle yaptıkları bir araştırmada, kişilerin dışlanma korkusu ile fikirlerini açıklamaktan çekindiği sonuçlarına ulaştıklarını belirtmişlerdir (Yalçın ve Baykal, 2012). Bu araştırmada da bireyler, çevresinin onaylamayacağı paylaşımlar yapmadıklarını ve zıt düşmeleri halinde yalnız kalmaktan korktuklarını belirtmişlerdir. İki araştırmanın verileri birbirleriyle tutarlılık göstermektedir. Bu durum yine önceki bulgularda da yorumlandığı gibi Heidegger'in düşkünlük ve das man (herkes-diğerlerini umursamak) kavramlarıyla açıklanmaktadır. Bireylerin, Heidegger'in de belirttiği gibi, dışlanmamak ve toplumda bir yer edinmek için münasip olanı yapma eğilimi gösterdikleri düşünülmektedir. Sosyal medyada da bu aitlik ihtiyacı ve diğerlerini umursuyor olmak kendini göstermektedir.

Bulgulardan birisi de "*sosyal medyada reddedilmek*" temasıdır. Bu tema, ait olma, onaylanma ve dışlanma temalarıyla benzer şekilde açıklanabilir. Bireyler, sevgiden ve saygıdan da önce varlığının kabul edilip; diğerleri tarafından görülmesini istemektedirler (Arıcak, 2015). Bağlanma kuramı da bu durumu açıklamaktadır. Anne tarafından varlığı kabul edilmeyen ve ihtiyaçlarına karşılık verilmeyen bir bebekte güvensiz bağlanma stili oluşabilmektedir (Batıgün ve Büyükşahin, 2008). İnsanlar diğerleri tarafından kabullenmek isterler, reddedildiklerinde ise "incinmiş" hissetmektedirler. Reddedilen kişi, çeşitli duygularla bunu yaşamaktadır, bazısı bunu hak etmediğini düşünerek öfkelenir, bazısı sorunu kendinde bulup, suçluluk yaşayabilir; bir başkası ise reddedilmeye bağlı olarak yoğun üzüntü yaşayabilmektedirler (Çakı, 2018). Bu araştırmada da kişiler literatürle tutarlı olarak sosyal medyada diğerleri tarafından reddedilip; yok sayıldıklarında öfke, üzüntü ve değersiz hissetme gibi duygu ve düşünceleri yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu Heidegger'in



diğerlerinden ayrılmaya başlandıkça ve onlar tarafından kabul edilmedikçe bireylerin kaygı yaşayacağı görüşünü açıklamaktadır. Heidegger, bireylerin, bu kaygının yaşanmaması için onlar gibi davranmaya başladıklarını ve tam olarak kendi varoluşlarını ortaya koyamadıklarını savunur (Kızıltan, 1983). Tüm bu bilgiler ışığında, reddedilmenin ve yok sayılmanın insanlar için zor bir deneyim olduğu ve sosyal medyada da bu durumdan kaçındıkları yorumu yapılabilir. Diğerlerini umursamak meselesi sosyal medyada da kendini gösterdiği düşünülmektedir.

Diğerlerini umursamak alt temasının bir diğer alt teması da "*kısıtlanmak- paylaşacak olmasına rağmen diğerleri nedeniyle paylaşmamak*"tır. Katılımcılar, paylaşmak istediklerini, çevrelerinin etkileri ya da toplumun değer yargıları nedeniyle paylaşmaktan çekindiklerini ifade etmektedirler. Bu durum Nietzsche'nin, insan tiplerini anlattığı metafora benzemektedir. Nietzsche insan tiplerini anlatırken, değer yargılarını sorgulamadan kabul eden bireylerin sürü insanı olduklarını belirtmiştir ve ona göre üstinsanın tanımı eski ahlak değerlerini yıkan ve kendi değerlerini yaratandır (Nietzsche, 2016). Kişiler, sürü insanı oldukça diğerlerinin etkisinden ve buyruğundan çıkamayacaklardır ki Nietzsche'nin bu görüşü, Sartre'ın kötü inanç kavramına benzemektedir. Kötü inanç, bireylerin, kendilerine atfedilen rolleri ve yargıları sorgulamadan kabul etmesidir. Ve bunlar Heidegger'e göre diğerlerini umursamaktan dolayı olmaktadır (Van Deurzen ve Adams, 2017). Bu bilgiler, diğerlerini umursamak meselesinin, sosyal medyada kendini gösterdiği görüşünü sağlamlaştırmaktadır.

Bir diğer elde edilen bulgu da *paylaşımlardan etkilenmek* temasıdır. Sosyal medya, bireyleri eğlendiren, dış dünyanın olumsuz duygularından arınmasını sağlayan bir işlev haline gelmiş olsa da, insanda olumlu ya da olumsuz birçok duyguyu uyandırmaktadır (Yumrukuz, 2017). Katılımcılar da bunları destekleyecek şekilde, sosyal medyada olan olaylardan dolayı hırslandıklarını, çaresiz hissettiklerini ve üzüntü, korku ve mutlu olmak gibi pek çok duyguyu yaşadıklarını belirtmişlerdir. Yumrukuz, 2016 yılında 130 kişiye uyguladığı "Sosyal Medyada Şiddet ve Medyayı Kullanma Pratiği" adlı bir araştırmasında, katılımcıların %60,4'ünün şiddet içerikli görselleri paylaştıklarında rahatladıklarını, %77'sinin ise şiddet içeriklerine maruz kaldıklarında etkilendiklerini ifade ettiklerini rapor etmiştir. Yumrukuz'un aktarmasına göre, kişiler, gerçek hayattakine benzer şekilde sosyal medyada olanlardan duygusal olarak etkilendiklerini ve sosyal medyada olanların gerçek hayatta bulunma tecrübesinin yerini aldığını belirtmişlerdir (Yumrukuz, 2017). İki çalışma birbirleriyle tutarlılık göstermektedir. Bireyler, günlük hayattaki gibi sosyal medyada olanlara karşı da

duygu hissetmekte, olanlardan etkilenmekte ve onlara bir duygu ile cevap vermektedirler. Bu varoluşçuluktaki duyguların tanımlanmasıyla da benzerlik gösterir. Heidegger'in *befindlichkeit* (ruh hali) kavramı bu durumu açıklamaktadır. Duyguların olmadığı bir an yoktur, insan sürekli bir şeye karşı bir duygu yaşar ve ruh halinde olur. İnsan dünyadan ayrı değildir ve her zaman dünyaya bir ruh halinde cevap vermektedir. İnsanların bu duyguları yaşaması dünyayı umursadığını göstermektedir (akt., Van Deurzen, 1999).

Ötekiler temasına ait son alt tema da "*diğerlerinin neler yaptığını merak etmek*"tir. Katılımcılar, diğerlerinin sosyal medyada yansıttıkları hayatlarını merak ettikleri için, onları *stalk* (gözetleme) yoluyla ya da açık bir şekilde takip ettiklerini belirtmişlerdir. Daha önce yapılan çalışmalara bakıldığında, bir çalışmada, kişilerin sosyal medyayı kullanma nedenlerinin diğerlerinin neler yaptığını görmek için kullanmak sonucuna ulaştıkları görülmektedir (Üçer, 2016). Yayla'nın yaptığı başka bir araştırmada ise katılımcılara, sosyal medyaya üye olma nedenleri sorulduğunda, katılımcıların, %23,2'sinin merakını gidermek amacıyla üye oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Yayla, 2018). Bir başka çalışmada ise bireylerin, sosyal medya kullanım motivasyonları arasında "başkalarının ilişki durumlarını okumak ve başkalarının profil sayfalarını okumak" olduğu saptanmıştır (Köseoğlu, 2012). Bunların aksine, Vural ve Bat, 2010 yılında yaptıkları bir araştırmada, araştırmaya katılan sosyal medya kullanıcılarının %9,7'sinin "arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek" amacıyla sosyal medyayı kullandıklarını saptamışlardır ve bu tüm katılımcılar için düşük bir durum yorumu yapılmıştır (Vural ve Bat, 2010). Bu araştırma, Üçer ve Yayla'nın araştırmalarıyla tutarlılık gösterirken, Vural ve Bat'ın araştırmasıyla uyumsuzdur. Araştırma için elde edilen bulgular varoluşçuluk açısından yorumlanacaksa bu yine Heidegger'in düşkünlük kavramı ile açıklanabilir. Daha önce de belirtildiği gibi insan düşkün bir varlıktır ve düşkünlüğünün altında 3 etken bulunmaktadır. Bu etkenler, lakırtılar, merak ve müphemiyettir (akt., Gündüz, 2015). Bu kısımda merak etkeni öne çıkmıştır. Diğerlerinin yaptığını kontrol etmek, neler paylaşıldığına bakmak, varoluşçuluğa göre diğerlerini umursamaktır ve bu yüzeysel bir meraktan oluşur. Bu nedenlerle bireylerin, sosyal medyada da insan olma halinin doğal bir sonucu olarak kabul edilen düşkünlüğün bir etkeni olan merak unsurunu yansıttığı düşünülmektedir.

Araştırmadan elde edilen ikinci üst tema ise "*hayat ile bağ kurma ve ikame bir varoluş yolu olarak sosyal medya*" temasıdır. İnternet ve sosyal medya sürekli kendisini yenilemesiyle, her geçen gün kullanıcıları artmakta ve arttıkça da insanların hayatlarına temas

etme alanını arttırmaktadır. Birçok kişi sosyal medyayı arkadaşlarla görüşmek, fotoğraflara bakmak, mesajlaşmak, eğlenmek, boş vakitleri orada geçirmek, iş bağlantıları kurmak, bilgiye erişmek, gündemi takip etmek gibi çeşitli amaçlarla kullanmaktadırlar (Solmaz ve ark., 2013). Katılımcılar da benzer şekilde, günlük hayatları ile sanal hayatları arasında bir bağ, bir köprü oluşturduklarını belirtmişlerdir. Günlük hayattaki gibi eğlence ve entelektüel ihtiyaçlarını gidermek, alışveriş yapmak, olan biteni takip etmek gibi eylemleri sosyal medyaya taşıdıklarını ifade etmişlerdir. Bu üst temanın bulgular bölümünde belirtildiği gibi 5 alt teması vardır.

Bu üst temaya ait ilk alt tema "*eğlence için sosyal medya*" temasıdır. Katılımcılar, sosyal medyayı eğlence amaçlı kullandıklarını ve mizahın paylaşıldığı içerikleri takip ettiklerini belirtmişlerdir. Eğlenceye kuramsal olarak biraz bakılırsa: Eğlence, içgüdüsel anlamda ilk olarak çocukluk döneminde oyun ile ortaya çıkmış ve erişkinlik döneminde ise bir ihtiyaç haline bürünmüş bir kavramdır. Maslow'a göre kişilerin fizyolojik ihtiyaçları olduğu kadar, çalışma ve dinlenme, eğlenme, kendini gerçekleştirme gibi birçok ihtiyacı bulunmaktadır (Burger, 2006). Kişinin, yaşamın içinde daha tatminkâr bir noktaya ulaşması için bu tarz eylemlere ihtiyacı vardır. Eğlence anlayışı içinde birçok değişken bulunmaktadır; insanlar birbirlerinden farklı olarak, sinemayı, sanatı, müziği, sporu, dansı, kitabı, mizahı, sohbeti, oyunu vb. birçok şeyi eğlence aracı olarak görebilmektedirler (Önal, Gerek, Bedir ve Bedir, 2017). İnternette böyle bir eğlence aracıdır. İnternetin kullanım amaçlarıyla ilgili yapılan birçok çalışmada, eğlenme ve rahatlama amacı için kullanıldığı ortaya çıkan sonuçlar arasındadır. Örneğin, Koçer, 2012 yılında 1500 üniversite öğrencisi ile yaptığı bir araştırmada, bireylerin sosyal medyayı eğlence amaçlı kullandıkları sonucuna ulaşmıştır (Koçer, 2012). Literatür ve Koçer'in araştırması ile bu araştırma tutarlılık göstermektedir. Bireyler sosyal medyada da eğlence ihtiyaçlarını gidermektedirler.

Diğer bir bulgu da, "*eğitim- entelektüel ihtiyaçların sosyal medya ile karşılanması*"dır. İnsanın merak, öğrenme ve eğitim amaçlı internet kullanımını son yıllarda yaygınlaştırmıştır ve bu yönleriyle internet ve sosyal medya, bu ihtiyaçları karşılamada büyük bir hazine konumundadır (Arıcak, 2015). Katılımcılar da destekleyecek şekilde, akademik kariyer için sosyal medyayı kullandıklarını ve dizi, film, kitap, bilim vb. amaçlarla sosyal medyada olmayı sürdürdüklerini ifade etmektedirler. 2013 yılında eğitim ve sosyal medya ilişkisini incelemek için yapılan bir çalışmada, öğrencilerinin sosyal medya üzerinden yapılan eğitimin, geleneksel yöntemlere göre daha fazla tercih ettikleri ve bundan daha fazla verim aldıkları

saptanmıştır (Toğay, Akdur, Yetişken ve Bilici, 2013). Bu çalışma, Toğay ve arkadaşlarının yapmış oldukları araştırma ile tutarlılık göstermektedir. Bunların yanı sıra, bloglar, sözlükler, forumlar gibi tartışma alanlarının varlığı ve dizi, film ve belgesel gibi içeriklerin dijital platformlar üzerinden izlenilmesinin yaygınlaşması da sosyal medyayı ve interneti çekici hale getirmektedir. Öyle ki, Netflix, HBO, Amazon Prime Video gibi ücretli online dizi-film izleme platformları kullanıcıları her geçen gün artmaktadır (Kalelioğlu, 2019). Bu çalışmada da kullanıcılar, sözlükleri okuduklarını, blogları takip ettiklerini ve Netflix gibi dijital platformlarda bulduklarını belirtmişlerdir. Bu bulgulardan, bireylerin, entelektüel ihtiyaçlarını karşılamak için interneti ve sosyal medyayı tercih ettikleri yorumu yapılabilir.

Bir diğer bulgu "*gündemin takibi*" temasıdır. Katılımcılar, sosyal medyayı dünyada ve Türkiye'de olan gündemi takip etmek için kullandıklarını belirtmişlerdir. 2012 yılında 500 öğrenci ile yapılan bir çalışmada, bireylerin sosyal medyayı %72,8'lik oranla olayları ve gündemi takip etme amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır (Solmaz ve ark., 2013). Yine sosyal medya kullanım nedenlerinin araştırıldığı başka bir çalışmada katılımcıların %38,7'sinin haberleri takip etmek, %31'inin ise araştırma yapmak için sosyal medyayı kullandıkları saptanmıştır (Koçer, 2012). Bu araştırmalar birbirleriyle tutarlıdır.

Araştırma verilerinden elde edilen diğer bir alt tema ise *alışveriş için internet* temasıdır. Sosyal medya, alışverişini de kolay hale getirmektedir. Kişiler, sosyal ağlar üzerinden alışveriş yapabilmekte ya da ürünlerinin tanıtımını yapma şansı elde etmektedirler. Öyle ki 2019 yılında kullanıma açılan Fox Play dizi-film izleme platformunda kişiler dizi izledikleri sırada beğendikleri ürünleri diziden çıkmadan alabilirler (İçözü, 2019). Bu fırsatlar, sosyal medyayı ve interneti alışveriş için çekici hale getirmiştir. Örneğin, yapılan bir çalışmada, kullanıcıların, sosyal medyayı alışveriş yapmak için kullandıkları sonucu rapor edilmiştir (Koçer, 2012). Bu çalışmada da katılımcılar, sosyal medya ağlarını alışveriş kullanmakta olduklarını belirtmişler ve günlük hayatı bu şekilde sanal hayata taşıdıklarını ifade etmişlerdir. Koçer'in araştırmasıyla, bu araştırma tutarlı sonuçlar vermektedir.

İlgili üst temanın son alt teması da, "*kendini sosyal medyada var etmek*"tir. Katılımcılar, bir güç olarak gördükleri sosyal medyada, varlıklarını öne çıkararak ya da geri planda kalarak sürdürdüklerini ifade etmektedirler. Örneğin, bazı katılımcılar, bu güçten korkup geri planda kalmayı tercih ederken, bazıları da silikleşmemek için öne çıktıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılardan bazıları da diğerlerine yön vermek ve orada bir anı bırakmak için sosyal medyada bulduklarını söylemişlerdir. Bu Frankl'ın anlam kavramıyla

açıklanabilir. Frankl'a göre insanların anlam arayışları vardır (Frank, 2010). Bireylerin, sosyal medyada, diğerlerine yön verme ve bir şeyler üretme istekleri anlam arayışlarını sosyal medyada da sürdürdüklerini göstermektedir. Katılımcıların, silikleşmemek, orada bir anı bırakma istekleri ve "ben de varım" diyebilmek için sosyal medyada bulunma gerekçeleri ölüm kavramıyla açıklanabilir. Varoluşçulara göre insanın en temel kaygısı ölümdür. Yalom'a göre her eylemin ardında ölüm kaygısı vardır ve bireyler bu kaygının motivasyonu ile, bir şeyler yapmaya, anlam araya ve varlıklarını göstermeye devam ederler (Yalom, 2014). Katılımcıların, orada da varlıklarını gösterme ve geriye bir anılar bırakma isteklerinin ardında ölüm ve yok olma kaygısının olduğu düşünülmektedir.

Sosyal medyada eğlenmek, eğitim ve entelektüel ihtiyaçların karşılanması, gündemin takibi, alışveriş için internet kullanımı ve kendini sosyal medyada var etmek alt temalarının varoluşçulukla ilişkisi Dasein kavramı ile açıklanabilir. Dasein yani orada var olmak kavramı, insan varoluşunun tamamını kapsamaktadır ve bu varoluşun içinde olan her eylem, sosyal medyayı da kapsamaktadır. İnsanlar, eğlence, entelektüel ya da gündemi takip etme gibi ihtiyaçlarını sanal ortama taşıyarak, hayat ile bir bağ kurmaya çalışmaktadırlar ve günlük hayatlarındaki gibi sosyal medyada da "yaşayan" olma hissi, ikame bir varoluşu orada da göstermek istediklerini düşündürmektedir.

Araştırmada elde edilen diğer bir üst tema ise "*çelişkiler ve ikilemler*"dir. Bu üst tema bulgularında belirtildiği üzere 4 alt tema içermektedir.

İlk alt tema, "*kim kimi yönetiyor? sosyal medya ile savaşmak*" temasıdır. Katılımcılar, sosyal medya hesaplarının varlığına dair bir ikilem yaşadıklarını belirtmişlerdir; sık sık kapatıp, açma döngüsüne girdiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca, sosyal medya tarafından yönetilme korkusu taşıdıklarını ve yaptırım gücünden dolayı da tedirginlik yaşadıklarını söylemişlerdir. Bu nedenlerle kullanıma dair çelişkiler ve ikilemler yaşamaktadırlar. Literatüre bakıldığında, Netflix'in orijinal içeriği olan ve ileri teknolojinin anlatıldığı bilim kurgu dizisi Black Mirror'un bir bölümü hakkında nitel bir çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmada, araştırmacılar, 11 örneklem üzerinden "sosyal medyanın büyük bir yaptırım gücünün olduğu, insanların etik değerinden uzaklaştırdığını ve normalde olmayacak şeylerin orada olduğu" sonuçlarına ulaşmışlardır (Toruk ve Sine, 2015). Toruk ve Sine'nin çalışması ile bu çalışma tutarlı sonuçlar vermektedir. Ayrıca, katılımcıların sosyal medya tarafından yönetilme korkusu, Marcel'in öznel arası ilişki kuramındaki "ben-şey" ilişki türüyle açıklanabilir. Bu ilişki türüne göre insanlar, nesnelere de ilişki kurarlar ancak bu "şey"

denilen nesnelere, bir gün bireye sahip olma tehlikesi vardır. Bu tehlikenin var olmaması için bireylerin, sahip olma isteklerini bırakması ve benliklerini "şeylerin" dışında tutması gerekmektedir (Ustabaşı, 2018). Bu görüşe göre, katılımcıların benlikleri ile sosyal medya (şeyler) arasında bir sahiplik savaşı verdikleri düşünülmektedir. Buradaki çelişki ise, bireylerin, tüm bu korkularına rağmen sosyal medyada kalmayı sürdürmeleridir.

Diğer bir bulgu "*kontROLSÜZLÜK HISSİNE RAĞMEN KALMAK*" temasıdır. Katılımcılar, sosyal medyada kontrol edemedikleri birçok şeyi yaşadıklarını ve belirsiz durumlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bireyler, tanımadıkları kişilerden mesajlar almayı, pornografik içerikle istemeden şahit olmayı, internette kimliklerin rahatça saklanmasını kontrolsüz ve belirsiz bir durum olarak açıklamışlardır. Kalkınma Bakanlığının "Bilgi Toplumu Stratejisinin Yenilenmesi" (2013) başlıklı projesinde, "cinsel ve zararlı içeriğe maruz kalma, kişisel bilgilerin kötüye kullanılması, yabancılarla iletişime geçme, yanlış bilgi ve dezenformasyon, bağımlılık yaratma, nefret söylemi ve agresif davranışlar" internet ve sosyal medyanın riskleri arasında olduğu rapor edilmiştir (akt., Baştürk-Akca, Sayımer ve Ergül, 2015). İlgili proje ile bu çalışma tutarlılık göstermektedir; bireyler istemedikleri içeriklere ve durumlara şahit olmaktadır. Bu durum varoluşçulukta fırlatılmışlık terimi ile açıklanabilir. Bireyler, seçimlerinin dışında gelişen, sonuçlarını bilemeyecekleri ya da kontrol edemeyecekleri durumlar yaşarlar (Kayra, 2006). Bireylerin, isteklerinin dışında pornografik içerikle karşılaşmaları ya da diğerlerinden istemedikleri türlerde mesaj almaları seçimlerinin dışında gelişir. Sosyal medya hesabı kullanmak, internette gezinmek bir seçim olsa da, bu tarz durumlar yaşamak fırlatılmaktır. İnsan, gündelik hayatında olduğu gibi sosyal medyada da fırlatılmaya devam eder. Diğer açıklanan tema gibi bu durumun ikilemi sosyal medyada kalmak ya da kalmamakken; çelişkisi de bu olanlara rağmen kalmayı sürdürmektir.

Elde edilen ve yukarıdaki temaya benzeyen diğer bir temada "*GÜVENSİZLİK-TEKİNSİZLİĞE RAĞMEN KALMA DENeyİMİ*" temasıdır. Kişiler, internette kurdukları ilişkilere tam olarak güvenmediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, sanal ortamda fotoğrafların tam olarak silinmemesine karşı da tedirginlik yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Fırlatılmışlıkla beraber bu durum tekinsizlik kavramı ile açıklanabilir. Heidegger, dünyanın insan için tekinsiz bir yer olduğunu ifade etmektedir, çünkü insan dünyaya yabancıdır ve ona karşı korunmasızdır. Bu nedenle de ilişki kurarak ve üreterek yaşadıkları tanıdık yapma eğilimi göstermektedirler (Kayra, 2006; Kılınç, 2015). Sosyal medya bu durumda dünyaya benzetilebilir. Dünya gibi orası da tekinsizdir, sosyal medya kullanıcıları, günlük hayatlarında olduğu gibi orada da

fırlatılmaktadırlar, orada da güvensiz hissetmektedirler ve orada da tüm bunlara rağmen ilişki kurmaktadır. Bu temanın çelişkisi de budur; katılımcılar, tüm bunlara rağmen sosyal medyada kalmayı sürdürmektedirler.

İlgili üst temanın son alt teması ise "*siber zorbalığın etkilerine rağmen kalmak*" temasıdır. Katılımcılar, internet ortamında yaşadıkları zorbalıkların duygusal etkilerinden bahsetmişlerdir ancak bunlara rağmen de ilişki kurmaya ve sosyal medyayı kullanmaya devam ettiklerini ifade etmişlerdir. Baştürk-Akca, Sayımer ve Ergül, 2014 yılında aktif olarak sosyal medya kullanan 200 öğrenci ile yaptıkları "Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları ve Siber Zorbalık Deneyimleri" adlı araştırmalarında, öğrencilerin, siber zorbalıkla karşılaşma durumunda "kızgınlık" (%84), "endişe" (%61), "üzüntü" (%49), "hayal kırıklığı" (%45), "fiziksel olarak kötü hissetme" (%34), "arkadaşlarına farklı davranma" (%31), "evde farklı davranma" (%29), "kendini yalnız hissetme" (%25), "okuldan uzaklaşma isteği" (%18), "uyku düzeninde bozukluk" (%18) gibi tepkiler verdiklerini saptamışlardır (Baştürk-Akca, Sayımer ve Ergül, 2015). Bu araştırmada da benzer şekilde katılımcılar, siber zorbalıklar karşısında, incinme, öfke, korku gibi duygular yaşadıklarını, aileleri ile ilişkileri bozulduklarını ve sosyal medyayı kullanma konusunda ikileme düştüklerini belirtmişlerdir. Bu veriler, Baştürk-Akça, Sayımer ve Ergül'ün araştırma verileriyle tutarlıdır. Diğer bulgularda olduğu gibi, bu durumun da çelişkisi, kişilerin aktif olarak sosyal medyayı kullanmaya devam etmeleridir.

Araştırma verilerinden elde edilen son üst tema "*otantik olmayan bir varoluş şekli olarak sosyal medya*" temasıdır. Bu tema bulgular bölümünde belirtildiği gibi 6 alt tema içermektedir.

İlk tema, "*idealize edilen benliğin paylaşımı*" temasıdır. Katılımcılar, sosyal medyada fiziksel olarak istedikleri gibi göründükleri ve yalnızca mutlu oldukları gibi anları paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Burada ideal benlik- gerçek benlik ayrımı görülmektedir. Gerçek benlik, kişinin olduğu benliği iken; ideal benlik, olmak istediği kendisidir (Üstün ve Akman, 2002). Bu konu hakkında Sullivan'ın kişileştirmeler kuramına bakmak doğru olacaktır. Sullivan'a göre kişinin kendisiyle ilgili imgeleri üç ana sınıfa ayrılır; kabul edilen ve sevilen yanlar iyi-bendir, beğenilmeyen ve reddedilen yanlar kötü-bendir ve karanlık ve fark edilmeyen yanlar ben-değildir. Bu kuram, araştırma verilerini şöyle açıklamaktadır: Bireylerin, kendilerine dair imgelerini sosyal medyada da yansıttıklarını ve kontrol etmeye çalıştıkları yorumu yapılabilir, örneğin bireyler iyi-beni sergilerken, kötü-beni yok

saymaktadırlar. Ballı, 2013 yılında yaptığı bir araştırmada, günümüz medya kanallarının insanları ideal bir vücut yapısına, lüks bir hayata, gerçek olmayan bir mutluluğa özendirdiği ve ittiği sonucuna ulaşmıştır (Ballı, 2013). Bir başka nitel çalışmada ise kullanıcılardan bazılarının, sosyal medyanın bir reklam alanı olduğu ve bu nedenle yalnızca iyi hallerin paylaşılması gerektiğini düşündükleri belirtilmiştir (Üçer, 2016). Bunların aksine ise Koç'un 2015 yılında Facebook kullanıcısı 46 engelli bireyin katılımıyla gerçekleştirdiği bir çalışmada, katılımcıların %84,78'i engellini saklamazken %15.22'sinin sakladığı sonucu rapor edilmiştir ve idealleştirme ve kusursuzlaştırma oranı genel algıya göre düşük çıktığı belirtilmiştir (Koç, 2017). Araştırma bulguları, Ballı ve Üçer'in çalışmalarıyla tutarlılık gösterirken, Koç'un araştırmasıyla uyuşmamaktadır. Bireylerin ideal olanı paylaşmaları varoluşçuluktaki otantiklik kavramı ile açıklanabilir. Otantik olmak, her türlü deneyime ve benliğe sahip çıkmaktır ve bunlar olmadığı durumlarda otantik olmaktan söz edilemez (Van Deurzen ve Adams, 2017). Bireylerin kendilerini olduklarından farklı göstermeleri, oldukları hallere sahip çıkmamaları otantik olmama durumudur. Bu ayrıca Nietzsche'nin amor fati yani kaderine âşık olmak kavramı ile açıklanabilir. Nietzsche bireylerin, kendi döngülerine sahip çıkıp; onların sevilmesi gerektiğini söylemektedir, aksi takdirde birey, otantik bir hayat sürdüremeyecektir. Bireylerin, daha mutlu, daha becerikli, daha güzel ya da daha fit hallerini paylaşmaları, amor fati kavramına uyuşmamaktadır. Bu nedenlerle bireylerin sosyal medyaya otantik olmayan bir varoluş şekli sergiledikleri düşünülmektedir.

Diğer bir bulgu "*derin ilişkilerin ve gerçekçiliğin olmaması*" temasıdır. Katılımcılar, günlük hayatlarının aksine sanal hayatta gerçek bir temasın olmamasından ve insanların kendilerini olduklarından farklı göstermelerinden dolayı, iletişimin ve ilişkiselliğin yavan kaldığından bahsetmişlerdir. Çalışır'ın yaptığı nitel bir araştırmada kullanıcılardan bazıları, sosyal medyada yüz yüze iletişim olmamasının sahtelik hissi uyandırdığını ve yüz yüze iletişimin daha güvenilir, daha gerçekçi ve daha inandırıcı olduğunu ifade etmişlerdir (Çalışır, 2015). Çalışır'ın araştırması ile bu araştırma tutarlı sonuçlar vermektedir. Bu durum varoluşçulukta iletişim ve diyalog konusu ile açıklanabilir. Varoluşçuluğa göre kurulan her iletişim diyalog sayılmaz. Buber, diyalogun gerçekleşebilmesi için bireylerin birbirlerini "Ben-Sen" konumuna getirmeleri gerektiğini ifade eder; ancak bu şekilde iki taraf da özne konumunda olur. Özne olabilmek içinse iki taraf da birbirine deneyimlerini açmalıdır ve bu açılmanın etkilerini de tartışmalıdırlar, aksi takdirde bireyler nesneleşir. Gerçek bir diyalogta, karşılıklı temas vardır (akt., Van Deurzen ve Adams, 2017). Bu bilgilerden yola çıkılarak, derin ilişkilerin sosyal medyaya olmama nedeninin gerçek temastan ve diyalogtan uzak



kalmak ve bu nedenle de nesneleşmek olduğu yorumu yapılabilir. Tüm bunların çerçevesinde bireylerin, sosyal medyada otantik olmayan bir varoluş şekli gösterdikleri düşünülmektedir.

Elde edilen bir diğer bulgu da *sıkılınan anlarda ve boş zamanlarda sosyal medyaya sarılmak* temasıdır. Katılımcılar, sıkça "vakit öldürmek" ifadesini kullanmışlardır. 2012 yılında sosyal medya kullanımı üzerine yapılan bir araştırmada, bireylerin %42'sinin sosyal medyayı boş zamanlarını değerlendirmek için kullandıkları saptanmıştır (Solmaz ve ark., 2013). Yine bir başka araştırmada, kullanıcıların sosyal medyada en çok vakit geçirmek amacıyla (%31,0) buldukları sonucu rapor edilmiştir (Vural ve Bat, 2010). Böylece, boş zamanların büyük kısmı sosyal medyada harcanmaya başlanmıştır ve sonuç olarak gerçek aktivitelere ve gerçek yaşamsal zamana olan ilgi azalmaya başlamıştır (Sucu, 2012). Araştırma sonuçları, bu çalışma ile tutarlıdır. Sıkıldığı anda kalamayan ve hemen sosyal medyada varlık göstermeye çalışan bireylerin, şimdi ve burada kalamadıkları gibi otantik bir varoluş da sergileyemeyecekleri yorumu yapılabilir. Bulgular, bireylerin sosyal medyada otantik bir varoluş sergileyemediklerini göstermektedir.

Bir başka tema ise "*sosyal medyada özgürlük hissi ve sorumluluğun olmaması*" alt temasıdır. Katılımcılar, sosyal medyada, günlük hayatlarında olduklarından daha özgür hissettiklerini ve orada hayatın getirdiği sorumlulukların olmadığını belirtmişlerdir. Literatüre bakıldığında, kişinin sosyal medya hesabı, çevresiyle bilinir bir şekildeyse, kişilerin, gerçeğe daha yakın kimlikler sunmak zorunda hissettikleri yorumu yapılmıştır. Ancak, bireyler, anonim ya da tanınmayacak bir ortamda bulunuluyorsa kişilerin, daha özgür kimlikler inşa ettikleri belirtilmiştir (Bakıroğlu, 2013). Bu çalışmada da bireyler, anonim kimliklerle iletişim kurduklarında kendilerini daha rahat hissettiklerini belirtmişlerdir. Bakıroğlu'nun yorumu ile bu araştırma sonuçları tutarlıdır. Yapılan bir çalışmada, bireylerin sosyal ağları kullanma nedeninin daha fazla özgürlük hissi yaşatması olduğu saptanmıştır (Üçer, 2016). Çalışır'ın yaptığı bir çalışmada, bireyler, sosyal medyada kendilerini daha rahat ve daha özgür hissettiklerini saptanmıştır. Bu özgürlüğün nedenleri arasında bireylerin, diğerlerinin yüzüne söyleyemeyeceklerini söyleme ve kimliklerini gizleme olanağı bulunduğu belirtilmiştir (Çalışır, 2015). Bu çalışmalar, araştırma ile tutarlı sonuçlar vermektedir. Ayrıca bu çalışmada katılımcılar, çevrimiçi oyunlar ve sanal dünyalar aracılığıyla gündelik hayatta yapamadıklarını sanal hayatlarında yaptıklarını ve herhangi bir sorumluluk almadan kendi dünyalarını oluşturduklarını belirtmişlerdir. Varoluşçu görüşe göre özgürlük kazanılması gereken bir kavram değildir; insanın sonsuz özgürlüğü vardır ve otantik bir varoluş için

özgürlük dâhilinde seçimler yapılmalı ve sorumlulukları da alınmalıdır (Sartre, 2017; Van Deurzen ve Adams, 2017). Bu çalışmada da gündelik hayatın getirdiği sorumlulukların, sosyal medyada yok sayıldığı ve bireylerin, otantik bir varoluş şekli gösteremedikleri düşünülmektedir.

Bir diğer bulgu, yine gündelik hayatın aksine medyada yaşanan "*görmezden gelebilme kolaylığı*"dır. Katılımcılar, gündelik hayatlarında yapılması güç olan bir durumu tek bir tuşla görmezden gelip; yok saydıklarını belirtmişlerdir. Bu durum da özgürlük ve sorumluluk kavramlarıyla açıklanabilir. Bireyler, görmezden gelmeyi de sonsuz özgürlükleri içinde seçerler ancak bu seçimin özgürlüklerinden geldiğinin farkında olmadıkları yorumu yapılabilir çünkü bireyler için amaç yalnızca sorumluluk almamaktır. Sosyal medya bu olanağı kullanıcılarına vermektedir; özgür olan ancak özgürlüğü kazanılması gereken bir değer olarak gören insan, sosyal medyada kendini sorumluluk almadığı için daha fazla özgür hissetmektedir. Ancak bu otantik bir varoluş değildir, kişilerin seçimleri dâhilinde gerçekleşir ancak sorumluluktan kaçmak ve bu seçimlere sahip çıkmamak ancak otantik olmama hali ile açıklanabilir.

İlgili temanın son alt teması "*hayatı kaçırdığını hissetmek*" temasıdır. Katılımcılar, sosyal medya hesapları nedeniyle hayatı kaçırdıklarını ve sosyal medyada sürüklendiklerini ifade etmişlerdir. Bireyler, sosyal medyada her anı paylaşıyor olmayı rahatsız edici bulmaktadırlar çünkü bunun, günlük hayattan alı koyduğunu belirtmişlerdir. Bu varoluşçuluktaki şimdi ve burada olmak kavramıyla açıklanabilir. Varoluşçuluğa göre her şey şimdi ve burada yaşanmaktadır. İnsan sadece şimdide var olmalıdır ve gerçek ancak şimdide kavranabilir (Aşar, 2014; Bayındır, 2012). Otantik kişi, geçmiş ve gelecekte değil "şimdi ve burada" olduğunun farkında olan kişidir (Sakızcıoğlu ve Voltan Acar, 2016). Hayatı kaçırdığını söyleyen kişiler için, bu görüşlerden yola çıkarak şu yorumların yapılması yanlış olmayacaktır: Bireyler, sosyal medyada ve gündelik hayat arasında kendilerini "şimdi ve burada" hissedememektedirler. Sürekli iki dünya arasındaki bir zamansallıkta, hangisi gerçek, hangisinde kalınmalı, hangisi daha iyi ya da optimal olan karmaşasına girmektedirler. Bu nedenle sosyal medyada hayatı kaçırdıklarını hissedip; otantik olmayan bir varoluş şekli gösterdikleri düşünülmektedir.

## ALTINCI BÖLÜM

### SONUÇ VE ÖNERİLER

#### 6.1. Sonuç

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, sosyal medya kullanımında varoluşsal meselelerin etkisi önem taşımaktadır. Varoluşsal mesele olan ötekilerin etkisi araştırma verilerinden saptanmıştır. Bireylerin sosyal medya aracılığıyla diğerleriyle ilişki kurdukları görülmektedir. Kişiler, ilişkiye olan ihtiyaçlarını sosyal medyaya da taşımaktadırlar.

Bir diğer mesele olan yalnızlığın da sosyal medya kullanımı ile ilişkili olduğu saptanmıştır. Bireyler, yalnız oldukları anda sosyal medyada daha fazla vakit geçirmektedirler. Kişilerin, yalnızlıklarını sosyal medyada gidermeye çalıştıkları ancak bu durumun onları tatmin etmediği görülmüştür. Bu durum, varoluşsal yalnızlığın kabulü ile ilgili tanımların, sosyal medyada da geçerli olduğunu kanıtlamaktadır.

Ötekilerle paralel olarak bulunan diğerlerini umursamak meselesi de, sosyal medyada kendini göstermektedir. Bireyler, diğerlerinin çerçevesinde paylaşımlarını kısıtlamaktadırlar. Onların onaylarını almak istemektedirler. Onlar tarafından reddedilmekten korkmakta ve dışlanmaktan çekinmektedirler. Yapılan paylaşımlardan etkilendikleri saptanmıştır. Onlar tarafından beğenilmek önem taşımaktadır ve diğerlerinin neler yaptığını takip etmek sosyal medya kullanma gerekçelerinden biridir. Bunlarla birlikte, bireylerin insan varoluşuna uygun olarak sanal dünyalarında da diğerlerini umursadıkları saptanmıştır.

Araştırmada, bireylerin, günlük hayatları ile sanal hayatları arasında bir bağ kurmak için ikame bir varoluş gösterdikleri saptanmıştır. Günlük hayatlarında oldukları gibi, sosyal medyada da alışveriş yapmak, eğlenmek, gündemi takip etmek, eğitim ve entelektüel ihtiyaçlarını karşılamak gibi eylemleri yapmaktadırlar. Ayrıca, orada kendilerini var ederek, ikame bir varoluş oluşturmuşlardır. Bireylerin, sanal dünyaları ve gerçek dünyaları arasında bir ilişki kurdukları görülmüştür.

Araştırmada, bireylerin, günlük hayatlarında olduğu gibi sosyal medyada da çelişiklere ve ikilemlere tabi oldukları görülmüştür. Bireyler, insan varoluşunun doğal bir sonucu olan ikilemler arasında kalmayı ve çelişikler göstermeyi sanal hayatlarında da yaşamaktadırlar.

Bireylerin, sosyal medya ile güç savaşına girmeleri, siber alanın kendilerini kontrol edeceğinden korkmalarına ve kontrolsüz ve tekinsiz bir alan olmasına rağmen varlıklarını göstermeleri ve siber zorbalığa rağmen hesapları kullanmaları bir çelişkidir. Bireyler, sosyal medya hesaplarını bir kapatıp; bir açarak ikilemler arasında gidip gelmektedirler.

Araştırma bulgularından elde edilen bir diğer sonuç ise, bireylerin sosyal medya otantik olmayan bir varoluş şekli göstermeleridir. Bazı katılımcıların, yalnızca idealize olanı paylaşmaları, derin ilişkileri kuramamaları, sıkıldıkları anda anlamak yerine sosyal medyaya sarılmaları, sosyal medyada daha özgür hissetmeleri ve bunun getirisi olarak da sorumluluğun olmadığı düşüncesi, günlük hayatın aksine istemediklerini tek tuşla görmezden gelmeleri otantik bir varoluş biçimi göstermediklerini düşündürmektedir. Bireyler, sosyal medya yüzünden hayatı kaçırdıklarını belirtmişlerdir. Bunlardan yola çıkarak, sosyal medyada da günlük hayatta olduğu gibi otantik olan ya da olmayan bir varoluş hali yaşandığı sonucuna ulaşılabilir.

Araştırma verileri ve varoluşçu görüşlerden yola çıkılarak, insan varoluşu dediğimizde içinde yarattıkları sanal dünyalar da bulunmaktadır. Bireyler, sosyal medyada kendilerini aynı ya da olduklarından farklı gösterebilirler ya da yaşadıkları günlük hayatta deneyimlediklerinden farklı olabilir ancak insan olma halleri kendine sosyal medyada da yer bulmaktadır. Sanal hayatta deneyimlenen her şey yine insana dairdir, hepsi yine insan olma halinin doğal bir sonucudur. Bu nedenle sanal bir var olma şekli, insan varoluşundan ayrı düşünülemez.

## **6.2. Öneriler**

Bu araştırmadan yola çıkılarak, gelecek araştırmacılara yönelik öneriler şöyledir:

Araştırmanın konuları ile ilgili literatür taranırken, daha önce bu konu ile ilgili yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle, geçmiş araştırmalar ile karşılaştırılırken zorluk yaşanmış ve sosyal medya ile varoluşsal meseleler arasında direkt bağlantılar kurulamamıştır. Bu durum, bu araştırmanın bir eksiği olarak görülmektedir. Varoluşçuluğa, varoluşsal meselelere ve sosyal medyaya ilgi duyan araştırmacıların bu konuyu geliştirip, literatüre daha fazla katkı sunmaları önerilir.

Konu ile ilgili olarak bir diğere öneri ise, konuların spesifikleştirilerek araştırılabileceğidir. Bu çalışmada, sosyal medya kullanımının ve varoluşsal meselelerin tamamı incelenmeye çalışılmıştır. Belirli bir mesele hakkında, daha detaylı araştırma yapmak nitel araştırmaların doğasına daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada, örneklemeler gönüllülük esasına göre, olasılığa dayalı olmadan seçilmiştir. Önce duyuru yapılmış ve başvuran kişilerle çalışma yapılmıştır. Araştırmaya başvuran kişilerin sadece kadın olmaları nedeniyle, araştırma örnekleme kadın katılımcılardan oluşturulmuştur. Bu durum, araştırmanın bir eksikliğidir ve gelecek araştırmalarda daha sağlıklı ve her iki cinsiyete dair anlamlı sonuçlar için kadın katılımcı sayısı kadar erkek katılımcıların da sürece dahil olması önerilir.

Bu araştırmada, örneklem sayısı 10 kişi olarak seçilmiştir, bu durum, fazla veri elde edilmesi ve süre kısıtlılığı nedeniyle, her bireyin detaylıca incelenmesi olanağını azaltmıştır. Gelecek çalışmalarda, ortaya daha detaylı bir sonuç çıkması için, araştırma doğasına da uygun kalınarak daha az katılımcıyla birden fazla görüşme yapılması önerilir.

Bu araştırmanın bir diğere eksikliği de, ortaya çıkan temaların yalnızca araştırmacı tarafından yorumlanarak elde edilmesidir. Nitel çalışmalarda güvenilirliğin sağlanması için, araştırma verilerini birbirinden bağımsız birkaç uzman tarafından değerlendirilmesi gerekir. Değerlendirme sonucunda, ortak bulunan temalara bakılır ve çalışmada bunlar kullanılır. Bu çalışmada bu yöntem kullanılmamıştır. Gelecek çalışmalarda daha güvenilir sonuçlar alınması için, araştırmacıların, uzman değerlendirmesine başvurmaları önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Acar, S., Gürsoy, G., ve Ünsal, N. Ö. (2014). İlişkisel toplumda sosyal iş ağlarının kariyer gelişimi açısından önemi: LinkedIn örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(3), 17-34.
- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. A., and Farsani, H. K. (2012). Evolution of the world wide web: From web 1.0 to web 2.0. *International Journal of Web ve Semantic Technology*, 3(1), 1-10.
- Akar, E. (2018). *Sosyal medya pazarlaması* (3. b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Aratemur Çimen, C. (2015). Nitel araştırmada öznellik ve düşünümsellik. F. N. Seggie, ve Y. Bayyurt (Dü) içinde, *Nitel araştırma: Yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları* (s. 59-70). Ankara: Anı.
- Arıca, T. (2015). *Siber alemin avatar çocukları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Arıcı, A. (2013). *Siyasi partiler ve siyasi liderler çerçevesinde Türk siyasetinde sosyal medya* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Arslan, A., ve Kırık, A. M. (2013). Sosyal paylaşım ağlarında konum belirleme ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Öneri Dergisi*, 10(40), 223-231.
- Aşar, H. (2014). Heidegger ve Sartre felsefesinde “kaygı” ve “bulantı” kavramlarının analizi. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*(17), 85-99.
- Aşkın, Z. (2009). Niçin varoluşçuluk? *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*(3), 1-16.
- Ayas, T., ve Horzum, M. B. (2012). İlköğretim öğrencilerinin sanal zorba ve mağdur olma durumu. *İlköğretim Online*, 11(2).

- Aydoğdu, H. (2016). Kierkegaard ve Heidegger'de ölümün eksistensiyal-ontolojik çözümlemesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*(27), 127-150.
- Ayvaz, A. (2007). *Çocukların sanal ortamlarda nasıl mekanlar tasarladıklarının araştırılması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Babacan, M., Haşlak, İ., ve Hira, İ. (2011). Sosyal medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*, 6(2), 63-92.
- Bakıroğlu, C. T. (2013). Sosyalleşme ve kimlik inşası ekseninde sosyal paylaşım ağları. *Akademik Bilişim*, 13.
- Ballı, D. Z. (2013). *Magazin programlarında kullanılan kimlik temsilleri ve sunumu* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Baştürk-Akca, E., Sayımer, İ., ve Ergül, S. (2015). Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve siber zorbalık deneyimleri: Ankara örneği. *Global Media Journal TR Edition*, 5(10), 71-86.
- Batıgün, A., ve Büyüksahin, A. (2018). Aleksitimi: Psikolojik belirtiler ve bağlanma stilleri. *Klinik Psikiyatri*, 11, 105-114.
- Bayındır, A. (2012). Rasyonel ve Varoluşçu Teolojinin Bir Mukayesesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*(19), 165-172.
- Bayrak, H. (2018, Eylül 2). *Dünyada internet kullanımı ve sosyal medya istatistikleri-2.çeyrek raporu*. Mart 24, 2019 tarihinde Dijilopedi: <https://dijilopedi.com/dunyada-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri-2-ceyrek-raporu/> adresinden alındı.
- BBC. (2019, Ocak 3). *Black Mirror Bandersnatch: Netflix'in ilk interaktif yapımı yayında*. Mart 25, 2019 tarihinde BBC: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46693509> adresinden alındı.

- Buran, A. (2015). Nitel araştırmada veri toplama. F. N. Seggie, ve Y. Bayyurt (Dü) içinde, *Nitel araştırma: Yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları* (s. 43-59). Ankara: Anı.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Büyüköztürk, ř., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, ř., ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (20. b.). Ankara: Pegem Akademi.
- Coşkun, S. (2015). Varoluşçuluk ve özgürlük problemi. *Felsefe Düşünce Dergisi*(61), 80-105.
- Çağıltay, K. (1995). *Herkes için internet*. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Çağır, G. (2010). *Lise ve üniversite öğrencilerinin problemlili internet kullanımı düzeyleri ile algılanan esenlik halleri ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Çakı, N. K. (2018, 8 16). *Bizi reddeden sevgiden neden vazgeçemiyoruz?* Nisan 10, 2019 tarihinde Equinox Psikiyatri ve Terapi: <https://www.equinoxpsikiyatri.com/blogequinox/2018/8/16/bizi-reddeden-sevgililerden-neden-vazgeemiyoruz> adresinden alındı.
- Çalışır, G. (2015). Kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç olarak sosyal medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 10(3), 115-144.
- Çayırılı, E. (2014). *Sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapılanmaları, yaşam doyumunu ve depresyon üzerinden incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelebi, E. (2010). JP Sartre'da özgürlüğün ontolojik temelleri üzerine. *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 30(30), 93-104.
- Çelebi, V. (2014). Jean Paul Sartre'ın varoluşçuluk düşüncesi. *Beytulhikme An International Journal of Philosophy*, 4(2), 64-76.
- Çınar, A. (2006). Martin Buber'de varoluş ve etik: 'Ben-sen' ilişkisi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(5), 9-27.



- Çotuksöken, B. (2012). *Radyoda felsefe*. İstanbul: Notus Kitap.
- Daley, B. (1998). *Internet history and growth*. Mart 23, 2019 tarihinde Internet Society: [https://www.internetsociety.org/internet\\_history\\_and\\_growth](https://www.internetsociety.org/internet_history_and_growth) adresinden alındı.
- Demir, N. (2009). Yayına başlarken. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken*, 1(1), 1-4.
- Dilmaç, B., and Aydoğan, D. (2010). Values as a predictor of cyber-bullying among secondary school students. *International Journal of Social Sciences*, 5(3), 185-188.
- Doğan, U., ve Karakuş, Y. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının yordayıcısı olarak yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 57-71.
- Dondurucu, Z. B., ve Uluçay, A. P. (2015). Yeni medya ortamlarında nefret söylemi: Eşcinsellere yönelik nefret söylemi içeren videoların Youtube üzerinden incelenmesi. *I(3)*, 1058-1091.
- Ekşi, H., Erden, N., Erdoğan, H., ve Yılmaz, E. (2013). Ergenlerin kimlik oluşumunun Facebook üzerinden incelenmesi: Nitel araştırma örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 295-313.
- Eraslan, R. (2013). Sosyal medya: Her an ve her yerde görünür olmak. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 3(4), 29-37.
- Erdem, H. (2014). *Karl Jaspers felsefesine giriş* (1. b.). İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Erdur-Baker, Ö., ve Kavşut, F. (2007). Akran zorbalığının yeni yüzü: Siber zorbalık. *Eurasian Journal of Educational Research (EJER)*(27), 31-42.
- Eröz, S. S., ve Doğdubay, M. (2012). Turistik ürün tercihlerinde sosyal medyanın rolü ve etik ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1).
- Ertürk, Y. D., ve Eray, T. E. (2016). Fenomenolojik bir kavram olarak kendilik ve sosyal ağlarda kendilik sunumu ile narsistik eğilimler ilişkisi: İletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir ön çalışma. *Intermedia International e-Journal*, 3(4), 12-29.
- Frankl, V. (2010). *İnsanın anlam arayışı* (5. b.). (S. Budak, Çev.) İstanbul: Okuyan Us.

- Gödelek, K. (2008). Kierkegaard'ın insan görüşü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(5), 357-371.
- Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Y kuşağının WhatsApp kullanımı üzerine bir inceleme. *TRT Akademi*, 3(6), 590-612.
- Gündoğan, A. O. (2004). Bırakılmışlık. *Felsefe Ansiklopedisi*(2).
- Gündüz, Z. (2015). *Heidegger'in 'varlık ve zaman' adlı eserinde insan varlığının varoluşsal özellikleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Günüç, S., Odabaşı, H. F., ve Kuzu, A. (2013). 21. yüzyıl öğrenci özelliklerinin öğretmen adayları tarafından tanımlanması: Bir Twitter uygulaması. *Eğitimde Kuram ve Uygulama Dergisi*, 9(4), 436-455.
- Gürel, E., ve Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern elektronik kültür 4(4), 203-219. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4(4), 203-219.
- Heidegger, M. (2011). *Varlık ve zaman* (2. b.). (K. Ökten, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Horzum, M. B. (2010). Öğretmenlerin web 2.0 araçlarından haberdarlığı, kullanım sıklıkları ve amaçlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 603-634.
- Hu, Y., Manikonda, L., and Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. *Eighth International AAAI conference on weblogs and social media*, 595-598.
- Irak, D., ve Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve sosyal medya* (2 b.). İstanbul: Okuyan Us.
- Irmak, A. Y., ve Erdoğan, S. (2016). Ergen ve genç erişkinlerde dijital oyun bağımlılığı: Güncel bir bakış. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 27(2), 128-137.
- Işık, A. H., Özkaraca, O., ve Güler, İ. (2011). Mobil öğrenme ve podcast. *XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, (s. 861-886).

- İçözü, T. (2019, Şubat 19). *FOXplay, Hepsiburada işbirliğiyle "izlerken al" özelliğini yayına alacak*. Nisan 15, 2019 tarihinde Webrazzi: <https://webrazzi.com/2019/02/19/foxplay-hepsiburada-isbirligiyle-izlerken-al-ozelligini-yayina-alacak/> adresinden alındı.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Kalelioğlu, E. (2019, Nisan 12). *Netflix'in yeni rakibi Disney+'ın açılış tarihi ve fiyatı belli oldu*. Nisan 15, 2019 tarihinde Webtekno: <https://www.webtekno.com/disney-uyelik-sistemi-fiyati-h66607.html> adresinden alındı.
- Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*(53), 59-68.
- Kaplanseren, E. (2016, Haziran 9). *Tinder, üyelikte yaş sınırını 18'e yükseltti*. Mart 25, 2018 tarihinde Webrazzi: <https://webrazzi.com/2016/06/09/tinder-uyelikte-yas-sinirini-18e-yukseltti/>, 25 Mart 2019'da erişildi ) adresinden alındı.
- Kara, T. (2016). Gençler neden Snapchat kullanıyor: Kuramlar ve doyumlar yaklaşımı üzerinden bir araştırma. *Intermedia International e-Journal*, 3(5), 262-277.
- Karahisar, T. (2014). İnternette çocukları bekleyen riskler ve medya okuryazarlığı. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(4), 82-95.
- Karakoç, E., ve Taydaş, O. (2013). Bir serbest zaman etkinliği olarak üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ile yalnızlık arasındaki ilişki: Cumhuriyet Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 33-45.
- Karakuş, G., Öztürk, Z., ve Tamam, L. (2012). Ölüm ve ölüm kaygısı. *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, 21(1), 42-79.
- Karal, H., ve Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1(3), 251-263.

- Karasar, Ş. (1999). İnternet ortamında eğitim. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 5(2), 145-168.
- Karasar, B., ve Öğülmüş, S. (2016). Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2), 469-495.
- Karataş, Z. (2014). Problem çözme becerileri ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkide benlik saygısının aracı rolü: Bir yapısal eşitlik modeli çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*(30), 118-140.
- Kartal, B. (2019, Mart 29). *PUBG Mobile, 1. Yıldönümünü İstanbul'da Düzenleyeceği Bir Partide Kutlayacak*. Mart 31, 2019 tarihinde Webtekno: <https://www.webtekno.com/pubg-mobile-1-yildonumunu-istanbul-da-duzenleyecegi-bir-partide-kutlayacak-h65689.html> adresinden alındı.
- Kayra, B. (2006). *Jean Paul Sartre'in özgürlük anlayışı* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kemp, S. (2019, Ocak 30). *Digital in 2019*. Mart 21, 2019 tarihinde We Are Social: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> adresinden alındı.
- Kılıç, S. (2006). *Jean Paul Sartre'in varoluş felsefesinde öteki kavramı* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kılınç, G. (2015). Nietzsche ve Heidegger'de varoluşun trajedisi. *Düşünme Dergisi*(7), 33-49.
- Kızıltan, G. S. (1983). Heidegger'de 'das-man' kategorisi. *Yazko Felsefe Yazıları*(5), 66-82.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., and Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*(54), 241-251.
- Koç, M. (2017). Dramaturjik teori çerçevesinde sosyal medyada engelli bireylerin benlik sunumu. *Selçuk İletişim Dergisi*, 10(1), 262-281.

- Koçer, M. (2012). Erciyes Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 71-85.
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: Facebook üzerine bir çalışma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81.
- Küçükali, A. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Atatürk Üniversitesi örneği. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7(13), 531-546.
- Külcü, Ö., ve Henkoğlu, T. (2014). Sosyal paylaşım ağlarında gizlilik: Facebook incelemesi. *Bilgi Dünyası*, 15(2), 231-252.
- Le Roux, E. E. (1999). Loneliness in the therapeutic dialogue: An interpretation according to the concepts of Winnicott and Heidegger (Doctoral dissertation, University of Pretoria).
- LinkedIn Hakkında*. (t.b.). Mart 25, 2019 tarihinde LinkedIn: <https://about.linkedin.com/tr-tr> adresinden alındı.
- Marangoz, M. (2011). Girişimciler için sınırsız ticaret: E-ticaret. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(1), 181-201.
- Mustafa, B. H. (2018). *Sosyal medyanın gelişimi ve toplumda sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Erbil Salahaddin Üniversitesi Örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Van Yüzüncü Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Van.
- Nietzsche, F. (2011). *Ecce Homo*. (C. Alkor, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Nietzsche, F. (2016). *Böyle buyurdu Zerdüşt* (2. b.). (S. Demir, Çev.) İstanbul: Ataç Yayınları.
- Okmeyan, S. (2018). Pazarlama "oyun"a geldi: Pazarlamada oyunlaştırma yaklaşımı ve örnekleri. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(31), 4750-4768.
- Önal, L., Gerek, Z., Bedir, F., ve Bedir, D. (2017). Halk dansları ile ilgilenen üniversite öğrencilerinin davranış özellikleri ile eğlence eğilimleri arasındaki ilişkinin

- incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 19(4), 104-114.
- Önal, M. N., Gündoğan, A. O., ve Turhan Tuna, S. (2015). Türk masallarında varoluşçuluk tasarımı üzerine bir deneme. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*(53), 121-147.
- Özdemir, Z. (2015). Sosyal medyada kimlik inşasında yeni akım: Özçekim kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 112-131.
- Özdoğan, Ö. (2005). *İsimsiz hayatlar*. Ankara: Lotus Yayınevi.
- Özen, Ü., ve Sarıcı, B. (2010). Yalnızlık olgusu ve sanal sohbetin yalnızlığın paylaşımına etkisi: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdrari Bilimler Dergisi*, 23(4), 15-25.
- Paula, K. (2011). Yalnızlık hissi: Teorik yaklaşımlar. (S. Zengin, ve K. Muhammed, Çev.) *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 11(3), 217-229.
- Peker, A., Eroğlu, Y., ve Ada, Ş. (2012). Ergenlerde siber zorbalığın ve mağduriyetin yordayıcılarının incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 185-206.
- Podcast. (t.b.). Mart 26, 2019 tarihinde Dictionary.com: <https://www.dictionary.com/browse/podcast> adresinden alındı.
- Sabancı, C. (2018). *Hegel, Heidegger ve Levinas'ta ölümün kurucu rolü* (Yayınlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sakızcıoğlu, S., ve Voltan Acar, N. (2016). Uzak Filmi'nin varoluşçu terapinin temel kavramları açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, 9(43), 1287-1297.
- Saliya, D. (2016). Nietzsche felsefesinin optimist yorumu üzerine deneme. *Temaşa*(6).
- Sarıoğlu, B. (2018). *Gabriel Marcel'de insan ve somutluk* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

- Sarioğlu, G. (2008). Tarih felsefesi alanında bir inceleme: Varoluş felsefesi ve tarih anlayışı. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 243-257.
- Sart, G. (2015). Fenomenoloji ve yorumlayıcı fenomenolojik analiz. F. N. Seggie, ve Y. Bayyurt (Dü) içinde, *Nitel araştırma yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sartre, J. P. (1985). *Varoluşçuluk* (8. b.). (A. Bezirci, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Sartre, J.-P. (2017). *Varlık ve Hiçlik* (6 b.). (T. Ilgaz, ve G. Çankaya Eksen, Çev.) İstanbul: İthaki.
- Sayın, B. (2013). Nietzsche'nin yaşama "evet" Sartre'ın öze "hayır" insanı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 117-126.
- Seggie, F. N., ve Bayyurt, Y. (2015). *Nitel araştırma: Yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları* (1. b.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sharf, R. S. (2016). *Psikoterapi ve psikolojik danışma kuramları: Kavramlar ve örnek olaylar* (5 b.). Ankara: Nobel.
- Smith, J. A., Flowers, P., and Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method, research*. Londra: Sage.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(4), 23-32.
- Sözen, M. (2012). Yeni dalga İran sinemasında varoluşsal temalar ve yönelimler. *Selçuk İletişim*, 7(3), 218-233.
- Sucu, İ. (2012). Sosyal medya oyunlarında gerçeklik olgusunun yön değiştirmesi: Smeet oyunu örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*(3), 55-88.
- Sümer, B. A. (2018). Nietzsche felsefesinde bir ideal olarak üstün insan. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*(31), 49-58.
- Şener, G. (2010). Sosyal Ağlarda Kimlik ve Cemaat. *Mostar Dergi*, 62(5).

- Tanyaş, B. (2014). Nitel araştırma yöntemlerine giriş: Genel ilkeler ve psikolojideki uygulamaları. *Eleştirel Psikoloji Bülteni*(5), 25-38.
- Taşdelen, V. (2011). Varoluş felsefelerinde varoluşun özden önceliği sorunu. *Beytulhikme An International Journal of Philosophy*, 1(1), 27-55.
- Taşkın, F. (2013). *Varoluşçuluğun fenomenolojiyle temellendirilmesi üzerine* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Taylor, I. H. (2015). Facebook ve beğenilme güdüsü. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(4), 1216-1227.
- Toğay, A., Akdur, T. E., Yetişken, İ. C., ve Bilici, A. (2013). Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı: Bir MYO deneyimi. *XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, (s. 1001-1006). Antalya.
- Topses, G. (2012). Davranışçı ve varoluşçu- hümanistik psikolojik danışma kuramlarının ayırt edici ve örtüşen nitelikleri. *International Journal of New Trends in Arts, Sports ve Science Education*, 1(3), 67-75.
- Toruk, İ., ve Sine, R. (2015). Sosyal medyanın toplumsal etkileri bağlamında “Black Mirror” dizisinin alımlanması. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(37), 457-481.
- Torun, F., Akçay., A., ve Çoklar, A. (2015). Bilgisayar oyunlarının ortaokul öğrencilerinin akademik davranış ve sosyal yaşam üzerine etkilerinin incelenmesi. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 25-35.
- Turan, Y. (2018). Yalnızlıkla başa çıkma: Yalnızlık, dini başa çıkma, dindarlık, hayat memnuniyeti ve sosyal medya kullanımı. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 22(1), 395-434.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2006, Eylül 28). *Güncel Türkçe sözlük*. Mart 27, 2019 tarihinde Türk Dil Kurumu: ],([http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gtsvearama=gtsveguid=TDK.GTS.5c9bca57c352d2.21684292](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gtsvearama=gtsveguid=TDK.GTS.5c9bca57c352d2.21684292) adresinden alındı.



- Türten, E. (2018). Yüksek lisans öğrencilerinin sosyal medyada mahremiyet algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(30), 143-161.
- Tüzer, A. (2009). Varoluşçu düşünür Martin Buber'in diyalog felsefesi ve bu felsefi yaklaşımın eğitim açısından uzanımları. *Flsf Dergisi*(8), 17-40.
- Twitter. (2017, Eylül 27). Mart 24, 2019 tarihinde <https://twitter.com/Twitter/status/912783930431905797> adresinden alındı.
- Uluç, G., ve Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(52), 88-102.
- Usluel, Y. K., Demir, Ö., ve Çınar, M. (2014). Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği. *Eğitim Teknolojileri Araştırma Dergisi*, 5(2), 1-18.
- Ustabaşı, Z. (2018). Gabriel Marcel'in somut felsefesi ve varoluşçuluktaki yeri. *Mizanü'l-Hak İslami İlimler Dergisi*(6), 57-91.
- Üçer, N. (2016). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında gençlerin sosyal medya kullanımına yönelik niteliksel bir araştırma. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 1-26.
- Üstün, E., ve Akman, B. (2002). Korunmaya muhtaç çocukların benlik algısının incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 229-233.
- Van Deurzen, E. (1999). Existentialism and existential psychotherapy. C. Mace (Ed.) in, *Heart and soul: The therapeutic face of philosophy*. London: Psychology Press.
- Van Deurzen, E. (2015). *Paradox and passion in psychotherapy: An existential approach* (2 b.). Chichester, UK: John Wiley ve Sons.
- Van Deurzen, E., ve Adams, M. (2017). *Varoluşçu danışmanlıkta ve psikoterapide beceriler*. (F. J. İçöz, Çev.) İstanbul: Aletheia.
- Van Deurzen, E., ve Arnold-Baker, C. (2017). *İnsan meselelerine varoluşsal bakışlar: Terapi uygulamaları el kitabı*. (F. J. İçöz, Çev.) İstanbul: Aletheia.

- Vural, B. A., ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382.
- Wales, J. (2005, Mart 8). *Wikipedia is an encyclopedia*. Mart 24, 2019 tarihinde Wikipedia: <https://lists.wikimedia.org/pipermail/wikipedia-l/2005-March/020469.html> adresinden alındı.
- Yağmurlu, A. (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve sosyal medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1), 5-15.
- Yalçın, B., ve Baykal, Ü. (2012). Özel hastanelerde görevli hemşirelerin sessiz kaldığı konular ve sessiz kalma nedenleriyle ilgili faktörler. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 9(2), 42-50.
- Yalom, I. D. (2014). *Varoluşçu psikoterapi*. (Z. İyidoğan Babayiğit, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- Yayla, H. M. (2018). Kullanımlar ve doyumlar bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Instagram örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(1), 40-65.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (10. b.). Ankara: Seçkin.
- Yumrukuz, Ö. (2017). Şiddete karşı duyarsızlaşma ve sosyal medya ilişkisi üzerine bir inceleme. *Marmara İletişim Dergisi*(28), 89-106.

## EKLER

### EK 1: Tez Mülakat Formu:

#### 1. Kendinizden bahseder misiniz?

- a. Yakın arkadaşınız sizi tanıtsa nasıl anlatırdı?

*\*(Demografik bilgileri, aile geçmişi ve ilişkileri, okul hayatı, planları, çocukluğunu, meslek hayalleri, arkadaşlık ilişkileri, romantik ilişkiler...)*

#### 2. Sosyal medya ile tanışma hikayenizi anlatır mısınız?

- a. Hangi sosyal paylaşım ağlarını daha çok kullanıyorsunuz ve onu seçme nedeniniz nedir?
- b. Oyun hesabı kullanıyor musunuz, kullanıyorsanız orada neler yapıyorsunuz?
- c. Kendinizi sosyal medyada nasıl tanıyorsunuz/ anlatıyorsunuz? (Çevrimiçi kimliğiniz sizi tamamen yansıtıyor mu? Kendi isminizle mi, yoksa bir rumuz ile mi üye oldunuz? Rumuz ise hangi sebeple?)

#### 3. Sosyal medyanın hayatınızdaki yeri nedir?

- a. Sosyal medyadan neler elde ediyorsunuz?
- b. Sizi ona çeken ya da iten şeyler nelerdir?
- c. İnternette en çok ne yaparak vakit geçiriyorsunuz?
- d. Sosyal medyada bir imaj yaratıyoruz, hayatımızın bir kısmını paylaşıyor bazılarını paylaşmıyoruz, sizin hayatınızda bunu belirleyen durumlar nedir?
- e. Hiç sosyal medya hesabınızı kapattınız mı? Ya da kapattıktan sonra geri açma ihtiyacı hissettiniz mi? Öyleyse o süreci anlatır mısınız? (Nasıl karar verdiniz, sebebiniz neydi, kapatınca yaşadıklarınız, geri açmaya karar verme süreciniz, açtıktan sonra yaşadıklarınız...)
- f. Sosyal medyada son bir haftada neler yaptınız ayrıntılı bir şekilde anlatır mısınız? Paylaşım yaptınız mı, ne paylaştınız, hangi hesaplarla etkileşim kurdunuz, beğendiğiniz gönderiler oldu mu, yorum yaptınız mı yaptıysanız neler yaptınız? (Oyun ve diğer forum vb. hesaplar dâhil).

#### 4. Sosyal medyayı kullanırken neler yaşıyorsunuz, neler hissediyorsunuz?

- a. Arkadaşlık isteğiniz reddedildiğinde ya da kabul edildiğinde neler yaşıyorsunuz, neler oluyor?
- b. Bir fotoğrafa istediğiniz düzeyde beğeni kriteri koyuyor musunuz? Olmazsa ne yapıyorsunuz, ne hissediyorsunuz?

- c. Sildiğiniz gönderiler oluyor mu? Silmediğiniz ya da sildiğiniz durumlarda ne oluyor da tutmaya devam ediyorsunuz ya da paylaşımı kaldırıyorsunuz?
- d. Çok beğeni gelen bir fotoğraf, yorum paylaştığınızda neler oluyor? Ne hissediyorsunuz? Bildirimlerinizde en çok neyi görmek sizi etkiliyor? Aklınıza gelen son örneği anlatır mısınız?
- e. İnternette en çok hangi deneyiminizden zevk alıyorsunuz? O durumları yaşayınca neler oluyor, neler hissediyorsunuz?
- f. İnternette sosyal paylaşım ağlarına girdiğinizde ne hissediyorsunuz? Bunları deneyimlemek nasıl?
  - a. Korktuğunuz anlar oluyor mu? Neler sizi korkutur?
  - b. Kaygılandığınız anlar nelerdir?
  - c. Yalnız hissettiğiniz anlarda ne yaşıyorsunuz?
  - d. Rahatsız olduğunuz durumlar oluyor mu? Neler yapıyorsunuz?
  - e. Nefret ettiğiniz şeyler nelerdir?
  - f. Sizi kızdıran durumlarda neler yapıyorsunuz?
- g. İnternette tartışma gruplarına girdiniz mi? Girdiyseniz neler deneyimlediniz? Neler hissettiniz?
- h. İnternette nasıl ilişkiler kurdunuz? Merak ediyorum, hiç internet üzerinden arkadaşlık kurdunuz mu? Bu ilişkiler neler hissettiriyor? Herkesin yabancı olduğu bir sohbet odasına girdiniz mi ve orada kendinizi nasıl ifade ettiniz, neler yaşadınız, neler hissettiniz?
- i. İnternette bulunmadığınız sürelerde neler oluyor, çıktığınızda geri girme, kontrol etme gibi durumlar yaşıyor musunuz?

**EK 2: Katılımcı Bilgilendirme ve Onam Formu**

**Tezin Adı:** Sosyal Medya Kullanımı ve Varoluşsal Meseleler: Nitel Çalışma

**Tez Danışmanı:** Prof. Dr. Hanna Nita Scherler

**Adresi:** Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı,  
Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı

**E- mail:** setenay.izci@std.hku.edu.tr

Bu çalışmaya katılmayı kabul ettiğiniz takdirde sizden yaklaşık 1,5 saat sürecek görüşme boyunca size yöneltilecek soruları içtenlikle yanıtlamanız rica edilecektir. Görüşme ses kayıt cihazına kayıt edilecektir. Bu görüşme, sosyal medya kullanımını ve varoluşsal meselelerin nasıl bir ilişki içinde olduğunu anlamamıza yardımcı olacaktır.

**Onam:** Bu araştırma bilimsel bir amaçla yapılmaktadır ve katılımcı bilgilerinin gizliliği esas alınacaktır. Çalışmaya katılımınız tamamen isteğe bağlıdır. Sizden ücret talep etmiyoruz ve size herhangi bir ödeme yapmayacağız. İsteddiğiniz zaman çalışmaya katılmaktan vazgeçebilirsiniz. Bu durumda verdiğiniz yanıtlar kullanılmayacak ve imha edilecektir. Yapmak istediğimiz araştırmanın size risk getirmesi beklenmemektedir.

Bu çalışmayı imzalamadan önce, çalışmayla ilgili sorularınızın cevabı ve ayrıntılı bilgi için **Ferhat Jak İçöz'e** ulaşabilirsiniz.

**İletişim bilgileri:**

**Adres:** Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı,  
Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı

**E-mail:** ferhat.icoz@hku.edu.tr

-----  
Bana anlatılanları ve yukarıda yazılanları anladım. Bu formun bir kopyasını aldım ve çalışmaya katılmayı kabul ediyorum.

**Katılımcının Adı- Soyadı:**

**Tarih:**

**İmzası:**

**Araştırmacının Adı- Soyadı:** Setenay İzci

**Tarih:**

**İmzası:**

## ÖZGEÇMİŞ VE İLETİŞİM

1. Adı Soyadı : Setenay İzci

### İletişim Bilgileri

Mail : setenayizci@gmail.com

2. Doğum Tarihi : 25.12.1994

3. Unvanı : Psikolog

4. Öğrenim Durumu : Lisans

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Psikoloji	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	2016
Yüksek Lisans	Klinik Psikoloji	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	D.E.
Doktora			

### EĞİTİM PROGRAMLARI SERTİFİKA BİLGİLERİ

2016- 2018 Varoluşçu Psikoterapiler Derneği (Existanbul) - Varoluşçu Analiz Eğitimi (Psikoterapi Eğitimi)

2016-2018 Yüksek Lisans programı kapsamında Prof. Dr. Hakan Türkçapar ve Prof. Dr. Levent eğitimliğinde, Bilişsel ve Davranışçı Terapi Temel Eğitimi.

### YAPILAN BİLİMSEL SUNUMLAR VE YAYINLAR

2019 – Sosyal Medya Kullanımı ve Varoluşsal Meseleler: Nitel Çalışma (Yüksek Lisans Tezi) (Devam Etmekte)

2018 – Yeni Dalga İran Sinemasında Varoluşsal Temalar: Asghar Farhadi Filmleri (Eğitim Projesi) Varoluşçu Akademi, İstanbul