

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI**

**YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE**  
**SOSYALLEŞME VE YALNIZLIK**  
**( ELAZIĞ İLİ ÖRNEĞİ )**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Doç. Dr. Vesile ÇAKIR**

**HAZIRLAYAN**  
**Güler UZUN**

**ELAZIĞ-2013**

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**“YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE**  
**SOSYALLEŞME VE YALNIZLIK:**  
**(ELAZIĞ İLİ ÖRNEĞİ)”**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Doç. Dr. Vesile ÇAKIR**

**HAZIRLAYAN**  
**Güler UZUN**

Jürimiz,..... tarihinde yapılan yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

- 1. Doç. Dr. Vesile ÇAKIR**
- 2. Doç. Dr. Ahmet YATKIN**
- 3. Yrd. Doç. Dr. Tamer KAVURAN**

F.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun ..... Tarih ve ..... sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

**Prof. Dr. Enver ÇAKAR**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü**

**ÖZET**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Yeni İletişim Teknolojilerinde Sosyalleşme ve Yalnızlık: (Elazığ İli Örneği)**

**Güler UZUN**

**Fırat Üniversitesi**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**İletişim Bilimleri Anabilim Dalı**

**Elazığ-2013, Sayfa: X + 108**

Günümüzde yeni iletişim teknolojileri kullanımı yaygınlaşmıştır. Buna bağlı olarak bu çalışmada yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internette geçirilen zamanın kişilerin gerçek yaşamdaki sosyallik ve yalnızlık seviyelerine bağlı olup olmadığı konusuna açıklık getirmek amaçlanmıştır.

Bu tartışmalara katkıda bulunmak amacıyla, Elazığ merkezde 400 kişiye anket uygulaması yapılmış elde edilen sonuçlar analiz edilip yorumlanmıştır. İlaveyen yeni iletişim teknolojilerinde sosyalleşme ve yalnızlık olgusunu kavramsal açıdan da incelenmiştir. Bu çalışmayla geçmişten günümüze iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte bireyin hayatında vazgeçilmez bir öneme sahip olan sosyalleşme kavramının sanal ortamlarda varlığını devam ettirdiği ve bireylerin gerçek yaşamdaki sosyallik, yalnızlık durumlarının sosyal paylaşım ağları kullanımı üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni iletişim teknolojileri, Sosyalleşme, Yalnızlık, İnternet

**ABSTRACT**

**Master Thesis**

**New Communication Technologies and Socialization  
: Example Province of Elazığ**

**Güler UZUN**

**The University of Fırat  
The Institute of Social Science  
Communication Sciences Main Branch  
Elazığ-2013, Page: X + 108**

The use of new communication technologies has contemporarily become widespread. In parallel with this, in this study, it has been aimed to clarify whether the amount of time spent on the internet, one of the newest communication technologies, depends on the level of sociality and solitude(singularity) of the real persons.

With the intention of contribution to these discussions, 400 hundred people have been administered a questioner in the city of Elazığ, and the results have been analyzed and interpreted. Additionally, phenomenon of sociality and solitude in new communication technologies has been examined from a conceptual point of view. In this study, it has been concluded that with the advancement in communication technology from past to present, the concept of sociality, keeping an indispensably important ground in one's life, maintains its existence in virtual environment, and that individuals' state of sociality and solitude(singularity) in real life have no effect on their using social networks (social media networks)

**Key Words:** new communication technologies, socializing, solitude, internet

## İÇİNDEKİLER

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| ÖZET .....            | II  |
| ABSTRACT.....         | III |
| İÇİNDEKİLER .....     | IV  |
| TABLolar LİSTESİ..... | IX  |
| ÖNSÖZ.....            | X   |
| GİRİŞ.....            | 1   |

### BİRİNCİ BÖLÜM

|  |    |
|--|----|
| 1. İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDEKİ GELİŞMELER VE YENİ .....    | 3  |
| İLETİŞİM ORTAMLARI .....                                   | 3  |
| 1.1. Yeni İletişim Teknolojileri Tanımı ve Kapsamı.....    | 3  |
| 1.2. Yeni İletişim Teknolojilerinin Özellikleri.....       | 4  |
| 1.3. Çağımızın Kitle İletişim Araçları Yeni Medyalar ..... | 4  |
| 1.4. Kitle İletişim Araçları ve İletişim .....             | 6  |
| 1.4.1. Gazete.....   | 6  |
| 1.4.2. Televizyon .....                                    | 6  |
| 1.4.3. Radyo .....   | 7  |
| 1.4.4. Bilgisayarlar.....                                  | 7  |
| 1.4.5. İnternet .....                                      | 8  |
| 1.4.5.1. İnternet Kavramı .....                            | 8  |
| 1.4.5.2. İnternetin Dünyada ve Türkiye’de Gelişimi .....   | 9  |
| 1.4.5.3. İnternet ve İletişim .....                        | 9  |
| 1.4.5.4. İnternetin Yarattığı Fırsatlar .....              | 11 |
| 1.4.5.5. İnternetin Karakteristik Özellikleri .....        | 12 |
| 1.4.5.5.1. Etkileşimlilik .....                            | 13 |
| 1.4.5.5.2. Kitesizleştirme.....                            | 13 |
| 1.4.5.5.3. Eş Zamanlılık .....                             | 14 |
| 1.4.5.6. İnternetin Sunduğu İletişim Ortamları .....       | 14 |
| 1.4.5.6.1. Sosyal Paylaşım Ağları.....                     | 16 |
| 1.4.5.6.2. E-Posta.....                                    | 20 |
| 1.4.5.6.3. Sohbet ve Chat Odalar .....                     | 21 |

|  |    |
|--|----|
| 1.4.5.6.4. Forum Sayfaları.....                              | 22 |
| 1.4.5.6.5. Bloglar .....                                     | 23 |
| 1.4.5.7. Teknoloji ve Kültürel Bir Alan Olarak İnternet..... | 24 |
| 1.5. Kitle İletişim Araçları Fonksiyonları.....              | 25 |

## İKİNCİ BÖLÜM

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2. SOSYALLEŞME VE BİREY .....</b>                  | <b>26</b> |
| 2.1. Sosyalleşme Kavramı .....                        | 26        |
| 2.2. bireyin Sosyalleşme Süreci.....                  | 29        |
| 2.3. Sosyalleşme Rollerini .....                      | 31        |
| 2.4. Sosyalleşme Çeşitleri.....                       | 32        |
| 2.5. Sosyalleşmenin Yararları .....                   | 33        |
| 2.6. Sosyalleşmenin Fonksiyonları.....                | 33        |
| 2.6.1. Sosyalleştirme Sistemleri .....                | 34        |
| 2.6.2. Sosyal Katılım .....                           | 35        |
| 2.7. Sosyalleşme Süreci ve Yaş Kategorileri .....     | 35        |
| 2.7.1. Sosyalleşme Süreci ve Çocuk.....               | 35        |
| 2.7.2. Sosyalleşme Süreci ve Gençlik.....             | 36        |
| 2.7.3. Sosyalleşme Süreci ve Yetişkinlik.....         | 37        |
| 2.8. Sosyalleşme Sürecini Etkileyen Faktörler .....   | 37        |
| 2.8.1. Aile.....                                      | 37        |
| 2.8.2. Okul.....                                      | 38        |
| 2.8.3. Toplumsal Gruplar .....                        | 40        |
| 2.8.4. Kitle İletişim Araçları .....                  | 40        |
| 2.8.5. Kültür .....                                   | 41        |
| 2.8.6. Sivil Toplum Kuruluşları.....                  | 41        |
| 2.9. Yeni İletişim Teknolojileri ve Sosyalleşme ..... | 42        |
| 2.9.1. Sosyal Paylaşım Ağları .....                   | 42        |
| 2.9.1.1. Facebook.....                                | 43        |
| 2.9.1.2. Twitter .....                                | 44        |
| 2.9.1.3. MySpace .....                                | 45        |
| 2.9.1.4. Orkut.....                                   | 45        |
| 2.9.1.5. Netlog .....                                 | 46        |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 2.9.1.6. Flickr .....           | 46 |
| 2.9.2. Sosyal İmlereler .....   | 46 |
| 2.9.2.1. MyWeb .....            | 47 |
| 2.9.2.2. Bookmark .....         | 47 |
| 2.9.2.3. Reddit .....           | 48 |
| 2.9.2.4. Digg .....             | 48 |
| 2.9.2.5. Urllle .....           | 49 |
| 2.9.2.6. Diigo .....            | 49 |
| 2.9.3. Video Paylaşımı .....    | 50 |
| 2.9.3.1. Youtube .....          | 50 |
| 2.9.3.2. Dailymotion .....      | 50 |
| 2.9.3.3. Metacafe .....         | 50 |
| 2.9.4. Blog .....               | 51 |
| 2.9.4.1. Kişisel Bloglar .....  | 51 |
| 2.9.4.2. Temasal Bloglar .....  | 52 |
| 2.9.4.3. Topluluk Bloglar ..... | 52 |
| 2.9.4.4. Kurumsal Bloglar ..... | 52 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

|   |           |
|---|-----------|
| <b>3. YALNIZLIK VE BİREY .....</b>                                | <b>53</b> |
| 3.1. Yalnızlık Kavramı ve Tanımları .....                         | 53        |
| 3.2. Yalnızlıkla İlgili Kuramsal Yaklaşımlar .....                | 54        |
| 3.2.1. Etkileşim Kuramı .....                                     | 54        |
| 3.2.2. Psikodinamik Yaklaşım .....                                | 55        |
| 3.2.3. Bilişsel Yaklaşım .....                                    | 56        |
| 3.2.4. Bilişsel-Davranışçı Yaklaşım .....                         | 57        |
| 3.2.5. Rogers'ın Danışan Merkezli Yaklaşımı .....                 | 58        |
| 3.2.6. Varoluşçu Yaklaşım .....                                   | 59        |
| 3.2.7. Sosyo-Kültürel Yaklaşım .....                              | 60        |
| 3.3. Yalnızlığın Nedenleri .....                                  | 60        |
| 3.4. Yalnızlığın Gelişimi ve Gelişimini Etkileyen Faktörler ..... | 62        |
| 3.5. Yalnızlığın Türleri .....                                    | 63        |
| 3.5.1. Derin Yalnızlık .....                                      | 63        |

|  |    |
|--|----|
| 3.5.2. Sosyal Durum Yalnızlığı.....              | 63 |
| 3.5.3. Duygusal Yalnızlık .....                  | 64 |
| 3.5.4. Gizli Yalnızlık .....                     | 64 |
| 3.6. Yalnızlıkla İlgili Değişkenler .....        | 65 |
| 3.7. Yalnızlık ve Yaş İlişkileri .....           | 65 |
| 3.7.1. Yalnızlık ve Cinsiyet.....                | 66 |
| 3.7.2. Aile İlişkileri ve Yalnızlık .....        | 66 |
| 3.8. Yalnızlıkla İlgili Yapılan Çalışmalar ..... | 67 |

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **4. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE SOSYALLEŞME VE YALNIZLIĞIN TESPİT EDİLMESİNE YÖNELİK FACEBOOK**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>KULLANIMIYLA İLGİLİ ALAN ARAŞTIRMASI.....</b>                          | <b>70</b> |
| 4.1. Metodoloji .....   | 70        |
| 4.1.1. Amaç ve Sorular .....  | 70        |
| 4.1.2. Kapsam ve Sınırlılıklar.....                                       | 71        |
| 4.1.3. Örneklem.....  | 71        |
| 4.1.4. Soru Formu ve Ölçüm Araçları .....                                 | 72        |
| 4.1.4.1. Sosyo-Demografik Değişkenler .....                               | 72        |
| 4.1.4.2. Sosyal Paylaşım Ağlarının Takip Edilme Durumu .....              | 72        |
| 4.1.4.3. Facebook İle Sanal Sosyalleşme .....                             | 73        |
| 4.1.4.4. UCLA Yalnızlık Ölçeği.....                                       | 73        |
| 4.1.4.5. İlişki Ölçekleri Anketi (İÖA).....                               | 76        |
| 4.1.5. Verilerin Analizi Ve Kullanılan Testler .....                      | 77        |
| 4.2. Bulgular.....  | 78        |
| 4.2.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri .....                  | 78        |
| 4.2.1.1. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı.....                            | 78        |
| 4.2.1.2. Katılımcıların Yaş Dağılımı.....                                 | 78        |
| 4.2.1.3. Deneklerin Eğitim Düzeyi .....                                   | 79        |
| 4.2.1.4. Katılımcıların Gelir Düzeyi .....                                | 80        |
| 4.2.2. Katılımcıların Sosyal Paylaşım Ağlarını Takip Etme Durumları ..... | 80        |
| 4.2.2.1. Sosyal Paylaşım Ağları.....                                      | 81        |
| 4.2.2.2. Facebook Kullanım Sıklığı .....                                  | 81        |

## VIII

|  |            |
|--|------------|
| 4.2.2.3. Facebook Bilgilerini Paylaşım .....   | 82         |
| 4.2.2.4. Facebook Bilgilerinin Gerçekliği .....  | 82         |
| 4.2.2.5. Facebookta Kurulan Arkadaşlıkların Gerçek Yaşama Aktarılması .....                  | 83         |
| 4.2.2.6. Facebooktaki Gruplara Üyelik .....  | 83         |
| 4.2.2.7. Boş Vakitleri Geçirdikleri Kişiler .....  | 84         |
| 4.2.2.8. Boş Vakitte Yapılan Aktiviteler .....   | 84         |
| 4.2.2.9. Cinsiyete Göre Facebookta Geçirilen Vakit .....                                     | 85         |
| 4.2.2.10. Yaş, Gelir ve Eğitim Düzeyi ile Facebookta Geçirilen Vakit Arasındaki İlişki ..... | 85         |
| 4.2.3. Facebook'un Sanal Sosyalleşme ve Gündelik Hayata Etkileri .....                       | 86         |
| 4.2.4. Gerçek Yaşamda Sosyalleşme .....  | 87         |
| 4.2.4.1. Facebooktaki Arkadaş Sayısı ve Gerçek yaşamdaki Sosyallik .....                     | 87         |
| 4.2.4.2. Facebookta Geçirilen Zaman ve Gerçek Yaşamdaki Sosyallik .....                      | 87         |
| 4.2.4.3 Gerçek Yaşamda Sosyallik ve Sanal Sosyalleşme .....                                  | 88         |
| 4.2.4.4. Gerçek Yaşamda Yalnızlık ve Sanal Sosyalleşme .....                                 | 89         |
| 4.2.5 Yalnızlık Durumu .....   | 89         |
| 4.2.5.1. Facebookta Geçirilen Zaman ve Yalnızlık .....                                       | 89         |
| 4.2.5.2. Facebook'taki Arkadaş Sayısı ve Yalnızlık .....                                     | 90         |
| 4.2.5.3. Yalnızlık ve Sanal Sosyalleşme .....  | 91         |
| 4.2.5.4. Yalnızlık Durumu İle Gerçek Yaşam Sosyalleşme .....                                 | 91         |
| 4.2.5.5. Yalnızlık Durumu İle Kişisel Özellikler .....                                       | 92         |
| <b>SONUÇ .....</b>   | <b>93</b>  |
| <b>KAYNAKLAR .....</b>   | <b>95</b>  |
| <b>EKLER .....</b>   | <b>103</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>  | <b>108</b> |

## TABLOLAR LİSTESİ

|   |    |
|---|----|
| <b>Tablo 1.</b> Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı .....  | 78 |
| <b>Tablo 2.</b> Katılımcıların Yaş Dağılımları .....  | 78 |
| <b>Tablo 3.</b> Katılımcıların Eğitim Düzeyleri .....   | 79 |
| <b>Tablo 4.</b> Katılımcıların Gelir Düzeyleri.....   | 80 |
| <b>Tablo 5.</b> Katılımcıların En Sık Kullandığı Sosyal Paylaşım Ağı.....   | 81 |
| <b>Tablo 6.</b> Katılımcıların Facebook’u hangi sıklıkla kullandıkları .....                                      | 81 |
| <b>Tablo 7.</b> Katılımcıların Facebook bilgilerini paylaşma durumları .....                                      | 82 |
| <b>Tablo 8.</b> Katılımcıların Facebook profillerinin gerçeği yansıtırma durumları .....                          | 82 |
| <b>Tablo 9.</b> Katılımcıların Facebook’ta tanıştıkları kişilerle gerçek yaşamda arkadaşlık kurma durumları ..... | 83 |
| <b>Tablo 10.</b> Katılımcıların Facebook’taki gruplara üye olup olmadıkları .....                                 | 83 |
| <b>Tablo 11.</b> Katılımcıların boş vakitlerini geçirdikleri kişilerle ilgili durumları .....                     | 84 |
| <b>Tablo 12.</b> Katılımcıların boş vakitleri geçirme durumları .....   | 84 |
| <b>Tablo 13.</b> Cinsiyet ve Facebookta Geçirilen Vakit .....   | 85 |
| <b>Tablo 14.</b> Diğer Kişisel Özellikler ve Facebookta Geçirilen Vakit.....                                      | 85 |
| <b>Tablo 15.</b> Katılımcıların Facebookta Sosyalleşme Durumları.....   | 86 |
| <b>Tablo 16.</b> Facebooktaki Arkadaş Sayısı ile Gerçek Yaşamdaki Sosyallik Durumu .....                          | 87 |
| <b>Tablo 17.</b> Bir Günde Facebook’ta Geçirilen Zaman İle Gerçek Yaşamdaki Sosyallik Seviyesi.....               | 88 |
| <b>Tablo 18.</b> Gerçek Yaşamdaki Sosyallik Seviyesine Göre Sanal Sosyalleşme .....                               | 88 |
| <b>Tablo 19.</b> Gerçek Yaşamdaki Yalnızlık Seviyesine Göre Sanal Sosyalleşme .....                               | 89 |
| <b>Tablo 20.</b> Bir Günde Facebookta Geçirilen Zaman ve Yalnızlık Durumu .....                                   | 90 |
| <b>Tablo 21.</b> Facebook’taki Arkadaş Sayısı ve Yalnızlık Seviyesi .....   | 90 |
| <b>Tablo 22.</b> Yalnızlık ile Sanal Sosyalleşme arasındaki ilişki durumu .....                                   | 91 |
| <b>Tablo 23.</b> Yalnızlık ile Gerçek Yaşam Sosyalleşme arasındaki ilişki durumu .....                            | 91 |
| <b>Tablo 24.</b> Yalnızlık ile Kişisel Özellikler arasındaki ilişki durumu .....                                  | 92 |

**ÖNSÖZ**

Bu çalışmada amaç bireylerin gerçek yaşamdaki yalnızlık ve sosyallik düzeyinin facebook kullanımının temel dinamikleri olup olmadığını ortaya koymaktır. Yeni iletişim teknolojilerinin hayatımıza girmesi ve son derece hızlı bir biçimde dünyayı sarması bu alanda yapılan çalışmaların sayısını artırmaktadır. Çalışmada ana değerlendirme bireylerin gerçek yaşamdaki sosyallik ve yalnızlık düzeyleri ile facebook üzerindeki sosyallik ve yalnızlık durumları ve bunların birbirleri üzerine etkileri kavramsal açıdan ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde yeni iletişim teknolojilerinin ve sosyalleşme kavramının tarihsel gelişimine teorik bilgilerle yer verilirken, üçüncü bölümde yalnızlık olgusu araştırılıp, dördüncü bölümde facebook kullanıcılarına uygulanan ankette yer alan sosyalleşme ve yalnızlık ölçekleriyle araştırmaya katkı sağlayacak veriler analiz edilmiştir. Yapılan bu alan araştırmasıyla veriler tablolar halinde somutlaştırılmıştır.

Bu çalışmanın araştırılmasında ve hazırlanmasında çok büyük destek ve katkılarını gördüğüm Sayın Hocam Doç. Dr. Vesile ÇAKIR'a sonsuz şükran ve teşekkürlerimi sunarım.

## GİRİŞ

Bu çalışma sosyalleşme ve yalnızlık olgularının yeni iletişim ortamlarından olan sosyal paylaşım ağları kullanımındaki rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri insanlara, düşüncelerini ve eserlerini paylaşacakları olanaklar yaratan; paylaşım, etkileşim ve tartışmanın esas olduğu bir medya sunmaktadır. Yapılan araştırmalar insanların bu sanal gerçeklik içinde gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıkları ve her geçen gün bu sanal ortamlarda daha fazla vakit harcadıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içinde yeni bir dünya kurarak yaşadıklarını göstermektedir.

Sosyalleşme belirli bir grubun veya toplumun yaşam tarzının öğrenilmesi, aynı zamanda da karşılıklı bir etkileşim sürecidir. Bu öğrenme sürecinde toplumdaki kalıp davranışlar birey tarafından kişiselleştirilir ve sonuçta birey, o topluma ya da gruba ait bir kimlik geliştirir. Sosyalleşme insan topluluklarında bir öğrenme süreci olarak karşımıza çıkmakla beraber, bu sürecin gerçekleştiği mekânlarda tarih içerisinde çeşitlilik göstermektedir. Bir başka deyişle sosyalleşme mekânları da zaman içerisinde çeşitli dönüşümlere uğrayarak nihayet günümüzde teknolojinin de etkisiyle, artık gerçek anlamda mekân içerisinde bir araya gelme gereksinimi duyulmayan bir hal almıştır. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte günlük yaşamda gerçekleşen iletişim, bu araçlar vasıtasıyla yeni ortamlara taşınmış ve eskiye nazaran daha fazla sayıda insanları bir araya getirmiştir.

Yalnızlık sübjektif bir kavramdır. Bireyin sosyal çevresiyle iletişiminin hem niteliksel hem niceliksel bozulması durumunda yaşanan huzursuzluk olarak da tanımlanmaktadır. Yalnızlık hızlı yaşam koşulları yaygınlaşan teknolojinin sunduğu sosyal medya nimetlerinin beraberinde getirdiği yabancılaşma, güvensizlik ve sosyal çevrede sınırlamalar nedeniyle yaygınlaşmaktadır.

Teknolojik gelişmelerle birlikte dünyanın hızla küreselleşmesi ve kentleşme hızının artması toplumsal hayatın her alanında olumlu ya da olumsuz etkileri olmaktadır. Yaşadığımız çağda yeni iletişim teknolojilerinin en popüler aracı “internet” insanlık tarihi açısından önemli bir dönüm noktası olmaktadır. İnternet sosyalleşme olgusunun yerine getirmesinde kullanıcılara birçok fırsat sunmakla birlikte bu sürecin daha etkili olmasında ön plana çıkarken olumsuz etkilerinin de olduğu konusunda araştırmalar yapılmaktadır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde yeni iletişim teknolojileri, ikinci bölümde sosyalleşme ve yeni iletişim teknolojilerinde sosyalleşme olgusu üçüncü bölümde yalnızlık ve birey, dördüncü bölümde ise yalnızlık ve sosyalleşme olgularının facebook kullanımındaki rolü üzerine bir alan araştırmasının bulguları sunulmaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDEKİ GELİŞMELER VE YENİ İLETİŞİM ORTAMLARI

#### 1.1. Yeni İletişim Teknolojileri Tanımı ve Kapsamı

Teknoloji, sanılanın aksine 21. yüzyıl ile birlikte ortaya çıkan yeni bir olgu olmaktan ziyade, insanlığın var oluşundan bu yana artan bir ivmeyle varlığını gösteren bir olgu olmuştur. Ateşin bulunması, tekerleğin icadı, medeniyetlerin ilerlemesi vb. gelişimler aslında günümüz teknoloji çağının oluşumuna zemin hazırlayan gelişmelerdir. Bu nedenle, günümüz bilişim teknolojileri, bir bakıma temeli oldukça eskilere dayanan felsefi düşünce biçimleri ile temellendirilebilir.

İletişim sektöründe büyük bir dönüşüm sürecinin başlamasında yatan en önemli faktörlerden birisi, 1970’li yılların başından itibaren yaşanan; özellikle de bilgisayarların telekomünikasyon teknolojilerinin iletişim araçlarının yapısında önemli dönüşümlere yol açmasıyla belirginleşen teknolojik sıçrama olgusudur. Bu dönemden başlayarak bilgisayarların diğer iletişim araçlarının yapısına girmesi ve desteklenmesi “Yeni İletişim teknolojilerini” ortaya çıkarmıştır (Geray, 2003: 17).

İnsanlık tarihi, özellikle 1800’lü yıllarda başlayan ve içinde bulunduğumuz zaman dilimine değin artarak devam eden büyük buluşların insanlığın hizmetine sunulduğu bir bilimsel atılım içerisindedir. Buhar makinesi, tren, uçak gibi buluşlardan iletişim bilimin özel ilgi alanına giren sinema, radyo, televizyon, cep telefonu ve internet gibi gelişmelere kadar tüm yenilikler, bunun göstergesi olarak kabul edilebilir. Aletlerin makinelere dönüştüğü dünyamızda, yaşam biçimleri de eskiye nazaran modernleşmiştir. Sanayileşme ve hizmet sektörüne yönelmeler ile birlikte, köylerden kentlere göçler artmış, tek veya çift katlı evler apartmanlara dönüşmüştür (Yatkın, 2010:2)

Yeni iletişim teknolojileri, hem kullanıcılar arasındaki hem de kullanıcılar ile enformasyon arasındaki karşılıklı iletişimi, içlerinde bulunan mikro işlemcilerle sağlayan ve geliştiren iletişim araçlarıdır. İnsanların veya elektronik işlemcilerin doğrudan ya da teknolojik araçlar yardımıyla algılayabildiği her türlü imlem (sinyal) enformasyondur (Geray, 1994:8).

Yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla mesaj bombardımanının en üst düzeyde yaşandığı günümüzde, gerek kurumlar, gerek insanlar birtakım çalışmalara farkında olarak ya da olmayarak duyarsızlaşmaktadır. Bu duyarsızlık beraberinde farklı davranışları geliştirmekte, insanları yeni arayışlara, yeni iletişim ortamlarına yönlendirmektedir. Günümüzde yeni iletişim ortamları, özellikle internet, modern iletişim sisteminin en büyük destekçisi olmaktadır. 1970'lerde başlayan ve 1990'lardan sonra hızla devam eden internet kullanımı, web sitelerinin, portalların yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını artırmış, 2000'li yıllarda sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla her kesimden insanı ilgilendirecek noktalara ulaşmıştır (Vural ve Bat, 2010:3349).

### **1.2. Yeni İletişim Teknolojilerinin Özellikleri**

Rogers'a göre, yeni iletişim teknolojilerinin üç özelliği vardır (Geray, 2003:18-19):

*Karşılıklı etkileşim: İletişim sürecinde zekânın katıldığı karşılıklı etkileşimin varlığı gereklidir. Bu geleneksel basılı ve elektronik kitle iletişim araçlarındaki tek yönlü işleyişi değiştirmektedir.*

*Kitlesizleştirme (demassification): Büyük bir kullanıcı grubu içinde her biriyle özel mesaj değişimi yapabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir. Kitlesizleştirme genel olarak, kitle iletişim sisteminin mesaj yapıcıdan iletişim aracı tüketicisine doğru kayması demektir.*

*Eşzamansız (asen kron) olabilme: Yeni iletişim teknolojileri birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptirler. Bunun somut bir örneği olarak, elektronik posta kutusu gösterilebilir. Bu sistemde gönderilen mesajlar, alıcının almak istediği zaman çekilmektedir. Eşzamansızlık, bir iletişim sisteminde kontrolün kaynaktan alıcıya doğru kaymasının boyutlarından biridir. Kişi mesajı kendisi için en uygun zamanda almayı belirleyebilir.*

### **1.3. Çağımızın Kitle İletişim Araçları Yeni Medyalar**

Teknolojik yenilikler ve geçmişten günümüze yaşanan gelişmelerle doğaya egemen olma savaşı veren insanoğlu, sürekli yeni teknolojiler keşfetme ve üretme uğraşı içindedir. İlk varoluşundan bu yana varlığını sürdürebilme mücadelesinde, doğayı teknik dönüşüme uğratmak için başta doğanın kendisi olmak üzere birçok araç

kullanma gereksinimi duyan insanoğlu, ürettiği bu araçlarla doğayla mücadelesinde başarıya ulaşmıştır (Timisi, 2003: 55).

Yeni iletişim teknolojileri insanlara, düşüncelerini ve eserlerini paylaşacakları olanaklar yaratan, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu bir medya sunmaktadır. Yeni medyalarla birlikte ortaya çıkan bu sanal ortamın, kullanıcı tabanlı olmasının yanında kitleleri ve insanları bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi artırması bakımından önem taşımaktadır. Yapılan araştırmalar insanların, bu sanal gerçeklik içinde gün geçtikçe daha fazla vakit harcadıklarını, bu sanal gerçeklik içinde gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içinde yeni bir dünya kurarak yaşadıklarını göstermektedir.

Günümüzde yeni iletişim teknolojileri, alışılmış radyo ve televizyon yayınlarının güçlerini aşan boyutlara ulaşmış durumdadır. Yeni iletişim teknolojilerinden ilk akla gelenler; videotext, teletext, kablolu televizyon, veri iletişim, elektronik mektup, iletişim uyduları, çoklu ortam ve internet sistemleri vb. gösterilmektedir. Dijitalleşme ve teknik ilerlemeler, yeni iletişim teknolojilerine yönelik doğrudan etkilere sahip olmaktadır.

Vural ve Bat (2010:3350)'a göre özellikle şu faktörler:

- Bilgisayar kapasitesi, iletişim ağları ve bilgi depoları ve düzeltme sistemleri geçmişteki bilgi teknolojilerinden daha hızlı artmakta ve görece küçük giderler için standart ekipmanlarla muazzam bir şekilde artmaktadır.
- Telekom'un fiyatlarındaki önemli azalmaya paralel olarak dijital dönüşüm ve bilgisayar ekipmanlarının değeri giderek azalmaktadır.
- Yeni iletişim teknolojileri tarafından sağlanan servislerdeki düzenleme hızlı bir şekilde genişlemekte ve genişlemeye devam etmektedir. Faks, cep telefonu, e-posta ve masaüstü bilgisayarlardaki sürekli güncellenen yazılımlar için iletişimde sanal kişisel ağlar ve bilgisayar ağları örnek olarak verilebilir.

Şüphesiz tarih boyunca kullanıma sokulmuş tüm iletişim araçlarında olduğu gibi, yeni medya da toplumsal gerçeklerden bağımsız değildir; bu araçlara olan gereksinim farklı dönemlerde farklı niteliklere bürünmüş olsa da sonuçta yeni medya da belli bir toplumsal yapı içerisinde ve belli bir zaman diliminde üretilmiş, bu toplumsal yapı içerisinde işlev görmüş ve görmeye devam etmektedir (Törenli, 2005:8).

#### **1.4. Kitle İletişim Araçları ve İletişim**

İletişim, belirli araçlar kullanarak gerçekleştirilen bir eylemdir. Bu araçlar dil, jest, mimik... Türünden doğal araçlar olabileceği gibi; radyo, televizyon, İnternet, gazete türünden insan eliyle geliştirilen kitle iletişim araçları da olabilmektedir (Çakır ve Topçu, 2005;71-96). Kitle iletişim araçları, geniş kitleleri eğlendirmek, kitlelere bilgi veya mesaj ileterek onları aydınlatmak, yönlendirmek veya denetlemek gibi amaçlarla kullanılan araçlardır (Demir ve Acar, 2005: 241 -242).

İletişim araçları mesajların karakteristiklerine sahip olan veya mesajları ileten biçimleri benimseyebilen araç veya taşıtlardır (Mutlu, 2005:75). Her bir kitle iletişim aracının kendine özgü ve çeşitli avantajlar sunan nitelikleri bulunmaktadır. Kitle iletişim araçlarını aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür.

##### **1.4.1. Gazete**

Dünyanın en eski kitle iletişim aracı kitap ise, ondan sonra da gazete gelir. Genel itibariyle yazılı iletişim aracıdır ki bu da görsel iletişime girme özelliğini taşır. Fotoğraflarla desteklenen ve belgelenen haberler, görselliği daha da on plana çıkarır. Gazete kavramı, İtalyanca "gazetta" kelimesinden dilimize geçmiştir. Matbaanın icadından önce insanlar birbirleriyle iletişim kurmak, birbirlerini haberdar etmek için mağara duvarlarına farklı şekiller kazımışlardır. Matbaanın icadıyla birlikte gazetenin yaygınlaşması ve güçlenmesi hızlanmıştır. Fransız ihtilalinin ardından, basın, özgür bir hal alırken, 18. Yüzyıl ile birlikte ülkelerde gazeteler yayınlanmaya başlamış, 19. Yüzyılda bu süreç devam etmiştir. Sanayi devrimi ve enformasyon devrimleri gazeteciliği daha da özgürleştirmiş, meslek haline getirmiş ve gazete okuma oranları gidererek artmıştır. Böylece gazete haberdar etme noktasında önemli bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir (Bülbül, 2000:152).

##### **1.4.2. Televizyon**

Televizyon, dilimize "uzaktan görüntü" anlamına gelen İngilizce "television" kavramının Türkçe dil yapısına uyarlanmasıyla geçmiştir. Televizyon, görsel ve işitsel iletişim aracı olma özelliğini bir arada barındırır. Hem göze hem de kulağa hitap eder. Görselliğe yazı unsurunu da katar. En etkin kitle iletişim aracı olma özelliğini internetin dünyamıza girmesine rağmen korumaktadır.

### 1.4.3. Radyo

Radyo sözcüğü, Latince radius (ışınlama) ve Yunanca fone (ses) sözcüklerinin bir araya gelmesinden oluşan Radyofoni sözcüğünün kısaltılmış biçimidir. Radyo yayınları her yere kolay ulaşabilen, varsıl kadar yoksulların da rahatlıkla ulaşabildiği ve dünyada yaygın olarak kullanılan bir iletişim aracıdır (Tekinalp, 2003: 55).

Diğer kitle iletişim araçları, görsel özellikler taşıırken radyo işitsel özelliği ile onlardan ayrılır. Radyolarda daha çok müzik dinleme on plandadır. Bunun yanında, her gün saat başı haber verme fonksiyonu, ülkemizde yerel yayın yapan frekanslarda bile birçok radyo organınca yerine getirilmektedir. Radyo frekansları, uydu teknolojisinin gelişmesiyle günümüzde internet aracılığıyla da takip edilebilmektedir. Bu yeni iletişim teknolojisi, radyoculuğa ek avantajlar da kazandırmaktadır (Ustakara, 2008:122).

### 1.4.4. Bilgisayarlar

Bu teknoloji, ABD’de 1890 yılı genel nüfus sayımına ilişkin verilerin otomatik olarak değerlendirilmesine yönelik olarak ilk kez kullanılan delikli kart aygıtı (Mattelart, 2004: 33) örneğinde sergilendiği gibi, insana özgü düşünce yapısına ve içgüdüsel tepkilere başvurmadan, zincirleme mekanik eylemlerin yeniden üretimini sağlayacak “akıllı makineleri” yapma, insan beyni gibi çalışacak bir “elektronik beyni” oluşturma idealinin bir ölçüde gerçekleştiği elektronik makinenin-bilgisayarın dayandığı teknolojidir. Bu anlamda bilgisayarlar sayısal devrelerle çalışan, mantıksal işlemleri elektronik devrelerin (mikro işlemcilerin) “var/yok” (1/0) komutlarıyla (anahtarlama)yapan, bunları bellek adı verilen elektromanyetik ortamlarda, yeniden yararlanmak ya da işi bittiğinde silinmek üzere saklayan elektronik araçlardır (Törenli, 2005:101).

Bilgisayarlar günümüzde donanımların küçülmesi (masaüstü-desktop, portatif-portable, dizüstü-laptop, defter-notebook ve nihayetinde avuç içi- palmtop) ve bilgi işlem hızlarının depolama kapasitelerinin artması sayesinde çok büyük oylumlu ve geniş alanlara yayılmış işlemlerin, daha küçük bağımsız birimler tarafından yapılabilmesine; bu birimler arasında eşgüdüm ve stratejik denetimin sağlanmasına olanak vermektedirler.

Bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişme, üretim için her türlü bilgi akışını hızlandırıp kolaylaştırdığı gibi, zaman ve mekân (ulaşım) kullanımında sağladığı avantajlarla, üretimde etkinlik ve verimliliği artırmışlardır (Özçağlayan, 1996: 27).

Bilgisayarların işletim sistemlerindeki, programlarındaki gelişmeler, dünyadaki dev bilgisayar kuruluşlarının aldığı “evlilik” kararlarıyla, bu gelişmenin sonucu olarak yeni medya alışverişi, boş zamanın değerlendirilmesi, eğlence, ev bütçesinin denetimi, günlük programların uygulanması, güncel haberlerin öğrenilmesi gibi etkinlikler içinde yaşamımızı hemen her alanına girmiş bulunmaktadır (Geray, 2003:103).

#### **1.4.5. İnternet**

"Yeni iletişim ortamları" kavramının en etkin iletişim aracıdır. İnternet, görsel ve işitsel iletişim olanaklarını bir arada tutar. Kaynak ile hedef kitlenin iletişim kurmalarını en aktif gerçekleştirebilecekleri bir iletişim potansiyeline sahiptir.

İnternet kavramı küreselleşen dünyada günlük yaşantıda yer almaya başlayan bir sözcüktür. İnternet sözcüğü İngilizcede bulunan ve ağlar arası çalışma alanında olan “internetworking” sözcüğünden türemiştir. Bu sözcük ana bilgisayarları ve altında çalışan ağları birbirleri ile bağlayan bir yapıyı anlatmaktadır. İlgili ağ, evrensel bir standart kullanarak bilgisayarların birbirleri ile iletişim içinde olmasına olanak sağlamaktadır (Ergenç, 2011:3).

##### **1.4.5.1. İnternet Kavramı**

Yeni medyanın günümüzde en çarpıcı örneği internet'tir. İnterneti “bilgisayar ağlarının ağı” olarak tanımlamak oldukça yaygındır. Oysa sayısal ağları birbirine bağlayan ağ olarak tanımlamak, daha anlamlıdır; çünkü birbirine bağlanan sadece ‘klasik anlamda bilgisayarlar’ değildir. Her türlü hareketli görüntü, sabit görüntü, müzik ve ses yanında metinsel verilerin gönderilmesi mümkündür. İlk bilgisayar ağları askeri amaçla gerçekleştirilmiştir (Geray, 2003:20).

Orijinal adıyla “International Network” ya da “Interwork” olarak geçen, Türkçede ise henüz karşılığı olmamakla beraber kısaca “uluslararası ağ”, “ağlararası ağ” ya da “ağlararası iletişim ağı” olarak tanımlanan internet, bugün dünyada sayıları milyonlara ulaşan; milyonlarca insanı etkileşimli bir sistem içerisine sokan ve dünyayı adeta global bir topluluk haline dönüştüren bir sistemdir (Ergenç, 2011:4).

Günümüzde internet olarak adlandırılan ve iletişim alanında önemli gelişmelerin ortaya çıkmasını sağlayan bu iletişim ağı, 1969'da ABD Savunma Bakanlığı tarafından kurulan Arpanet'in (Advanced Research Programme Agency) 1990 yılında “internet” adını almasıyla gelişmiştir (Özgen, 2000: 59). Önce ARPANET olarak kullanılan

internet daha sonra ARPA' dan NASA doğmuş ve ARPA'nın adı da 1970'lerin başında İleri Savunma Araştırmaları Ajansı'na (DARPA) dönüşmüştür. ARPANET Haziran 1990'da ortadan kalkarak yerini internet'e bırakmıştır ve ilk önce ABD'deki üniversiteleri birbirine bağlamış daha sonra da genel kullanıcılara açılmıştır (Gürcan, 1999: 38-39).

#### **1.4.5.2. İnternetin Dünyada ve Türkiye'de Gelişimi**

Kuruluş itibariyle askeri ve araştırma amaçlı olarak kurulan internet, kullanım ve teknik özellik avantajlarının fazla olması nedeniyle kuruluş amacının dışına taşarak, hızla yayılmaya ve gelişmeye başlamıştır.

İnternetin gelişimi özellikle yirminci yüzyılın son on yılında hız kazanmıştır ve yeni teknolojik bir olgu olmuştur. İnternet gerek kullanıcı ve bilgisayarlar gerekse bilgisayarların birbirine bağlandığı ağ açısından inanılmaz ölçüde gelişme göstermiştir. İnternetin son yıllardaki gelişimi, ticari alandaki artışı, internette önemli bir takım değişiklikler ortaya çıkarmıştır. 19. yy yarısından sonra hızlı bir gelişim seyri gösteren internet başta ABD olmak üzere; İngiltere, Almanya, Fransa, Kanada, İskandinav ülkeleri, Singapur, Japonya gibi dünyanın pek çok ülkesinde kabul görmüştür (Ergenç, 2011:7-8).

Türkiye Global İnternet ağına 12 Nisan 1993'te ODTÜ-TÜBİTAK ortak çalışması sonucu bağlanmıştır. İnternet dünyasına 53. ülke olarak giren Türkiye'de TÜBİTAK-ODTÜ işbirliğiyle başlatılan proje sonunda 64kbps'lık bir kiralık hat ODTÜ-NFS (ABD) arasında çalışmaya başlamıştır. Başlangıçta daha çok akademik çevrelerde kullanılan internet giderek yaygınlaşmıştır (Çakır, 2000:41).

#### **1.4.5.3. İnternet ve İletişim**

İletişim kavramı, içerisinde belirli bir oranda etkileşimi de barındırmaktadır. Kuşkusuz iletişimin insanlık tarihi içerisindeki yeri, insanlığın var olduğu günden bu yana mevcuttur ve vazgeçilmez bir önemdedir. Çünkü toplumun ve toplumsal formasyonun meydana gelmesindeki konsensüs niteliğindeki kararlar, ancak iletişim ve etkileşim sayesinde mümkün gözükmektedir. Dolayısıyla kişiler arasında ve toplumda meydana gelen tüm etkileşimlerin ve bu etkileşimlerden doğan yapılanmaların temelinde iletişim olgusunu görmek yanlış olmayacaktır. Ancak tüm bu düzenlemelerin temelinde sadece iletişim olgusunu görmek elbette kişiyi bir yanılsa sürükleyecektir.

Çünkü iletişim, deterministik anlamda etkili olduğu kadar iletişimi de şekillendiren teknolojik gelişmeler ve toplumsal etkiler iletişim üzerinde belirleyici rol oynamaktadır (Göker vd., 2010:3).

İletişim teknolojileri açısından ele alındığında 20. yüzyılın sonu ile 21. yüzyılın başında ortaya çıkan gelişmeler, yakın geçmişte hayal edilemeyecek düzeydedir. Kuşkusuz bu teknolojik gelişmenin en önemli sonuçlarından biri de, internet ve tüm dünyada hızla artan internet kullanımı olmuştur (Gezgin, 2002: 83).

Yeni medyanın en önemli özelliklerinden biri etkileşimdir ve iletişim alanında en çok tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin iletişim boyutu göz önüne alınırken, onu diğerlerinden ayırt edici bazı özellikleri vurgulanmalıdır. Bunlardan birincisi, yeni iletişim teknolojileri, alıcı ve verici arasındaki kanalda etkileşime olanak veren bir kanal ayırmasıdır. Demek ki yeni iletişim teknolojilerinde etkileşim şöyle tanımlanabilir: İletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenlemeler yardımıyla alıcının, verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü artırabilmesi etkileşimdir (Geray, 2003: 18).

1960'lı yılların başında askerî projelere konu olan, sonrasında hızla yayılan, 1995 yılında web sayfası olgusunu bünyesine taşıyan internet, birçok ütopyayı gerçeğe dönüştürmüştür. Küresel anlamda birbirine bağlı milyonlarca bilgisayarın karşılıklı veri alışverişine girebildiği internet, giderek bütün evlere girmekte ve yaygınlaşma hızını arttırmaktadır. Ayrıca internet, bünyesinde geliştirilen çeşitli kullanım alanlarıyla birçok değişikliğe de neden olmaktadır (Göker vd., 2010:1). İnternet teknolojik yatırım ve gelişmelerle insanların zaman ve mekân sınırlılıklarından bağımsız olarak iletişim kurmasını sağlamakta ve günlük yaşamın vazgeçilmez rutinleri arasındaki yerini çoktan almış görünmektedir (Aslan, 2011:168).

McLuhan, teknolojik determinizm kuramında teknolojik ilerlemeleri ve özellikle de iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri toplumsal değişimin merkezine yerleştirir. McLuhan'a göre teknolojik gelişme iletişimin biçimlenmesine neden olmakta, araç bizatihi iletişimin içeriğine etki etmektedir. McLuhan'ın yaklaşımının epistemolojik varsayımına göre araç değişince toplumun iletişim biçimi de değişir. İnsanlar aracı aracın biçimlendirdiği amaç çerçevesinde kullanabilirler (Erdoğan ve Alemdar, 2002:71).

İnternet ile iletişimin en önemli özelliği ise iki yönlü olmasıdır. İnternet etkileşimli iletim özellikleri açısından alışlagelen medya araçlarını geride bırakmaya

başlamıştır. Televizyon, radyo, gazete, dergi gibi medya araçlarının özelliği tek yönlü iletişim sağlamasıdır. İzleyici, dinleyici, okuyucular sadece alıcı konumundadır. Bir şeyi beğenmediğinde ya kanal değiştirir ya da başka bir sayfaya geçilir. İnternette ise durum farklıdır. İnternet üzerinden hem izlenmek hem de izlemek mümkün olmaktadır (Çakır, 2000: 37).

#### **1.4.5.4. İnternetin Yarattığı Fırsatlar**

İnternet ve internete dayalı aktivitelerin, bireyin gündelik yaşamının ayrılmaz bir parçası haline geldiği açık bir gerçektir. İnternetten bağımsız bir yaşamı düşünmek artık mümkün gözükmemektedir. Çünkü enformasyon toplumunda birey, gündelik yaşamına dair pratiklerinin neredeyse tamamını internet üzerinden gerçekleştirebilmektedir. Örneğin enformasyon teknolojileri sayesinde birey üniversite eğitimini internet üzerinden sürdürebilmekte ya da kişi evinden dışarı çıkmadan alışveriş yapabilmektedir (Göker vd., 2010:4).

Evde, işyerinde, okulda ve daha birçok alanda bilgisayar ve bunun doğal bir uzantısı olan internet sürekli kullanılmaktadır. İnternet; birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya üzerinde çok yaygın olan ve sürekli gelişip büyüme gösteren bir iletişim ağıdır. Bu teknoloji yardımıyla insanlar; üretilen bilgiyi saklama, paylaşma ve istenilen anda istedikleri bilgiye kolay, hızlı, güvenilir ve ucuz bir şekilde ulaşma imkânına sahip olmaktadırlar (Çalık ve Çınar, 2011:6).

İnternet aracılığıyla dünyanın dört bir yanındaki bilgisayarlar ile birkaç saniye içerisinde bağlantı kurulmaktadır. Bilgiye ulaşmak kolaylaşırken birçok ülke internetin sağladığı olanaklardan faydalanmaktadır. Artık pek çok ülke enformasyondan çeşitli şekillerde yararlanabilmek için arşivleme, depolama, erişimde ve dizgi baskı işlemlerinde elektronik teknolojilerinden ve bilgisayarlardan büyük ölçüde yararlanılmaktadır (Timisi, 2003: 66).

İnternet, insanlara sunduğu imkânlar açısından çeşitlilik gösteren bir yapıya sahiptir. İnternette yer alan bilgisayar programları ve arama motorları yardımıyla merak edilen konularla ilgili sorulara cevaplar bulunabilir. Haberleşme ihtiyacını internet üzerinden gidermek mümkündür. Ayrıca internet kişinin ilgi alanına yönelik meraklarını giderip, ortak ilgi alanlarına sahip olduğu kişilerle iletişim kurmasında yardımcı olmaktadır. İnternet üzerinden alışveriş yapılabilir, bankacılık hizmetlerinden yararlanılabilir, eğitim alanında vb. alanlarda alternatifler sunulabilir.

Timisi (2003:134)'ye göre bilgisayar temelli internet iletişimde kullanıcılar iletişimi başlatma ve bitirmede, iletişim sürecini kesintiye uğratmada içeriğini değiştirmede özgürdürler. Bu özgürlük kullanıcıların etkileşim sonucu, süreç üzerinde egemenlik kurmalarına vurgu yapmaktadır. Kullanıcılar iletişim sürecinde internet aracılığıyla aktif olarak yer almaktadırlar. Bununla birlikte kullanıcılar yüz yüze iletişime benzer bir şekilde iletişim ortamında bir araç yardımıyla ileti alışverişini gerçekleştirebilirler. İnternet gibi yüzlerce ağı bir araya getiren bir ağda yol bulmak, bazı araç ve yöntemler kullanılmadan neredeyse imkansızdır (Geray, 2003:21). Bu bağlamda kullanıcıların hayatını araçlar vasıtasıyla kolaylaştırmayı amaçlayan internet, kullanım olanaklarına her geçen gün yenisini eklemektedir.

#### **1.4.5.5. İnternetin Karakteristik Özellikleri**

Modern dönemde yaşanan gelişmeler içerisinde belki de en önemlisi, iletişim araçlarındaki gelişmelerdir. Günümüzde bilgisayarlar aracılığıyla kurulan Dünya Çapındaki Ağ'ın (World Wide Web) ortaya çıkışı sayesinde, enformasyon her yerde aynı anda kullanılabilir duruma gelmiştir. Zamana ve mekâna esneklik kazandıran bu araçlarla birlikte, mekân insan bedeninin doğal kısıtlamalarından kurtarılmış, bilgisayar terminalleri ile video monitörlerinin birbirine bağlanması sayesinde uzak-yakın arasındaki ayrım ortadan kalkmıştır. Bu gelişmelerle birlikte, internet de dâhil olmak üzere pek çok dijital teknolojinin günlük yaşamdaki rolü giderek artmıştır (Aydoğan ve Akyüz, 2010:3-4). İnternet kitle iletişim araçları içerisinde bilgi paylaşımını bu denli kolay erişilebilir ve yaygın kılan bir teknoloji olarak öne çıkmaktadır.

İnternetin diğer kitle iletişim araçlarından farklı bir yönü, bu teknoloji yardımıyla pek çok alandaki bilgilere insanlar kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde erişebilmektedirler (Tutar vd., 2008:181). İnternet ile daha az maliyette daha geniş kitlelere ulaşmak mümkündür. İnternet ile ilgili öne çıkan bir diğer farklı özellik, internet ortamının kullanıcılar için bireysel ve çoklu iletişim sürecini bir arada barındırmasıdır. İnternet ortamında bir ileti milyonlarca kullanıcıya kısa sürede iletilir. İnternet ulaştığı mesafe açısından da diğer kitle iletişim araçlarından farklılık göstermektedir. İnternette, mesajı fiziksel sınırlar içinde taşımak daha kolay olurken, kitap, dergi, gazete gibi kitle iletişim araçları tarafından gönderilen iletinin ulaştığı mesafe ve hedef kitle daha sınırlıdır.

Tüm kitle medyası ürün-hizmet ya da fikirleri mevcut ya da potansiyel alıcılara iletmeye yönelik çeşitli avantajlara sahiptir. Ancak hiçbir mecra tüketim ihtiyacına yönelik bilgiyi sunma konusunda internet kadar sınırsız olanaklara sahip değildir. Radyo dinlemek, yayınlanan programları izlemek, e-postaları okumak, reklamları görmek gibi bilgi ve eğlenceye yönelik tüm iletişim fırsatlarını kullanıcıya sunan internet, bu yönüyle televizyon, radyo, gazete, dergi billboard gibi geleneksel araçların bir melezidir. İnterneti diğer iletişim araçlarından ayıran karakteristik özellikleri vardır. Bunlar; (Gülner ve Balcı, 2011:71).

#### **1.4.5.5.1. Etkileşimlilik**

Etkileşimlilik iletişim modelleri ve iletişim teorilerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Etkileşimlilik alıcının göndericiye geri bildirim yapmasını sağlayan bir iletişim bağı olarak tanımlanmıştır. Kullanıcının bir diyalogu başlatmasına, geliştirmesine, soru sormasına, araştırıp bulmasına imkân sağlayan ve kullanıcı merkezli yaklaşımı destekleyen internet sistemleri etkileşimli olarak nitelendirilmektedir (Özçağlayan, 1996:168). Etkileşim, iletişim sürecine katılmış bir alıcının teknik düzenlemeler yardımıyla verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü artırabilmesi anlamına gelen bir kavramdır (Geray, 2003:18).

Yeni iletişim teknolojilerinin etkileşim boyutu göz önüne alınırken, onu diğerlerinden ayırt edici özelliği olarak alıcı ile verici arasındaki kanalda etkileşime olanak veren yapısı dikkat çekmektedir.

#### **1.4.5.5.2. Kitlesizleştirme**

Kitlesizleştirme, yeni medyanın kişiler arası (yüz yüze) bağlantı olanağı sayesinde, araç üzerinden bireyin kontrolünün sağlanması olarak tanımlamak mümkündür. Diğer bir ifadeyle kitlesizleştirme, geniş bir seçenek menüsünden internet kullanıcısının seçim yapabilme yeteneğidir. İnternet kitlesizleştirme özelliği ile birlikte kitle iletişim sisteminin kontrolü; mesajı üretenlerden, iletişim mesajlarını tüketenlere doğru kaymaya başlamıştır (Gülner ve Balcı, 2011:77).

Chamberlain'in de vurguladığı gibi günümüzde yeni medya kullanıcıları, artık bir kitlesizleştirme çağına girmiş durumdadırlar. Bu zamanda yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla geniş bir medya seçeneği içerisinde seçimler yapabilmektedir. Bu olanak

sayesinde birey, mesajları kendi ihtiyaçlarına göre şekillendirebilmektedir (Chamberlain, 1994'den AKT: Gülnar ve Balcı, 2011:78).

#### **1.4.5.5.3. Eş Zamanlılık**

Eş zamanlılık, mesajın gönderildiği anda ulaşmayabileceğini ortaya koymaktadır. Elektronik mesajların alıcıları farklı zamanlarda ve kendi faydaları için en uygun anda mesajları okumakta ya da izlemektedirler. Bu aynı zamanda bireyin mesajları kendi çıkarlarına göre alması, saklaması depolaması ya da başkalarına göndermesi anlamına gelmektedir. Özetle eğer mesaj ulaşırsa mecraanın manipülasyonu sona ermekte bireyin bu mesajla ne yaptığı önem kazanmaktadır (Aslan, 2011:176).

#### **1.4.5.6. İnternetin Sunduğu İletişim Ortamları**

Gelişen teknolojiyle birlikte çeşitlilik kazanan kitle iletişim araçları ve internet erişiminde yaşanan gelişmeler, bilgisayar temelli internet teknolojisinin insanların günlük yaşamında kullanımının yaygınlaşmasını sağlarken internet de son derece önemli bir araç haline gelmiştir. Akın (1996: 34)'a göre internet, dünya üzerinde mevcut milyonlarca ağın birbirleriyle ortak bir protokol çerçevesinde iletişim kurmasını ve birbirlerinin kaynaklarını paylaşmasını sağlayan bir ağlar-arası-ağ olarak tanımlanmaktadır. Tanımda da yer aldığı gibi internet milyonlarca kullanıcıya sahiptir, geniş kitlelere, günlük yaşam içerisinde yer alan bankacılık, haberleşme, eğitim, gibi hizmetlerden yararlanabilme imkânına kavuşurken farklı çevrelerden insanlarla iletişim kurabilmektedirler. Yaşanan gelişmeler sonucu insanlar günlük yaşam içerisinde internete daha fazla zaman ayırmaya başlamışlardır. Birçok etkinliği bilgisayar karşısında oturup sadece bir tuşa basarak gerçekleştirebilme olanağı insanları internet kullanımına yöneltirken, artık internet günlük yaşamın vazgeçilmez kitle iletişim aracı haline gelmiştir. İnternet kullanımının yaygınlaşması sonucu insanlar, internetin sunduğu imkânlara yenilerini ekleyip, interneti çok fonksiyonlu bir araç haline getirmek için çalışmalar yapmışlardır.

Çok işlevli bir araç olan internette geniş kitlelerle iletişim kurma ve paylaşımda bulunma olanağı sunan sosyal paylaşım ağları adı altında her geçen gün kullanımı yaygınlaşan internet zincirinin bir halkası ortaya çıkmıştır. Sosyal paylaşım ağlarının ortaya çıkması ve insanlar arasında kullanımın yaygınlaşması sonucu bilgisayar karşısında geçirilen zamanda artış olurken, bu durum daha yoğun bir bilgisayar

kullanımına yol açmıştır. Günümüzde birçok evde bilgisayar ve internet erişimi mevcuttur. Kullanıcılar zamanlarını çoğunu internet ortamında ve genellikle sosyal paylaşım ağlarında geçirmektedirler. Kullanımı her geçen gün yaygınlaşan ve kısa bir sürede milyonlarca kullanıcıya sahip olan sosyal paylaşım ağları hızlı gelişme sonucu bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Birçok kullanıcı sosyal paylaşım ağlarında bağımlılık derecesine varan bir kullanım profiline sahipken, hayatını sosyal paylaşım ağlarında yaşanan ilişki ve etkileşimlere göre şekillendiren ve bunu bir yaşam biçimi haline getiren kullanıcılarda mevcuttur.

Günümüzde yaygınlaşan kullanımıyla internet, insanların sosyal çevreleriyle iletişime geçtiği, müzik dinleyip, televizyon izlediği, alışveriş yaptığı, dünyanın öbür ucundaki kullanıcılarla birliktelik duygusu hissedip, ortak ilgi alanları oluşturduğu bir mekân durumuna gelmiştir. “Türkiye’de 15 yaş ve üstü toplam 18, 1 milyon kişinin internet kullandığı ve 2009 Mayıs ayında internette toplam 544 milyon saat vakit geçirildiği ve kişi başına aylık 30 saatlik bir internet kullanımı olmuştur. Bu rakamlar ev ve iş yerinden internete bağlanan kullanıcılar dikkate alınarak hesaplanmıştır” (www.grafikhaber.net). İnternet kullanıcılar için arkadaş, akraba ve tanıdıklarla etkileşimde bulunma ve iletişime geçme aracı olduğu gibi yeni insanlarla tanışma ve karşılaşma ortamı olarak da işlev görmektedir.

İnternet kullanıcıları kendi ortamları dışında kullanıcılarla iletişim kurmak, bilgi alışverişinde bulunmak ve ortak ilgi alanları oluşturup eğlenme işlevini yerine getirmek için internet ortamında gelişme gösteren sosyal ağları kullanmaya yönelmektedirler. İnternette sosyal ağ kavramı Çetin(2009: 2)’e göre elektronik araçlar yolu ile ya da yüz yüze iletişim gibi iki yönden gelişen insan ilişkilerini tanımlamada uygulanabilmektedir. Bireyler sosyal bir ortama ulaşmak için mesafe engelini ortadan kaldıran ve farklı iki sosyal ortamı birleştiren ve karşılıklı etkileşime olanak tanıyan sosyal paylaşım ağlarını kullanmaktadır. Sosyal paylaşım ağları kullanıcılarına farklı, yeni ve çok işlevli kullanım olanakları sunmaktadır. Son zamanlarda sosyal paylaşım ağları sadece arkadaş bulma ya da var olan arkadaşlık ilişkilerini sürdürmekten ziyade gün içerisinde mutlaka ziyaret edilen, kullanıcılar arasında alışkanlık ve yaşam biçimi haline gelmiştir. Günümüzde, en yaygın kullanıma sahip olan ağlar; Facebook, MySpace, Twitter, Friendster gibi sosyal paylaşım ağlarıdır. Bu ağların her geçen gün yenilenen arayüzleri ve yeni kullanım olanaklarıyla sayesinde kullanıcı sayıları hızla artmaktadır.

İnternet kullanıcılarına diğer kullanıcılarla iletişim kurabilmeleri için çok çeşitli imkânlar sunmaktadır. Kullanıcıların ilgi alanlarına yönelik, zamandan tasarruf edecek şekilde, güvenli ve ucuz yollardan geniş kitlelere kolaylıkla ulaşım kurmaya elverişli internet ortamları hizmete açılmaktadır. İnternet kullanıcısı olan birey isterse bir kişiyle isterse bir grupta internetin sunduğu imkânlar ölçüsünde iletişim kurabilir. İnternet kullanıcılarını çeşitli iletişim ortamlarında bir araya getirebilmektedir. Bu iletişim ortamları sosyal paylaşım siteleri, chat odaları, forum sayfaları, bloglar ve e-posta gibi kullanıcıların iletişim kurup ortak ilgi alanları oluşturmalarına olanak tanıyan sitelerdir.

#### **1.4.5.6.1. Sosyal Paylaşım Ağları**

Günümüzde kullanımı yaygınlaşan internet, kullanıcılarına günlük hayatı daha zevkli hale getirmek için farklı servisler sunmaktadır. Bunlardan biride kısa sürede milyonlarca kullanıcıya sahip olan sosyal paylaşım ağlarıdır. Toprak ve Arkadaşlarına (2009: 28) göre sosyal paylaşım ağları, dünya genelindeki bilgisayar ağlarını ve kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan elektronik iletişim ağı olarak tanımlanan internetin gelişmesiyle bireyleri farklı bireylerle sanal uzamda buluşturan web tabanlı hizmetlerdir. Tanımda da yer aldığı gibi sosyal paylaşım ağları, bireylerin farklı bireylerle sanal ortamda aradaki mesafeyi ortadan kaldırarak iletişim kurmalarına olanak tanımaktadır. Bu sitelerde kullanıcılar kişilik özelliklerini yansıtan profil bilgilerini oluşturup, kendilerini ifade etme ve diğer kullanıcılarla ilişki kurmaktadır. Kullanıcılar sosyal paylaşım ağlarında oluşturdukları profil bilgileriyle çeşitli nedenlerle bağlantı kuramadıkları Arkadaşlarına tekrar iletişim kurmakta ve yeni arkadaşlar edinmektedirler. Bu nedenle, profil sunumu ve farklı kişilerle olan bağlantıların açık bir şekilde ortaya konması, hem iletişime yeni kişileri dahil etme hem de tanıdıkları bir araya getirme olanağı yaratmasından ötürü, toplumsal paylaşım ağlarındaki etkileşimin temelini oluşturmaktadır (Toprak vd., 2009:29).

İnternet yapısı ve sahip olduğu özelliklerle, bireyler arasında bilgi paylaşımı, iletişim kurma ve ortak ilgi alanlarına sahip bireyleri bir araya getirme işlevini sosyal paylaşım ağları aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Bireyler sosyal paylaşım ağlarının beklentileri yönünde farklı amaçlar için kullanabilmektedir.

Sosyal paylaşım ağları içerisinde çok farklı sitelerde yer almaktadır. Bireylerin beklenti ve ihtiyaçlarına göre düzenlenen siteler sayesinde çok fonksiyonlu yapıya sahip

olan sosyal paylaşım ağları bu şekilde kullanıcı sayısını artırmayı amaçlamaktadır. Bireyleri kullanıma sevk etmeye yönelik bu siteler farklı kategorilerde hazırlanmaktadır. Sosyal paylaşım ağları içerisinde barındırdığı farklı özelliklerdeki sitelerle kullanıcılara her türlü olanağı sunmaktadır.

İlk toplumsal paylaşım ağları 1990'lı yılların sonunda oluşturulmaya başlanmıştır ve tanınan ilk toplumsal paylaşım ağı 1997 yılında kurulan SixDegrees'dir (Toprak vd., 2009: 27). İlk sosyal paylaşım ağının kurulmasının ardından zamanla yaşanan gelişmelerle bu ağa yeni, farklı özelliklere sahip ağlar eklenmiştir. Günümüzde ortak ilgi alanları oluşturup paylaşımın gerçekleştiği, sosyal ilişkilerin kurulup, yeni arkadaşlıkların edinildiği ya da var olan arkadaşlıkların sürdürüldüğü, her geçen gün sosyal paylaşım ağlarının sayısının arttığı ve bunun sonucunda kullanıcı sayısının da arttığı görülmektedir. Ayrıca kullanıcılar gerçek yaşamda sahip olmak istedikleri kişilik özelliklerini sanal ortamda oluşturarak gerçeği yansıtmayan profil özellikleri oluşturmaktadırlar. Böylece kendilerine sanal bir yaşam kurmaktadır.

Her geçen gün kullanıcı sayısı artış gösteren sosyal paylaşım ağları 2003 yılından sonra kullanımı hızla yaygınlaşmaya başlamış ve oluşturulan yeni ağlarla (Facebook, MySpace) geniş kitlelere ulaşmıştır. (www.wikipedia. Org)

Toplumsal paylaşım ağlar arayüzleri, kullanım özellikleri kullanıcı grupları açısından farklılıklar göstermektedirler. Bazı toplumsal paylaşım ağları kullanıcılar için farklı özelliklerle sunmazken, bazıları da fotoğraf, video paylaşımı, bloglama, anında mesaj gönderme gibi özellikleri ile kullanıcılar açısından daha cazip hale getirilmektedir (Toprak vd., 2009: 32). Kullanıcılar ihtiyaçlarına, beklentilerine ve ilgi alanlarına göre sosyal paylaşım ağlarını tercih etmektedirler.

Günümüzde iletişim teknolojilerinin yaşamın içine daha çok girip kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal ağlar ayrı bir önem kazanmıştır. Sosyal ağlar, birbirleriyle doğrudan veya dolaylı olarak etkileşim halinde olan kişilerin oluşturduğu ağıdır. Sosyal ağlarda sadece arkadaşlar değil iş çevresi, öğretmenler, komşular gibi gruplarda yer almaktadır. Sosyal ağlarda kişisel ilişkiler yer alırken profesyonel ilişkilerde olabilmektedir. Sosyal ağlarda kurulan ilişkiler ve bireyin oluşturduğu sanal dünya bir süre sonra hayatına şekil vermeye başlayacaktır, bununla birlikte yaşam biçimleri sosyal ağlara göre standartlara oturtulup tek tipleşmiş insan modelleri ortaya çıkmaktadır. Göker ve Arkadaşlarının (2010: 4) da dediği gibi internet teknolojilerine bağlı olarak gelişme kaydeden sosyal paylaşım ağları, toplumsala son vererek kendine

özgü bir sosyalleşme alanı açmaya başlamıştır. Bireyin gündelik yaşamında sosyal etkileşim alanlarının birçoğu, mekânsal sınırları aşarak sanal ortama taşınmıştır Sosyal ağların kullanımıyla bireylerin özelliklerine uygun hazırlanmış sosyalleşme ortamlarına bireyin katılımı sağlanmıştır.

İnterneti günümüzde yeni bir boş zaman değerlendirme aracı olarak görebiliriz (Tel ve Köksalan, 2009:265). Boş zamanı değerlendirmek için internet kullanımına yönelen bireyler genellikle zamanın büyük bir kısmını sosyal ağları kullanarak geçirmektedirler. Böylece sosyal ağlar hoşça vakit geçirilen, bireyin ilgilerine yönelik aktiviteler sunan ve bu yönüyle bireyin dikkatini çekmeye çalışan bir sosyalleşme ortamı olarak gündeme gelmektedir. Çetin (2009: 3)'in de dediği gibi sosyal iletişim ağları, günümüzde bireylerin birbirleri ile bağlantı kurmasında en çok tercih edilen iletişim biçimi olarak yaygınlaşmaktadır. Türkiye de en yaygın kullanıma sahip olan Facebook, Twitter, MySpace gibi sosyal paylaşım ağlarıdır.

Günümüzde sosyal paylaşım ağları içerisinde hem kullanıcı sayısının fazla olması hem de kullanımının yaygın olması bakımından Facebook en çok tercih edilen sosyal paylaşım ağıdır. Facebook'un her geçen gün kullanıcı sayısı artarken siteye eklenen yeni özelliklerle mevcut kullanıcıları da elinde tutmaktadır. Dünyada 350 milyonu aşkın aktif üye sayısına sahip olan Facebook, Türkiye'de de özellikle gençlerden oluşan bir kullanıcı profiline sahiptir (Göker vd., 2010: 3). İnternet kullanıcıları zamanlarının büyük bir kısmını sosyal paylaşım ağlarında özellikle son zamanlarda kullanımı yaygınlaşan Facebook da geçirmektedirler.

Tüm dünyada geniş katılımı bulunan Facebook, 2004 yılının başlarında Harvard üniversitesinin öğrencilerine özel bir sosyal iletişim ağı olarak tasarlanmıştır. Eylül 2005 yılından itibaren tüm lise öğrencilerini de kabul ederek genişlemiş ve sonunda herkesin kullanabileceği bir yapıya kavuşmuştur (Çetin, 2009: 4). 2006 yılından itibaren Facebook e-posta adresi tüm kullanıcıları üyeliğe kabul etmeye başlamıştır. Bugün Facebook dünyada en yaygın kullanıma sahip olana sosyal paylaşım ağıdır. Facebook da kullanıcıların belli özelliklerini yansıtan profil sayfası yer almaktadır. Profil sayfası kullanıcıların fotoğraf, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve ilgi alanları ile ilgili kişisel özelliklerinin yer aldığı bilgilerden oluşturmaktadır. Kullanıcıların cinsiyet, ırk, renk, boy, kilo gibi fiziksel özelliklerini diğer kullanıcılara ilk anda ifade etmek üzere profil fotoğrafları bulunmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarının çoğunda kullanıcılar yeni insanlarla tanışma ve bununla birlikte mevcut arkadaşlıklarla iletişimi sürdürme amacı

içindedirler. Bu nedenle profilin ikna edici bir şekilde sunumu, mevcut Arkadaşların bulunması veya arkadaş sayısının artması için önemli ve gereklidir. Profilin görülmesi ne kadar kapalı kalırsa, Facebook ortamında geniş bir toplumsal sermaye oluşturması zorlaşmaktadır (Binark, 2009: 1).

Facebook'un sunduğu uygulamalar içerisinde kullanıcıların birbirlerine mesaj, link, hediye, videolar gibi görsel unsurlar gönderebilmeleri, birbirlerini kategorize etmeleri, ayrıca kullanıcıların kendilerini ifade edecek bilgiler yer almaktadır. Bunun dışında oyunlar ve diğer sitelerden veriler de yer tutmaktadır. Facebook kullanıcıları şehir, okul, işyeri veya bölge tarafından düzenlenen ağlara ücretsiz olarak katılabilir bu ağların kullanıcılarıyla iletişim kurabilmektedirler. Facebook da gönderilen mesajların yer aldığı "Wall" (duvar), sanal dürtmelere imkân veren "Pokes", albüm ve fotoğrafların yer aldığı "photos", kullanıcının yer ve eylemlerine ile ilgili bilgilerin yer aldığı "Status" (durum) gibi özellikler mevcuttur.

Facebook'un en popüler uygulamalarından biri "fotoğraf" uygulamasıdır, kullanıcılar bu özellik sayesinde sayfalarına istedikleri sayıda fotoğraf ve albüm yükleyebilmektedirler. Facebook da Şubat 2007'de kullanıcıların Arkadaşlarına sanal hediyeler göndermelerini sağlayan "Hediye Gönderme" uygulaması, Nisan 2008'de "Chat" adı altında "anlık ilet" uygulaması getirilmiştir. Temmuz 2008'e gelindiğinde, kullanıcıların seçilen ağlar üzerindeki arayüzlerinin yeniden tasarlanması olan "Facebook Beta" adlı bir uygulama başlamıştır (Toprak vd., 2009:39). Facebook var olan özelliklerine her geçen gün yenisini ekleyerek kullanıcılarının Facebook ortamında daha fazla zaman geçirmelerini sağlarken aynı zamanda kullanıcı sayısının artmasını da amaçlamaktadır. Sosyal paylaşım ağlarına son zamanlarda eklenen yeni oyunların kullanımı özellikle gençler arasında yaygınlaşırken bu oyunlar aracılığıyla kullanıcıların kısa aralıklarla sosyal paylaşım ağını ziyaret etmesi amaçlanmış ve bu yolla kullanıcılar arasında bağımlılık oluşturulmuştur.

İnternet teknolojisindeki baş döndürücü gelişmeler sonunda birey sosyalleşmek için internetin varlığını kabul etmenin zorunlu olduğunun farkına varmış ve toplumdan soyutlanmamak için internetin sunduğu imkânlar doğrultusunda yönlendirilmeyi kabul etmiştir. Birey internet teknolojisini ve sosyal paylaşım ağlarını kullanarak sosyalleşip kendini sosyal çevresine daha rahat ifade edeceğini ve böylece var olan kişilik özelliklerinin ya da olmasını istediği kişilik özelliklerinin toplumda kabul edileceğini

düşünmektedir. Birey sosyal paylaşım ağlarına üye olduğu sürece sosyal yaşamda yer alabileceğini düşünüp ağ toplumunda varlık göstermektedir

Twitter de sosyal paylaşım ağları içerisinde kullanımı yaygınlaşan, çeşitli araçlarla birlikte daha etkin kullanılabilen yeni nesil bir iletişim aracıdır. Twitter mikro blog sitelerinin en popüleridir. Kullanıcılarına 140 karakterlik metinler yazma imkânı vermektedir. Ayrıca Twitter, sosyal medya'nın en popüler araçlarından biri olarak gösterilmektedir (www.wikipedia.com). Twitter kullanımı çok kolay olan kullanıcıların içinde buldukları ruh hali ile ilgili kısa bilgiler veren bir araçtır. Twitter; genellikle bloglarda kullanılan, kullanıcının o anki halinden bahsettiği, diğer kullanıcının ise takip ettiği basit bir anlık ileti sistemidir (www.bilinen.net). Twitter sayesinde kullanıcı içinde bulunduğu durumu, eylemi, düşüncesini, aktivitesini kendisini takip eden diğer kullanıcılara aktarabilmektedir. Twitter kullanıcıların merak duygusundan beslenen ve kullanımı bu yönde yaygınlaşan bir araçtır. Son zamanlarda Twitter kullanımı bireyler arasında yaygınlaşmaktadır.

MySpace internet ortamında kullanıcı kontrolünde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, grupların, resimlerin, müzik ve videoların yer aldığı bir sosyal paylaşım web sayfasıdır. "2003 yılından sonra oluşturulan /tasarlanan toplumsal paylaşım ağları içinde en dikkat çekici olanları Facebook ve MySpace olmuştur. Genç kullanıcılar tarafından ilgi ile takip edilen MySpace özellikle favori müzik gruplarıyla iletişime geçmek isteyenlerin adresi olmuştur" (Toprak vd., 2009:28). 2005 yılından sonra yaşanan gelişmelerle birlikte MySpace kullanımı hızla yaygınlaşmış yetişkinler tarafından da tercih edilen bir sosyal paylaşım ağı haline gelmiştir.

#### **1.4.5.6.2. E-Posta**

Eski çağlarda insanlar haberleşmek, iletişim kurmak için dumanı, güvercinleri vb gibi araçları kullanmışlardır. Zamanla kullanılan araçlarda değişiklikler olmuştur, özellikle mektup uzaklardaki insanları birbirlerinden haberdar etmek ve iletişim kurmak için yıllar boyunca insanlar tarafından tercih edilen bir araç olmuştur. Günümüzde mektup kullanımı eskisi kadar yaygın değildir, insanlar teknolojideki gelişmelerle birlikte iletişim kurmak için daha kısa, ucuz ve kolay yollara başvurmaya başlamışlardır. Bu durumun sonucunda internet teknolojisinin sunduğu elektronik posta kullanıma açılmıştır. İnternetin kurulduğu tarihten itibaren en çok kullanılan hizmet elektronik posta hizmetidir.

E-mail, elektronik mektuptur, internetin en eski hizmetidir (Akın, 1996:128). İnternete bağlı her kullanıcının bir e-mail adresi vardır, bu adresi kullanarak diğer kullanıcıların e-mail adreslerine mektup gönderilmektedir. Elektronik posta ile kullanıcıların mesajı çok kısa sürede aktarılırken zamandan tasarruf edilmektedir. Dünyanın değişik bölgelerindeki bilgisayar kullanıcıları internet'te elektronik posta (e-mail) aracılığıyla iletişim kurabilmektedir (Tekin ve Şahbaz, 1998:180). İletişim alanına yeni kolaylıklar getiren elektronik posta kullanıcıların sadece iş yaşamında tercih ettiği bir hizmet olmakla kalmamış aile, arkadaşlar arasında iletişim kurmak ve haberleşmek için kullanıcılar arasında tercih edilir hale gelmiştir. Kişiler arasında istenilen bilgilerin alınıp verilebilmesi için, kullanılan elektronik posta hem çok hızlı, hem de normal bir postadan ve fakstan çok düşük maliyetinden dolayı, bilgisayarların yayılmasıyla posta ve telefona tercih edilmektedir. Sunduğu olanaklardan dolayı elektronik posta internet üzerinde yaygın olarak kullanılan servislerden biridir. Elektronik posta adresleri, coğrafi bölge, kültür ve zaman olarak ayrı olan insanları birbirine bağlayan çok yararlı bir araçtır. Böylece uzaktan işbirlikleri, uzaktan arkadaşlıklar hızla gelişmektedir (Tekin ve Şahbaz,1998:183).

Elektronik posta günümüzde kullanılan en ucuz iletişim araçlarından biridir. Bilgisayar temelli internet teknolojisinin söz sahibi olduğu bir zamanda mesajlaşmanın ve iletişimin elektronik posta yolu ile olması kaçınılmazdır.

#### **1.4.5.6.3. Sohbet ve Chat Odalar**

Toplumsal yaşamın önemli bir parçası haline gelmeye başlayan internet karşısında insanların geçirdiği süre her geçen gün artış göstermektedir. Önceden boş zamanlarında televizyon izlemeyi, spor yapmayı, ailesi ve Arkadaşlarıyla birlikte olmayı tercih eden bireyler internetin hayatlarına girmeye başlamasıyla birlikte çeşitli alternatiflerle karşı karşıya kalmışlardır. Bu alternatiflerden biri de internet ortamında kullanıcıların sıkça ziyaret ettikleri sohbet ve chat odalarıdır. İnternet ortamında kullanıcılar Chat odasına sadece eğlence amacıyla girebilir. Tekrarlar sonucunda, çevrimiçi Chat'laşma kötü bir günle başa çıkmak için ilk yapılan şey halini alabilir.

Dünyanın dört bir yanında milyonlarca insan, sanal dünyanın büyümesine kendisini kaptırmıştır. Kullanıcılar bilgisayar başına geçip tanımadıkları insanlarla, gerçek yaşamdan farklı olarak olmak istedikleri kişilik yapısına bürünerek sohbet etmektedirler. Bunun sonucunda sanal ortam yalan söylemeye müsait hale gelmektedir.

Chat ve sohbet odalarında tanışan bireyler daha sonra telefonla iletişim kurmaya başlayıp ardından yüz yüze görüşüp iletişimi farklı bir boyuta taşımaktadırlar. Son zamanlarda internet ortamında Chat odalarında başlayıp devam ettirilen arkadaşlıklara sıkça rastlanmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında günlük yaşamın koşuşturması, insanların birbirine ayıracak zaman bulamaması ve yeni arkadaşlıklar kurma ihtiyacı etkili olmaktadır. Kullanıcılar internet ortamında karşısındaki kişiyi görmeden çok rahat, utanıp sıkılmadan sohbet edebilmektedir. Bu durum bireye kendini daha rahat ifade edebilme imkânı sunarken aynı zamanda bireyin bazı hallerde gerçek yaşamdan soyutlanıp sanal dünyanın içinde olmak istediği kişilik özelliklerini yansıtmada etkili olmaktadır. Yani bir bakıma kullanıcılar internet diliyle ve ortamıyla kendilerini yeniden keşfedebilmektedirler. Her yaştan, her meslekten insan için Chat yani internet sohbeti bir yaşam biçimine dönüşmektedir (Çakır ve Topçu, 2005: 91).

Bireyler yeni arkadaşlıklar kurmak, günlük yaşamın monotonluğundan kurtulmak için internetin sunduğu imkânlardan faydalanmaktadırlar, bu bağlamda arama motorlarında en çok sohbet, Chat ve Facebook vb. gibi terimler aranmaktadır. Arkadaş edinmek isteyen insanlar için en popüler olan kanallar Zurna, İstanbul, Canavar, Raksnet, Adanet ve Turkey (Çakır ve Topçu, 2005: 92). Burada pek çok kişi bir araya gelip hoşça vakit geçirip iletişim kurabilmektedir. Chat yüzlerce binlerce kişinin metin tabanlı olarak sohbet ettiği bir ortamdır, bu sohbet odalarında kullanıcılar çeşitli konularda farklı kişilerle sohbet edilebilmektedir. İnsanlar Chat ve sohbet odalarına; yeni insanlarla tanışmak, sohbet etmek, tartışmak, çeşitli konu başlıklarına sahip odalarda dünyanın her yerinden farklı kişilerle bilgi alışverişinde bulunmak için katılmaktadırlar.

#### **1.4.5.6.4. Forum Sayfaları**

Gelişen teknolojiyle birlikte internetin kullanıcılarına sunduğu olanaklardan biri de forum sayfalarıdır. Forum internet ortamında kurulmuş olan bilgilenme ve tartışma platform'udur ([www.turkcebilgi.com](http://www.turkcebilgi.com)). Forum insanların açtığı bir başlık (başlığın içeriği forumdan foruma değişebilir) ve diğer insanların bu başlığın altına yazdığı mesajlardan ibarettir. Forum sayfalarında oluşturulan başlıklar çeşitlilik gösterirken, amaçlanan kullanıcıların her türlü bilgi ihtiyacını karşılamak ve hoşça vakit geçirmesini sağlamaktır. Kullanıcılar forum sayfalarında genel olarak birbirlerini

tanımadan sadece ilgi alanlarına giren konularda bilgi ve fikir alışverişinde bulunmaktadır. Forum sayfalarında anonim bir yapı vardır.

Forum sayfaları katılımcılara bilgi sunmanın beraberinde, tartışma ortamı da oluşturmaktadır. Kişiler ilgi alanlarına yönelik konularda diğer katılımcılarla belli kurallar çerçevesinde tartışma ortamı oluşturup fikirlerini ve kendi ifadelerini aktarmaktadırlar. Forum sayfalarında insanlar karşılaştıkları bir soruna çözüm bulabilir, merak ettikleri bir konuda dokümana ulaşabilirler ayrıca istedikleri bir konuda başlık oluşturup insanlarla paylaşabilirler. Forum sayfalarında yer alan bazı konu başlıkları; eğitim, bilgi bankası (ödev), danışman, paylaşımlar, anket ve yarışmalar, aşk doktoru, hobi, motorlu araçlar dünyası, genel kültür, İslam ve insan bölümleri, TV dizileri, sinema-tiyatro, eğlence, gündem vb. dir (www.frmtr.com,).

#### **1.4.5.6.5. Bloglar**

İnternetin sunduğu iletişim ortamlarından biri de blog'lardır. Blog teknik bilgi gerektirmeden, kendi istedikleri şeyleri, istedikleri gibi yazan insanların oluşturabildikleri, günlüğe benzeyen web siteleridir (tr.wikipedia.org). Bloglar güncelden eskiye doğru sıralanmış yazı ve yorumların yayınlandığı ortamlardır, bu ortamlarda yer alan yazıların sonunda yazarın adı ve gönderi zamanı belirtilir. Kullanıcılar bu yazılara yayıncının seçimine göre yorumlar yaparlar ve böylece yazar ile okuyucu arasında iletişim sağlanır.

İnternet sürekli insanların hayatında kendine yer bulurken, buna yönelik oluşturulan ürünlerden biri de bloglardır. Blog'un Türkçesi "Web Günlüğü"dür. Yani nasıl evde ajandaya günlük yazıyorsanız; işte bu günlüğü internet ortamında yazabiliyorsunuz ve Arkadaşlarınızla paylaşabiliyorsunuz (msonerg.wordpress.com,). Blogların ilk kullanımı bu şekilde ortaya çıkmıştır fakat zamanla farklı formlara dönüşmüştür. Blog kullanımı 1999 yılında Blogger'in bu hizmeti vermeye başlaması ve kısa süre sonra ücretsiz hale getirmesi ile yaygınlaşmıştır. 2003 yılı şubat ayında Google, Blogger'i satın aldı ve Google araç çubuğuna, ziyaret edilen sayfanın adresini doğrudan bloga girmeyi sağlayan 'Blog This' tuşu yerleştirdi (tr.wikipedia.org). Bu şekilde blog kullanımı yaygınlaşmıştır.

#### 1.4.5.7. Teknoloji ve Kültürel Bir Alan Olarak İnternet

Ağların ağı olarak tanımlanan internet, fiziksel ya da elle tutulur bir araç olmaktan ziyade birbirine bağlı sayısız küçük bilgisayar ağlarından oluşan büyük bir bilgisayar ağıdır (Timisi, 2003:121). İnternetin en önemli özelliği, birebir iletişim kurmasından önce “etkileşimci” iletişim sağlamasıdır. İnternet ile tek taraflı bilgi vermek yerine kullanıcının taleplerine göre yönlenen bir bilgi akışı gündeme gelmiştir. Birden fazla bilgisayarda bulunan bilginin tek bir kullanıcının kullanımına olanak sağlayan internet, ayrıca görüntü, ses, bilgi alışverişi de sağlar.

İnternet, teknik özellikleri aracılığıyla diğer iletişim teknolojilerinden ayrılarak, zaman ve mekân sınırlarını aşarak birey-birey ve birey-grup iletişimine izin vermektedir. Etkileşim özelliği sayesinde ise grupların aynı anda karşılıklı iletişimini, tıpkı bir yüz yüze iletişimde olduğu gibi kolaylaştırmaktadır (Timisi, 2003:26). İnternetin bu özelliği onu daha çok yeni toplumsal ilişkiler alanı olarak öne çıkarmaktadır. Dolayısıyla, günlük hayatta yaşamış olduğumuz birçok ilişki biçimi internet sayesinde farklı bir boyuta taşınmaktadır ve sanal mekân, sanal gerçeklik, sanal cemaatler ve kimlikler gibi yeni kavramlar hayatımıza girmektedir.

İnternet, bütün konuşmaların yazıldığı sessiz bir dünyadır. Bu dünyada varlık, beden ve mekândan arınmış ve yalnızca kelimelere dönüşmüş bir biçimde vücut bulmaktadır. Bu anlamda internet hayal edilmiş ve hayali bir mekân olarak tanımlanabilir. İnternetteki sanal cemaat kavramı insan ve teknolojinin şaşırtıcı bir biçimde bir araya gelmesinden doğmuştur. Aynı anda her yerde bulunan bilgisayar ağlarının, fiziksel mekândan bağımsız, milyonlarca insanın siber uzayda bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Sanal cemaatler, kişisel ilişkiler ağının yaratılması için yeterli sayıda insan bir araya geldiğinde internet vasıtası ile yaratılan sosyal gruplardır (Gürhani, 2004:2). Sanal cemaatlerde geleneksel cemaatlerde olduğu gibi coğrafi / fiziki bir mekândan söz etmek mümkündür. Sanal cemaatlerin mekânı siber uzaydır. Rheingold, sanal cemaatleri, insanların hissettiklerini, düşündüklerini ve ilişkilerini, web ortamında tartışmalarının, paylaşımlarının sonucunda ortaya çıkan bir bütün olarak görmektedir. İnternet ortamındaki etkileşim bir sosyal anlam taşır ve sonuç itibarı ile bir sosyal durum oluşturur. Bilgisayar toplumlarında oluşturulan sosyal anlam, haber grupları, IRC, mesaj listeleri araştırmaların odağını oluşturmaktadır. Bu araştırmalar göstermiştir ki grup üyeleri ifadeci iletişimin yeni formlarıyla oynamak için yaratıcı bir şekilde sistem özelliklerinden faydalanmışlardır. Gelişmekte olan bu özellikler gruba ait

anlam yetisini geliştirir ise o zaman bu grup bir toplum olarak görülme potansiyeline sahiptir (Gürhani, 2004:2).

İletişim teknolojileri tarihinde ilk kez internet aracılığıyla bireyler, iletişimde bulunduğu ötekinin biyolojik ve toplumsal varlığını, sesini, görüntüsünü, cinsiyetini, kısaca bireysel tarihini dikkate almaksızın iletişimde bulunabilmektedirler. Bireyler kimlikle oynamanın yeni olanaklarına erişebilir, cinsiyete ilişkin bilgiler görünür olmadığı için kullanıcı, cinsiyetini başkasına tanımlamada özgür olabilmektedir. Hiç tanımadığı birine karşı kendi kimliğini gizleyerek, ismini, cinsiyetini, toplumsal rolünü ve statüsünü değiştirerek iletişimde bulunmak mümkündür. Anonimlik bütünüyle geçerlidir. İletişim kurgulanmış kimlikler aracılığıyla yapılr hale gelmiştir (Timisi, 2003:172).

### **1.5. Kitle İletişim Araçları Fonksiyonları**

Kitle iletişim araçlarının, ortaya çıkışlarından bu yana, içinde buldukları toplumlara yönelik siyasal, sosyal ve ekonomik bakımdan kitlesel etkileri olmuştur. Düşünce ve kanaatlerin oluşmasında, bireyin sosyalleşmesinde, siyasilerin denetlenmesinde ve kamuoyunun şekillenmesinde iletişim araçlarının çok önemli rolleri vardır (Işık, 2000:44). Kitle iletişim araçları üzerinde yoğun araştırmalar yapılmasının nedenlerinden biri de, bu amaçların tespit edilebilmesi ve doğru olup olmadığının ölçülmesidir.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal gelişime etki eden dört fonksiyonu şunlardır (Işık, 2000: 56-70):

- Haber ve Bilgi Verme Fonksiyonu
- Denetim ve Eleştiri Fonksiyonu
- Eğitim ve Eğlendirme Fonksiyonu
- Kamuoyunu Oluşturma ve Açıklama Fonksiyonu

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. SOSYALLEŞME VE BİREY

#### 2.1. Sosyalleşme Kavramı

Sosyalleşme kavramını ilk kullanan Emile Durkheim olmuştur. Sosyal kavramı bir kelime olarak ele alındığında Türkçede “Toplumla ilgili, toplumsal” anlamına karşılık gelmektedir (www.tdk.gov.tr). Sosyal (social) kelimesi aslen Fransızca’dan adapte edilmiş olduğu için Latin kökenli dillerdeki açılımına da bakmakta fayda vardır. Bir sıfat olarak sosyal kelimesi 14.yy orta dönem Fransızca’sında “ arkadaşlık ve hoşgörü ile karakterize edilmiş” ve “müttefik, ortak” anlamında kullanılmıştır. Bu kullanımıyla kelimenin kökü Latince’deki “socialis” kelimesinden gelmekte ve “birleşmiş, başkaları ile yaşam” anlamındadır. Başkaları ile birlikte yaşamak ya da başkaları ile birlikte yaşamayı sevmek, arkadaşça ilişkiler içerisinde bulunmak” şeklindeki anlamsal ilk kullanımı 1729’da kayıtlara geçmiştir. Bir isim olarak sosyal kelimesi ise “ arkadaşça toplanma” anlamında ilk defa 1870 yılında kullanılmıştır (www.etymonline.com).

Kavramsal anlamda bakıldığında, Kağıtçıbaşı (2005)’na göre sosyalleşme, insan yavrusunun toplumun bir üyesi haline gelmesidir, yani ailesinin, akraba ve komşuluk çevresinin, kent ve köylünün ve nihayet ulusunun bir parçası olduğunu öğrenmesidir. Büyümekte olan çocuk etrafındakilerle etkileşim sonucu onlarınkine benzer davranışlar geliştirecektir. Böylece tek tek kişiler yerine toplumun üyeleri olan, birbirlerinden farklılıkları olduğu gibi, birbirlerine büyük benzerlikler de gösteren toplumsal bireyler oluşacaktır. Bu tanımda dikkat çeken önemli nokta “insan yavrusu” tamlamasıdır. Bu tamlamadan insanların daha yavru olarak tanımlanabilecek yaştan itibaren sosyalleştiğini, yani içinde bulunduğu toplumun değerlerine ve normlarına uyum sağlamaya çalıştığı sonucunu çıkarmak mümkündür. Toplumun en küçük parçası olarak ifade edilen aile de insan yavrusunun bu sosyalleşme sürecinde ona yardımcı olan ve topluma ayak uydurmasını sağlayan bir kurumdur.

Türk Dil Kurumu'nun "toplumsallaşma kavramı" için yapmış olduğu tanımlar şöyledir: “Yaşamlarını sürdürmek, birçok temel çıkarlarını gerçekleştirmek için işbirliği yapan, aynı toprak parçası üzerinde birlikte yaşayan insan kümesi.” ve “Bilinçli bireylerden ve özellikle aralarında örgütlenme bağları ve karşılıklı görevler bulunan

kişilerden kurulu topluluk.” (www.tdk.gov.tr) Bu iki tanım incelendiğinde özellikle ikinci tanımdaki bilinçli bireylerin ilk tanımdaki gibi ihtiyaçları için bir araya gelmeleri, ama bu kez örgüt ve görev sözcükleriyle, daha düzenli bir yapı ve ‘tanımlanmış ilişkileri’ vurgulanmıştır. Toplumsallaşma, toplum içinde farklı kuşakların birbirleriyle olan iletişimini ve etkileşimini sağlamaktadır. Bu farklı kuşaklar, toplumsallaşma süreci içerisinde birbirlerinin yaşantılarını etkiler biçimdedir. Bu durumda toplumsallaşma; insanların yaşam süreçleri boyunca (doğumdan ölüme kadar) içinde buldukları ve hem bireysel, hem de toplumsal bir canlı olarak geliştikleri süreçtir. Toplumsallaşma, genel anlamda bir adaptasyon ve tamamlanma sürecidir. Bu sürece etki eden unsurlar ve ortamlar tarih boyunca çeşitli değişikliklere uğramış, içinde bulunduğumuz ve bilişim çağı diye adlandırdığımız bu çağda da sosyal paylaşım ağları ile daha da değişik bir boyuta taşınmıştır.

Sosyalleşme süreci çeşitli kaynaklarda öncelikle ailede başlayan ve okula kadar ki birincil sosyalleşme süreci ve de okulla başlayan ve insanın ömrünün sonuna kadar devam eden ikincil sosyalleşme süreci olarak ikiye ayrılrsa da bu süreç içindeki evreleri bu kadar net ayırmak mümkün olamamaktadır. (Kaya ve Tuna, 2008) Biyolojik bir varlık olarak doğan insan bu süreçte sosyo-kültürel şahsiyet halini alır. Burada altı çizilmesi gereken nokta bunun ciddi ve uzun bir süreç olduğu gerçeğidir. Bu sürecin, aile, okullar, medya ve dini kurumlar gibi sosyalleşme araçlarıyla gerçekleşmesi dikkat çeken bir noktadır, bu araçlar Althusser tarafından devletin ideolojik aygıtları olarak tanımlanmaktadır. Althusser, kapitalist toplumlarda insanların tüm arzu, istek, beklentilerinin, tercihlerinin ve değer yargılarının, içinde yer aldığı toplumsal pratikler tarafından oluşturulduğu düşüncesindedir. Althusser, egemen yapı tarafından bireylere özne rolü empoze edildiğini söylemektedir. Toplumsal pratikler bu pratikleri uygulayan bireylerin hem karakteristiklerini belirler hem de onların sahip olabilecekleri birtakım özellikleri ve bunların sınırlarına ilişkin kavramsallaştırmaları oluşturur. Çünkü her toplum ancak kendi imajında bireyler yaratır. İnsanların toplum içerisinde oynadıkları roller ve gerçekleştirdikleri etkinlikler toplumsal pratikler tarafından onlara kazandırılır. Bu toplumsal pratikler devletin ideolojik aygıtlarını oluşturur (Yaylagül, 2005:32). Devletin ideolojik aygıtları; eğitim sistemi, dinsel örgütler, sendikalar, aile ve medya gibi kurumlar tarafından öğretilir ve öğretilen o rolün gereği olan bir takım pratikler o bireyden beklenir. Bu ideolojik aygıtlara yeni iletişim ortamlarının etkileşim özelliği ile özellikle güçlenen kontrol olgusunu ve bu kontrolün sosyal paylaşım ağları ile

tezahürünü eklemenin mümkün olup olmadığı konusu da önemli bir soru cümlesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Althusser'e göre kapitalist devlet var olan sistemi yeniden üretmek için ideolojik araçlarının yanı sıra çeşitli baskı aygıtları da kullanmaktadır. Devletin baskı aygıtı her türlü eylemin bastırılması ve denetim altına alınması için kullanılan, kaba kuvvete dayalı, fiziksel şiddet kullanan asker, polis, mahkeme ve hapisane gibi kurumlardan oluşur. Devletin ideolojik aygıtları ise egemen görüş ve düşüncelerin topluma yayılmasını sağlar (Althusser, 2002:65).

Sonuç olarak sosyalleşme sürecinde bireyin toplumla etkileşimi sonucu mevcut sosyal ilişkileri yeniden üretme etkisi aslında devletin ideolojik aygıtları vasıtası ile kişiye verdiği özne rolünün uygulanmasıdır. Kişilerin kendi başlarına verdiklerini zannettikleri kararlar aslında devlet tarafından sosyalleşme adı altında kişiye “öğretilen” düşüncelerdir. Bu durumda Althusser'nin saydığı devletin ideolojik aygıtlarına günümüzde belki de mülkiyeti devlete ait olmasa da stadyum, alışveriş merkezi, tiyatro ve sinema gibi alanları da eklemek mümkün olmaktadır. Alışveriş, eğlence, kültürel faaliyetler gibi ana başlıklar altında inceleyebileceğimiz bu mekânlarda da sosyalleşme olgusu aynı dinamiklerle ortaya çıkmaktadır. Benzer dinamiklerin İnternet gibi sanal olan bir ağ ortamında da karşımıza çıkıyor olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Geçtiğimiz yüzyılın son senelerine kadar medyanın büyüyen gücü kitle iletişim araçlarının etkiliğine işaret etmektedir. Bu perspektiften bakıldığında kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturma ile ilgili yadsınamaz bir gücü vardır. Kitle iletişim araçlarının fonksiyonları üzerinde ilk kez duran Laswell, bilgi verme, ikna etme ve toplumsallaştırma fonksiyonlarından söz etmektedir. Charles Wright, kitle iletişim araçlarının bu fonksiyonlarına eğlendirme fonksiyonunu da eklemiştir. (Aziz, 1982:56) Sosyal paylaşım ağları da bu açıdan bakıldığında bu eğlendirme fonksiyonunu da beraberinde taşımaktadır.

Bazı araştırmacılara göre sosyalleşme, sosyal-kültürel şahsiyetin meydana gelmesidir; bilinçli veya bilinçsiz olarak devam eden bir eğitim süreci ile birlikte gençlik döneminin bitişi ile sınırlıdır. Ama hangi yaşta olursa olsun toplumda üstlenilen ve öğrenilen her yeni sosyal rol, her yeni bir gruba katılma bir sosyalleşme sayılabilir. Bu bakımdan sosyalleşme bütün hayat boyunca devam eden bir süreçtir. Meselâ, sanayileşmiş toplumlarda genellikle gençlik döneminin bitmesinden sonra gerçekleşen mesleğe girme, yeni bir sosyalleşme safhası, bir meslekî sosyalleşmedir. Bazı sosyologlar ise sosyalleşmeyi, kişinin toplumda alacağı sosyal rollere uygun davranış

kalıpları ve örneklerini öğrenmesi olarak görmektedirler. Diğer bir grup ise, sosyal topluluğun nesilden nesile aktarılan kültürünün genç nesillere öğretilmesi ve benimsetilmesi olayına sosyalleşme demektedirler (Ekşi, 1982:23).

İnsan, tarihin her döneminde ve her toplumda birbirinden çok farklı hayat şartları, sosyal, kültürel ve ekonomik yapılar içinde yaşamıştır; günümüzde de bu yapı ve ortam farklılıkları içinde yaşamaya devam etmektedir. Bu farklı doğal ve sosyal çevreler insanların ve insan gruplarının farklı davranışlarına, iletişim ve etkileşimlerine, sosyal düzenlerine neden olmaktadır (Çiloğlu, 2006:22).

Sosyalleşme, sosyal sistemin mükemmel işlemini sağlayan, herkese rollerini öğreten bir olgudur. Sosyalleşme, kişinin kendisinin ve sosyal sistemin iyi ilişkiler içinde yaşayabilmesi için sosyal rollerin iyi öğrenilmesi, düzenlenmesi ve yapılması demektir (Tezcan, 1984:45).

Bazı sosyologlar sosyalleşmeyi; “kişinin toplumda alacağı sosyal rollere uygun davranış kalıpları ve örneklerini öğrenmesi” olarak tanımlamışlardır (Ergun, 1987:34). Bu konudaki bir başka görüşte; sosyalleşmeyi, “sosyal topluluğun nesilden nesile aktarılan kültürünün, genç nesillere öğretilmesi ve benimsetilmesi olayı” olarak açıklamıştır.

Her toplumda, daha sonra üyelerinin dâhil olacağı çeşitli pozisyonlar, statüler, meslekler, sosyal gruplar vardır. Bu statü ve gruplarda kişinin nasıl davranacağını sosyal statü ve roller belirler. Bir kişi değişik yer ve statülerde değişik görevler ve buna uygun roller üstlenebilir. Örneğin, bir kişi evde aile reisi, işyerinde memur, eğlence yerinde arkadaş, pazarda müşteri (rollerini üstlenebilir) olabilir. Bu durumlarda rol çatışmalarının olmaması için bu rollerin çok iyi öğrenilmesi gerekmektedir. İşte bu öğrenme düzeyine ulaşan kişi sosyalleşmiş olmaktadır.

## **2.2. Bireyin Sosyalleşme Süreci**

Her toplum kendi toplumsal kurumları olan eğitim-öğretim sistemi ve okullarıyla, kendisinin o andaki durumuna ve gelecekteki amaçlarına uygun bireyler yetiştirmeyi ister. Yetiştirilecek kişilerde hangi özelliklerin, yeteneklerin geliştirileceği toplumun norm ve değerleri, yasaları, politik güçleri belirler. Bu belirleyici faktörler toplumların tipine göre; sosyalleşme ve eğitim hedeflerini belirler (Silah, 2005: 327).

Sosyalleşme, bir ferdin doğuştan itibaren belli aşamalardan geçerek kendisinden beklenen uygun rol ve normlardan haberdar olma, toplumun üyeliğini kazanma

sürecidir. Bu süreçte insan başta aile olmak üzere okul, akran grubu, iş hayatı ve kitle iletişim araçları önemli bir yer tutar (Erkal, 2006: 102).

İnsan tabiatı itibariyle sosyal bir varlıktır; sosyallik onun içinde kuvvetli bir içgüdü veya eğilim olarak bulunmaktadır. İnsanlığın sosyal gelişim tarihinde uzun yüzyıllar topluluk ve toplumun temsil ettiği kuvvet ve kudret her şeye hakim olmuştur. Ancak 19. yüzyılda batı uygarlığı bireye, “kişi” kavramına aşırı derecede önem vermiş ve adeta bir “ Ferdiyetçilik çağı” nı başlatmıştır. Bugün pek çok alanlarda bu akımın etkileri hala hissedilmektedir (Kağıtçıbaşı, 1983: 43).

İnsanların topluluk halinde yaşaması biyolojik ve psikolojik bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü insanın, beslenme gereksinimlerini tek başına kendi biyolojik gücü ile sağlayabilmesi o zamanki şartları içinde çok zordu. İşbirliği ve işbölümü, beslenmeden başlayarak birçok alanda insanlara yarar sağlamıştır. İkinci olarak insanlarda doğal bir korunma ihtiyacı ve eğilimi vardır. Özellikle ilk çağlarda korunma ihtiyacı ve güdüsü, insanları dayanışmaya, bir arada bulunmaya ve işbirliğine zorlamıştır. İnsanlar, birliğin ve örgütlenmenin getirdiği güven ve kolaylığı daha ilk çağlarda görmüşlerdir. Üçüncü olarak da insandaki kendi neslini üretme güdü ve eğilimi, eşini kıskanması, çocuklarını koruma duygusu kısa zamanda büyük çapta ailelerin, boyların, soyların ve milletlerin doğmasına neden olmuştur (Tezcan, 1984: 76).

İnsanda en bencilce duygular olan değerli bulunmak, takdir edilmek, dilek duygu ve düşüncesi bile örgütlü bir toplum içinde yaşamayı zorunlu kılıyor. Muhterislik, şımarıklık vs. gibi ferdi gözüken pek çok özellik, ancak bir topluluk içinde değer bulmaktadır. Benlik duygusunu zedelenmesi, ürkeklik, çekingenlik vs. hep toplumun koyduğu bazı kurallara fertlerin uymamasından kaynaklanmaktadır. İnsandaki pek çok eğilimler sosyalleşmeyi kolaylaştırmaktadır. İnsandaki bu gibi bireysel duygular bir taraftan sosyal hayatı meydana getirdiği gibi, öte taraftan da sosyal yapının bir ürünü gibi gözükmektedir (Kağıtçıbaşı, 1983: 65). 19. yüzyılda insanlardaki sosyalleşme eğiliminin biyolojik bir zorunluluk olduğu görüşü ortaya atılmış, bunu da bilhassa beslenme ve korunma ihtiyacının yarattığı savunulmaya başlamıştır. Bu görüşün bir devamı olarak da, bireylerin kişiliklerinin gelişmesinde çok önemli bir rol oynadığı, sosyalleşmeyen insanın ruhsal yönden hasta olmaya başladığı görüşleri dile getirilmiştir (Tezcan, 1984: 74).

Sosyal düzenin kurulmasında insanın ruhunda var olan içgüdüsel eğilimler ve mevcut sosyal yapıların insana olan etkisi birlikte çalışmaktadır. İnsandaki sosyal eğilimler sürekli olarak onları bir arada yaşamaya sevk ediyor. İnsani benlik il “biz duygusu” hep bir arada bulunan ve birbirini tamamlayan kavramlardır (Öztürk, 1990: 40).

### 2.3. Sosyalleşme Roller

Helmut Fend iki tür rol tanımlaması yapmıştır (Ergun, 1987: 35):

- Verilmiş Roller: Bunlar temel rollerdir ve genellikle biyolojik yapıyla ilgilidir (yaş, cinsiyet, ırk, aile, akrabalar içindeki sıra ve konum gibi). Bir ailede bir çocuğun doğmasının aile üyelerine annelik, babalık, ağabeylik, amcalık, dayılık, statü ve rollerini kazandırması gibi. Bunlar istek dışı gerçekleşmektedir.
- Kazanılmış (genel) Roller: Kişinin çalışmasına, öğrenimine, mesleğine göre ve hayatın akışı içinde kazanılan rollerdir. Bunlar dışında bağımsız roller de oluşmaktadır. Bu tür roller özel ilgi ve yeteneğiyle ilgilidir. Tümüyle kişinin özerk ve bağımsız davranmasını gerektirir.

Moreno, sosyometri ve özellikle psiko-drama çalışmalarını rol kavramına dayandırmıştır. Moreno’ya göre, roller ben’den çıkmaz, ben, rollerden çıkar. Diğer bir ifadeyle Moreno’ya göre rol, kişiler arası bir yaşantıdır, sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır; hatta sosyal yaşam, rollerden ibarettir. Sosyal etkileşme ve gelişme ortamında ortaya çıkmakta olan roller, sosyal etkileşimin gözlenebilir üniteleridir (Moreno, 1963).

Moreno başlangıçta üç tür rol tanımlamıştır (Moreno, 1963):

- Psiko-somatik Roller: yemek yiyen, uyuyan, yürüyen kişi rolleri,
- Sosyal Roller: Günlük hayatta bir anne ya da çocuk rolünü oynamak,
- Psiko-dramatik Roller: Psiko-drama sahnesinde herhangi bir anne ya da çocuk rolü oynamak.

Talcott Pasons, roller arasındaki farklılaşma ve ilişkilere “sosyal sistem” adını vermiştir. Ona göre sosyalleşme, bu sosyal sistemin mükemmel işlenmesini sağlayan, herkese rollerini öğreten bir süreçtir. Sosyalleşme, “kişinin ve sosyal sistemin iyi ilişkiler içinde yaşayabilmesi için sosyal rollerin, iyi öğrenilmesi, düzenlenmesi ve

yapılması demektir". Parsons'a göre sosyalleşme hayat boyu devam eden bir süreçtir (Kağıtçıbaşı, 2005:315).

Sosyalleştirme yerleri: Sosyalleştirme, "sosyalleştirme yerleri ya da mevkileri" denilen ortamlarda gerçekleşir. Bu ortamlar çocukları eğitir-öğretir, büyükleri yönlendirir. Başlıca sosyalleşme mevkileri: Aile, okullar, arkadaş grupları, meslek grupları, sosyal organizasyonlar, kitle iletişim araçları vb. Yüz yüze ilişkiler grup ortamları içerisinde gerçekleşen sosyalleşmeye "birincil sosyalleşme" denilmektedir. Okul hayatının başlamasıyla, birçok sosyal örgütlerce (kurumlar, siyasi partiler, sendikalar, dernekler, vakıf kuruluşlar gibi) gerçekleştirilen sosyalleşmeye de "ikincil sosyalleşme" denilmektedir (Kağıtçıbaşı, 2005:330).

#### **2.4. Sosyalleşme Çeşitleri**

Bazı değerlendirmelere göre başlıca sosyalleşme şekilleri şöyledir (Ergun, 1987: 37):

- Antizipatorik sosyalleşme: Bir grubun üyesi olmayan fakat o gruba girmek isteyen bireylerin, o gruptaki değerleri, inançları, tutumları davranış ve kuralları öğrenmesi ve benimsemesi demektir. Örneğin bir memur yükseldiği statünün inançlarını ve yaşayış stilini öğrenir, benimser ve taklit eder.
- Tarihi sosyalleşme: İnsanlık tarihinin herhangi bir döneminde yaşayan kişinin, yaşadığı zamanın hayat şartlarına göre karakteristik bir bilgi, vaziyet alış ve davranış yapısına sahip olması demektir.
- Siyasal sosyalleşme: Çocukların ve gençlerin, içinde büyüdükleri toplumun politik sistemini, ideolojisini ve hayat görüşünü benimsemesi demektir.
- Kısmi sosyalleşme: İçine girilecek bir sosyal grup ya da örgütün kişilerden beklediği rol davranışlarının ve grup kurallarının yalnızca bir kısmının öğrenilip benimsenmesi demektir.
- Sosyal sınıf ve tabakalara göre sosyalleşme: Her birey, kendi ana-babasının mensup olduğu ve kendisinin de içinde yetiştiği sosyal sınıf ve tabakanın normlarını, rol beklentilerini, değerlerini, inançlarını öğrenir ve benimser.

## 2.5. Sosyalleşmenin Yararları

Sosyalleşmenin faydaları birey açısından düşünüldüğünde, bireyin doğumundan ölümüne gelişiminin her aşamasına katkı sağlamaktadır. Sosyalleşmenin yararlarını Kağıtçıbaşı (2005:331) şu şekilde sıralar:

- Sosyalleşme, zihinsel yeteneklerin geliştirilmesini amaçlar. Böylece kişi bilişsel alandaki kavramları, teorileri çözümlerabilir.
- Sosyalleşme kişideki başarı motivasyonunu yükseltir, bireyde sonsuz bir şevk ve arzu çeşitliliği yaratır.
- Sosyalleşme, bireyde kendine güven duygusu geliştirir. Bu duygu gelişmez ise, çocuk diğer insanlardan kaçır, yalnız kalır ya da mevcut otoriteye kayıtsız kalır, boyun eğerek silik bir kimliğe bürünür.
- Sosyalleşme sayesinde birey hem kendi fikir ve ihtiyaçlarını kontrol eder, hem de toplumdaki mevcut değer ve kurallara uygun davranış şekillerini geliştirir.
- Sosyalleşme dil gelişimini hızlandırır. Dil sosyal bir ortam içinde öğrenilir. Dil aynı zamanda bir sosyalleşme aracıdır ve düşünmeyi sağlar.
- Sosyalleşme başkalarının ilgi ve ihtiyaçlarını kabul edip, saygı göstermeyi de (empatik davranmayı) çocuklarda bir kişilik eğilimi (tutum) olarak yerleştirmeye çalışır. Başkaları yetenek ve beceri yönünden yetersiz olsalar bile, onlara saygı duymayı öğretir.
- Sosyalleşme, sosyal çatışmaların oluşumunu azaltır, çatışmaların çözümünü kolaylaştırır, kişilere sosyal yasallıkları öğretir.

## 2.6. Sosyalleşmenin Fonksiyonları

Çevrenin etkileri ve bu etkilere bireyin tepki biçimleri diye nitelenebilecek olan sosyalleşmenin iki görevi veya fonksiyonu vardır: toplumların devamlılığını sağlama ve toplum içinde yaşayan bireylerin şahsiyetlerinin oluşturulması.

Toplumlar ve sosyal sistemler bireylerden daha uzun süre yaşarlar; bu nedenle toplumların ve sosyal sistemlerin sürdürücülerini yetiştirmek veya başka bir deyişle yeni yetişenlere toplumun ve sistemin yapısını öğretmek, sosyal yaşayış için gerekli özellikleri kazandırmak gerekir. Bu da yetişkin nesillerin yeni yetişenleri etkilemesi, toplumsal davranış şekillerini öğretmesi, sosyal sistemin devamını sağlayacak yönlendirme ve mesleki becerilerin kazandırılması ile olur. Bir toplumda var olan

sosyal ilişkiler, aynı şekilde yeni yetişenler arasında da kurulmaya ve yaşatılmaya çalışılmalıdır.

Sosyalleşme, toplumların ve toplumsal sistemlerin nesiller üstü yaşamalarını sağladığı gibi, toplumların kendi kendilerini yenilemelerini de sağlar. Bir yandan toplumsal değişimin toplumu sarsmayacak esasları sosyalleşme içinde atılırken, bireylerin öğrenme ihtiyacı ve yeteneklerinin doyurulması ve geliştirilmesi de bu sistem içinde olmaktadır.

Sosyalleşme bir yandan sosyal sistemlerin devamlılığını sağlarken, bireyin bir şahsiyet sahibi olmasına ve ferdiyetinin hayat boyunca az-çok sürekli olmasına da yardımcı olur. Toplumun, alt kültürlerin ve grupların ve hatta bireylerin korunması, sürdürülmesi ve değiştirilmesinin sırrı sosyalleşme içinde bulunmaktadır. Sosyalleşme, bireyin davranış sistemlerinin oluşturulmasında ve değiştirilmesinde son derece etkilidir; çünkü davranışları etkileme kaynakları genellikle sosyalleştiricidirler. Sosyalleşmede genellikle rol beklentileri, değerler ve sosyal kurallar öğrenilir, sosyal hayata yatkınlık kazanılır. Kültürlerin ve toplumların devamı için sosyalleşme son derecede önemlidir.

### **2.6.1. Sosyalleştirme Sistemleri**

Sosyalleşme, bireylerin sosyal ve kültürel bir sembol sistemlerinin bulunduğu her yerde vardır. Ancak sosyalleşmenin olabilmesi için somut sosyal ilişkilerin bulunması gerekir, yoksa soyut sosyal sistemlere yönelik bir sosyalleşme olmaz. Sosyal sistem de ancak düzenli sosyal bütünleşme ve kaynaşma ile olabilir. Mükemmel örgütlenmiş sosyal sistemlerde amaçlar ve organizasyonlar bireyler üstü bir duruma gelmiştir; üretimde, okullarda, hukuk örgütünde vs. sosyal sistem bireyler üstü bir şekilde kurulmuştur ve çalışmaktadır. Sosyalleşme, sosyal sistem içinde karşılıklı iletişim ve etkileşim ("interaksiyon") ile haberleşme oluşumları içinde meydana gelmektedir; burada ortak semboller ve karşılıklı etkileşim çok önemli bir rol oynamaktadır (Silah, 2005:324).

Sosyalleşme, bireyler ile sosyal sistemler arasındaki uyuşmazlıkları azaltır. Bu, hem toplumların dinamikliğini gösterir hem de pek çok fikrin aşırı taraflarının törpülenerek bir ortak noktada, toplum bütünlüğü içinde görünmesini ve kaynaşmasını sağlar. Bir toplumun içindeki sistem, kültürel değerler ve sosyal roller, aslında yeni yetişen gençlere bazı çözüm ve davranış örnekleri sunmaktadır. Çocuklar ve gençler de

bunları öğrenmekte ve benimsemektedirler. Sosyalleşme, toplum içindeki haklarla sorumluluklar, bireylerin ihtiyaçları ile sosyal gereklilikler arasında bir uyumu ve bunların birbirini tamamlamasını gerektirir. Sosyalleşmenin amacı, toplumsal kurumların ve yetişkinlerin rol beklentileri ile bireylerin rol davranışları arasında bir uyum meydana getirmek, norm çatışmalarının ortadan kalktığı bir durum yaratmaktır(Silah, 2005:324).

### **2.6.2. Sosyal Katılım**

Bir insanı şekillendiren iki kalıtım faktörü vardır; biyolojik kalıtım ve sosyal kalıtım. Biyolojik kalıtım, insanın beden olarak insan olma özelliklerini, diğer insanlara benzer ve farklı yönlerini, kendi ailesine ve sülâlesine benzemesini, biyolojik özelliklerini gösterir. Sosyal kalıtım ise, çocuğun ve gencin içinde yetiştiği ailenin, yakın çevrenin ve toplumun özelliklerini; diğer toplumlarda yetişen insanlardan farklı ve onlara benzer yönlerini, atalardan alınan bazı geleneklerin öğretilip benimsetilerek gelecek kuşaklarda da yaşatılmasını ifade eder. İnsan, biyolojik kalıtımını anne-babasından doğuşu sırasında getirir; sosyal kalıtımını ise ikinci doğum veya sosyal-kültürel doğum denilen sosyalleşme vasıtasıyla getirir. İnsan büyük oranda biyolojik kalıtımını da, sosyal kalıtımını da kendisi belirleme noktasında değildir. İnsanın anne babası, içinde yaşayıp yetiştiği toplum, onun iradesi dışında rol oynamaktadır. Ama toplumların biyolojik kalıtımı ve sosyal kalıtımı düzenleme noktasında ellerinde oldukça geniş imkânlar vardır. Yaşadığımız çağda sosyal kalıtım giderek daha çok faktörlü olmaktadır (www.bydigi.net ).

## **2.7. Sosyalleşme Süreci ve Yaş Kategorileri**

### **2.7.1. Sosyalleşme Süreci ve Çocuk**

Çocuk açısından sosyalleşme, bir “öğrenme” ve “öğretme” sürecidir. Sosyalleşme süreci içerisinde çocuk aile, okul, toplumsal çevre ve kitle iletişim araçları aracılığı ile toplumun kendisinden beklediği rol ve beklentileri öğrenir. Aynı zamanda öğrendikleri sayesinde ailesini ve toplumsal çevresini sosyalleştirir. Sosyologlar sosyalleşmenin genellikle iki aşamada gerçekleştiğinden söz etmektedir. Birincil sosyalleşme, bebeklik ve çocukluğun ilk döneminde gerçekleşir ve bu sosyalleşme süreci birincil grup olarak adlandırabileceğimiz ailede başlar. İkincil sosyalleşme ise, çocukluktan sonraki dönem ile olgunluk döneminde gerçekleşir. Bu aşamada,

sosyalleşmenin ilk aracı olan aileden sorumluluğun bir kısmını alır ve bunu okullara, toplumsal gruplara ve iletişim araçlarına devreder (Tuna, 2008: 36).

### **2.7.2. Sosyalleşme Süreci ve Gençlik**

Genç, sosyalleşmesini henüz tamamlamamış bir bireydir. Yani genç, çocuk değildir ama henüz olgun ya da yetişkin bir birey de değildir. Bu bakımdan genç, çocukluk ve olgunluk arasında geçiş aşamasında olan kişi olarak kabul edilir. Her ne kadar sosyalleşme ömür boyu süren bir süreç ise de, bireyin yukarıda belirtilen yaş grupları arasında sosyalleşmesi ile kastedilen; bireyin çocukluktan gençliğe geçiş aşamasında sosyalleşme araçlarıyla birlikte devamlı olarak bedensel ve zihinsel bir olgunluğa erişmeye çalışmasıdır (Özyurt ve Doğan, 2002:36).

Bireyin çocukluktan gençliğe geçiş sürecinde bir takım değişimler meydana gelmektedir. Çocukluktan gençliğe geçişte bedensel gelişmenin yanında zihinsel olarak duygu, düşünce, davranış ve tutum biçimlerinde de bir değişim görülmektedir. Sosyalleşme süreci içerisinde olan gençler her ne kadar geleneksel değerlere bağlı olsalar da modernleşmenin etkisiyle sahip oldukları bir takım kültürel öğelerde değişiklikler gözlenmektedir. Örneğin genç, sosyalleşmenin bir aracı olan kitle iletişim araçları aracılığı ile yurt dışında olup bitenleri, günlük hayatını ilgilendiren trendleri ve modayı rahatlıkla takip edebilmektedir. Gençler bu lüks tüketim ürünlerini kullanmak suretiyle kendilerini daha iyi hissettiklerini ve daha iyi ifade ettiklerini düşünmektedirler. Böylelikle gençler, Batı'nın yaşama tarzına özenerek içinde yaşadıkları toplumun kültürüne yabancılaşmaktadır. Bu yabancılaşma gençlerin tüketim kaynaklarına daha kolay ulaşmalarından ve daha kolay elde etmelerinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca bu durum gençleri olumsuz yönde etkilemekte ve maddi bakımdan doyumsuzluğa sevk etmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında lüks tüketimin ve kitle iletişim araçlarının da etkisini unutmamak gerekir. Çünkü lüks tüketim malları ve kitle iletişim araçları gençleri kötü alışkanlıklara sevk etmekte ve onları bu ürünleri tüketmeye özendirilmektedir. Dolayısıyla günümüzün popüler kültür ürünlerinin, gençlerin sosyalleşmesinde olumsuz etkilere yol açtığı söylenebilir. Ancak bu sorunların ortaya çıkmasında lüks tüketim mallarının ve kitle iletişim araçlarının yanı sıra aile, okul ve toplumsal çevrenin özellikle de arkadaş çevresinin etkisi unutulmamalıdır (Tuna, 2008: 37).

Sonuç olarak genç, çocukluktan olgunluğa geçiş süreci içerisinde, zihinsel ve bedensel gelişmesinin yanı sıra, içinde yaşadığı toplumun sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel özelliklerinden etkilenerek olgunluk dönemine erişmeye çalışırken sosyalleşme sürecine devam etmektedir (Gökçe, 1996:146).

### **2.7.3. Sosyalleşme Süreci ve Yetişkinlik**

Fert açısından sosyalleşme çocukluk çağlarında çok hızlı bir öğrenme, sosyalleşme ileri yaşlarda ise şahsiyet belirginleştikçe, hızını kaybeden bir süreç olarak bütün hayatı boyunca devam etmektedir. Ferdin dünyaya gelmesiyle birlikte ileride öğrenmeyi mümkün kılacak ve sosyalleşecek olan biyolojik yapı gelişmeye başlamakta ve bu dönemdeki gelişim çok büyük önem taşımaktadır (www.sanaldanumara.net).

Yetişkinlerin sosyalleşmesi çocuklarıkinden daha farklıdır. Yetişkinler, genellikle fiziksel ve zihinsel bakımdan olgunlaşmış olduğu düşünülerek büyümüş kişi kabul edilirler. Yetişkinlerin sosyalleşmesi, çocuklarıkinden farklılık göstermekle birlikte, çocukların sosyalleşmesini etkileyen faktörlerden yetişkinlerin de etkilendiği söylenebilir. Sosyalleşme sürecini etkileyen ve çok önemli bir kurum olan ailede anne ve babalar da yaşadıkları süre içerisinde sosyalleşmelerini sürdürmektedirler. Anne ve babalar, edindikleri tecrübe ile bu rollerini öğrenmekte ve daha sonra bu öğrendiklerini kendi çocuklarına da aktarmaktadırlar. Buna göre sosyalleşmenin sürekli bir öğrenme ve aktarma süreci olduğu söylenilebilir (Tuna, 2008: 40). Bununla birlikte toplumların hızla değişmesiyle yetişkinlerin de kendilerini sürekli yenilemesi gerekir.

Bu durumda çocuklar, yeni ilişkileri ve yeni gelişmeleri anne ve babalarına öğretmek zorunda kalabilirler. Örneğin yetişkinler, cep telefonunu kullanmayı, bilgisayarda oyun oynamayı, teknolojinin gelişmesiyle kullanılan yeni kelime ve kavramları çocuklarından öğrenmek durumunda kalabilirler (Tezcan, 1984: 48). Özellikle son yıllarda çocuklar ve ergenlik çağındakiler, bir taraftan kendileri popüler kültür ürünlerinin önemli tüketicileri olurken diğer taraftan da yetişkinlere çok sayıda yeni tüketim aracını tanıtmada merkezi bir rol oynamaktadırlar.

## **2.8. Sosyalleşme Sürecini Etkileyen Faktörler**

### **2.8.1. Aile**

Aile, anne, baba ve çocuklardan oluşan toplumsal bir kurumdur. Diğer bir deyişle aile, yapı ve işlevleri zamanla değişmekle birlikte, insan neslinin devamını

sağlayan, sosyalleşme sürecinin ilk ortaya çıktığı, üyelerinin duygusal olarak doyuma ulaştıkları, toplumun maddi ve manevi zenginliklerinin kuşaktan kuşağa aktarıldığı, biyolojik, psikolojik, ekonomik ve hukuksal işlevleri bulunan toplumsal kurumlardan biridir (Sayın, 1990:2).

Sosyalleşmenin içinde cereyan ettiği en önemli kurumlardan biri ailedir. Aile, çocuğun sosyal hayat içinde yükselmesi için güçlü bir motivasyon sağlar (www.bydigi.net). Sosyalleşme, ilk psiko-sosyal çevre olan ailede baslar, ailede ve çevrede gerçekleştirilir. Ailedeki sosyalleşmenin en önemli belirleyicileri anne-baba davranışları olup, ruhsal özelliklerin büyük çoğunluğu aile içinde kazanılır. Kişiliğin gelişmesinde, kişilik yönelimlerinin ve savunma mekanizmalarının oluşmasında sosyalleşmenin genel çerçevesini ve ortamını aile çizer, ikincil gruplar ise, bu genel çerçevenin içeriğini ayrıntılarla doldurur (seyfettinerbeyi.blogcu.com).

Ailelerin sosyal, ekonomik ve kültürel durumları, çocuğun sosyalleşmesini belirlemektedir. Özellikle kültürel bakımdan zengin bir aile ile sadece günlük olay ve ihtiyaçları ifade edecek kadar bir kelime hazinesiyle konuşan bir ailede yaşayan çocuğun sosyalleşme süreci aynı olmamaktadır. Bu bakımdan aile, çocuğun sosyalleşmesinde son derece önemli bir kurumdur.

Çocuğun sosyalleşme sürecinde aile tipi de oldukça önemlidir. Çünkü anne, baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aile ile anne ve babası boşanmış ya da anne veya babası vefat etmiş parçalanmış bir ailede yetişen çocukların sosyalleşmesi aynı değildir. Her anne ve babanın amacı, mutlu, başarılı ve sağlıklı çocuklar yetiştirmektir. Çekirdek aile tipinde çocuk, anne ve babası yanında sosyalleşirken, parçalanmış aile tipinde çocuk annesi veya babasıyla ya da akrabalarının yanında sosyalleşmektedir (Kurktan, 1982:26-27).

Sonuç olarak sosyalleşme sürecinde önemli bir yere sahip olan ailenin, toplumun kültürünü ve sosyal mirasını yeni nesillere aktarma görevini yerine getirirken, çocuklarını popüler kültürün ve ürünlerinin olumsuz etkilerinden koruması gerekir. Çünkü toplumun diğer üyeleri gibi çocukların da özellikle medyanın özendirilmesiyle popüler kültür ve ürünlerinin giderek daha fazla etkisi altında kaldığı bilinmektedir.

### **2.8.2. Okul**

Okul, bütün toplumlarda ailenin yanında sosyalleşmeyi sağlayan unsurlar arasında, çocuğun psiko-sosyal gelişimindeki beklentilerine cevap veren bir eğitim

kurumudur. Aynı zamanda resmi bir öğrenme kurumu olan okulun amacı, çocukların bilgi ve kültürlerini arttırmak, onları sosyal sistemin sürekliliğini sağlayan bireyler olarak yetişmelerini sağlamaktır(Tuna, 208:43).

Okulun fonksiyonlarında zamanla büyük değişiklikler meydana gelmekle birlikte çocuğun hayata hazırlanmasında ve sosyalleşmesindeki rolü önemini korumaktadır. Eskiden okul sadece öğretmenler aracılığıyla bilgi veren bir eğitim kurumu iken, günümüzde özellikle kitle iletişim araçlarının da etkisiyle okulun ve öğretmenin rolü azalmış gibi gözükmele birlikte, modern teknoloji okul ve öğretmenin rolünü ve önemini daha da arttırmıştır (Kurktan,1982:28-29).

Okul, öğrencilere sadece müfredat programındaki bilgileri aktarmak, oradaki amaçlar doğrultusunda bazı beceri, alışkanlık ve davranış kalıpları kazandırmakla sosyalleştirme görevini yapamaz. Elbette çocuklar farklı bilim alanlarındaki bazı pratik ve teorik bilgileri öğrenmek, becerileri kazanmak için okula gelirler. Ama bu bilgi ve becerileri öğrenirken, aileden ve diğer sosyal kurumlardan çok farklı bir yapıya sahip olan okul toplumu içinde yaşamayı da öğrenirler. Okuldaki sosyalleşmeyi, okul sistemini ve öğrencilerin okul dışı hayatını etkileyen toplumsal şartlar, okul sistemindeki okul-içi ve okul-dışı hayatını etkileyen toplumsal şartlar, okul-içi ve okul-dışı (okullar arası) geçişler, ders programları, öğretmen-öğrenci iletişim ve etkileşimi belirler (www.eğitim.aku.edu.tr ).

Okulun yapısı çocuğun sosyalleşmesinde farklılıklar göstermektedir. İlkokuldaki öğrenci, tek bir sınıfta erkek ya da kadın tek bir öğretmenin denetimine girmekte; ortaokuldaki öğrenci ise, birden çok sınıfta çok sayıda farklı cinsten öğretmenle karşılaşabilmektedir. Okuldaki öğretmen, çocuğun sosyalleşmesini sağlayan bir araçtır. Çocuğun anne ve babasından sonra kendisine örnek aldığı kişi öğretmendir. Öğretmen, tıpkı anne ve babası gibi çocuğun psikolojik ve toplumsal görünümüyle ilgilenen ve çocuğun sosyalleşme sürecine katkıda bulunan kişidir. Yani okuldaki sosyalleşmeyi, öğretmen-öğrenci ilişkileri, öğrencinin okul yönetimi ile olan ilişkileri ve öğrencilerin kendi arasındaki ilişkiler belirlemektedir (Ergun, 1987:61).

Kısaca okul, aileden sonra çocuğun gelişimine yardımcı olan ve onun eğitim-öğretim sürecine girmesini sağlayan toplumsal bir kurumdur. Denilebilir ki okulun başta gelen sosyalleştirme işlevi, çocuğu eğitmek geleceğe hazırlamaktır. Bu da sosyal bir miras olan kültürün, temel bilgi ve becerilerinin çocuklara aktarılması demektir.

### 2.8.3. Toplumsal Gruplar

Toplumsal grupları, sosyal sistemin küçültülmüş bir örneği olarak ele almak ve sosyal sistemin bir alt sistemi olarak değerlendirmek mümkündür. Buna göre, genellikle toplumsal grup kavramıyla, yoğunluğu, büyüklüğü ve sayısı çok değişik olabilen, üyeleri arasında karşılıklı ilişki ve etkileşim bulunan insan toplulukları kastedilmektedir (Kaya, 2002:18-19).

Toplumsal grup, aralarında karşılıklı iletişim ve etkileşim bulunan, ortak duygu ve değerleri paylaşan, birbirlerinin varlığından haberdar olan ve kendilerini aynı gruba mensubiyet duygusuyla bağlı hissedilen insan topluluğu anlamına gelir. Çocukların ve gençlerin sosyalleşmesinde ailenin ve okulun dışında toplumsal grupların önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Özellikle çocukların sosyalleşmesinde oyun ve akran gruplarının etkisi oldukça büyüktür. Çünkü belirli bir yaştan itibaren çocuklar, kendi dünyalarına ait bir takım problemleri konuşmak ve paylaşmak için ailesinden çok akran gruplarına ihtiyaç duyarlar (Erkal, 2006:18).

### 2.8.4. Kitle İletişim Araçları

Latincesi “common” ve “communicate” kelimelerinden türeyen; “communication” terimi, günümüzde “bilgi ve düşüncelerin yazılı ya da sözlü olarak aktarılması, yayılması” anlamında kullanılmaktadır. “Komünikasyon” kelimesi, Türkçemizde en yaygın olarak kullanılan “haberleşme” ve “iletişim” sözcüklerine karşılık gelmektedir.

İletişimi en az iki kişi arasındaki bir eylem olarak tanımlanmanın yanı sıra belirli bir kaynakta kodlanan mesajların belli yer ve zamanda, kitle iletişim araçları aracılığı ile bir amaç doğrultusunda olarak kitlelere ulaşması eylemidir (Bal, 2000:8-11). Kitle iletişimi ise, bilinmeyen sayıdaki izleyiciye ulaşmaktır. Ayrıca kitle iletişimi, halk için üretilen ve onun hızlı bir şekilde tükettiği, halka ait kamusal, hızlı ve geçici bir iletişimdir.

Kitle iletişim araçları haber verme, bilgilendirme, eğitme, eğlendirme gibi çok değişik işlevler üstlenen (radyo, televizyon, gazete, dergi, vb.) araçların geneline verilen isimdir. Sosyalleşmenin önemli bir aracı olan kitle iletişim araçları, insanları yönlendirme gibi toplumsal bir güce sahiptir. Günümüzde medya, geniş kitlelerin davranışlarını etkileyen toplumsal araçlar haline gelmiştir. Kitle iletişim araçları, artık

sadece eğitim aracı değil aynı zamanda bir propaganda aracı olarak da kullanılmaktadır (Tezcan, 1984:36).

Günümüzde toplumlar giderek açık toplum olmaktadır. Açık toplum ve kitle iletişim araçlarının sunduğu seçim imkânlarının fazlalığı, insanın sosyalleşmesinde içinde yaşanan toplumun etkisini azaltacak mıdır? Bugüne kadar ortaya çıkan durum, insanın birçok seçim imkânından, rehbersiz olarak seçim yapmasının veya yapamamasının onu zor durumlara düşürdüğü ve bazen bunalıma sürüklediğini göstermektedir. Ancak kitle iletişim araçlarının dünya ölçüsünde yaygınlaşması, uluslararası program alıverişlerin artması ile toplumlar arasındaki ortak özelliklerin giderek arttığı, toplumsal çeşitliliğin azalmasına rağmen toplumsal gücün fazlaştığı da ortadadır. Buna göre de insan toplumlarının uygarlık düzeyi yükseldikçe, teknik imkânlar fazlaşıp yayıldıkça sosyalleşmenin de arttığı söylenebilir (www.sosyalim.net).

### **2.8.5. Kültür**

Bir millete mensup olan her fert, o milletin dilini, dinini, zevkini, inançlarını, örf ve adetlerini beraberinde taşımaktadır. Kültür, fertleri aşan, onlara şahsiyet kazandıran, şekil ve yön veren bir varlık olarak tanımlanabilir (Kaplan, 1999: 24). Kültür, insanın tarih boyunca tabiatı ve kendisini idare usulünü öğrenmek suretiyle, bizzat meydana getirdiği eserdir.

“Kültür sözlükte, bir toplumun manevi özelliğini duyuş ve düşünüş birliğini meydana getiren, gelenek halindeki her türlü yaşayış, düşünce ve sanat varlığının tümü olarak tanımlanmaktadır. Kültürün, gündelik hayatın her alanı ve anında olması, özellikle sosyal bilimlerde hemen herkesin kendi alanları ile ilgili kültür tanımlamaları ortaya çıkarmaya çalıştığı görülmektedir” (Tomlinson, 2004:59).

Kültür yaratılmaz fakat geliştirilir. Eskilik ve tarihliliğine bakarak kültürün donmuş, taşlaşmış kaideler birliği olduğu sanılmamalıdır. Gelişme ve yenilenme kültürdeki devamlılığı sağlayan önemli bir faktördür. Bu faktörden geri kalan kültürler yok olmaya mahkûmdur (Turhan, 2001: 85).

### **2.8.6. Sivil Toplum Kuruluşları**

Türkiye’deki 1990’lı yıllardan itibaren yoğun olarak ortaya çıkan sivil toplum kavramı daha çok siyasi anlamlar içermesine rağmen son yıllarda siyasi alanın dışında

da yoğun olarak kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Sivil toplum kuruluşlarının öznesi de nesnesi de insanlarla ilgilidir. Sivil toplum kavramı, bilgi, beklenti ve isteklerin katıldığı bilinçli değerlendirme sonucu, resmi karar verme mekanizmalarını etkileme, karar vermeye yöneltme gibi görevleri yerine getirmektedir. Bireylerin sosyal hayattan beklenti ve istekleri gün geçtikçe artmaktadır. Özellikle hızlı kentleşme sonucu bireylerin sosyal ihtiyaçlarında da farklılıklar ortaya çıkarmaktadır (Tanpınar, 2001: 38-42).

Sorunlara karşı duyarlı, girişimci, çok sayıda ve özgün düşünceleri olan bireylerin sivil toplum kuruluşları sayesinde fikirlerini değerlendirme imkânı bulması sosyal hayatın çeşitliliği ve değişimi için önemli bir unsurdur. Sivil toplum kuruluşlarının daha çok gönüllülük ilkesinin olması, bireylerin istek ve düşünceleri açısından önemlidir (Şahan, 2007: 87).

## **2.9. Yeni İletişim Teknolojileri ve Sosyalleşme**

Bilginin ve iletişimin son derece değerli olduğu çağımızda, teknoloji, enformasyon iletişimini daha süratli ve daha kesin yapabilmek için sürekli bir gelişim içerisindedir. İçinde bulunduğumuz bilgi çağının en önemli gereksinimlerinden biri şüphesiz internettir. Tarihe bakıldığında kamusal alanın belli bir süreç içinde farklı alanlardaki gelişimini devre devre görmek mümkün olmaktadır. 18. yüzyıla bakıldığında insanların bir araya geldiği kahvehanelerin insanların düşüncelerini paylaştıkları ve tartıştıkları bir ortam olduğu bilinmektedir. Sosyalleşme, insan topluluklarının bir öğrenme süreci olarak karşımıza çıkmakla beraber, bu sürecin gerçekleştiği sosyalleşme mekânları da tarih içerisinde çeşitlilik göstermektedir. Bir başka deyişle sosyalleşme mekânları da zaman içerisinde dönüşümlere uğrayarak nihayet günümüzde teknolojinin de etkisiyle, artık gerçek anlamda mekân içerisinde bir araya gelme gereksinimi duyulmayan bir hal almıştır (Öğüt ve Dilmen, 2011:1).

### **2.9.1. Sosyal Paylaşım Ağları**

Günlük yaşamımızda gerçekleşen birçok iletişim biçimi internet aracılığı ile farklı bir boyuta taşınmıştır. Yeni birlikte olma alanları olarak sosyal iletişim ağlarında, beden ve mekândan bağımsız olarak genellikle kelimeler aracılığı ile gerçekleşen iletişim yaşanmaktadır.

Bedensel, mekânsal ve zamansal sınırlarından bağımsız olarak elektronik bir alan üzerine sanal kimlikler yeniden inşa edilmektedir. Sosyal iletişim ağları, kullanıcılara kendilerini yeniden tanımladıkları ve çeşitli sosyal ilişkilere katıldıkları bir kimlik alanı olarak yapılanmaktadır.

Barnes 1954’de ilk kez “sosyal ağ” terimini “Sosyal ağ, bireyler arasındaki rastlantısal tanışmalardan ailevi bağlara kadar uzanan ilişkilerin bir haritasıdır” şeklinde tanımlamıştır. 1964 yılında Simmel ise “Grup İlişkilerinin Ağı (The Web Of Group Affiliations)” adlı eserinde sosyal ağ kavramını “Grup içinde yaygınlaşan bireyler düzgün ilişkiler üzerine oturan bir sistem oluştururlar, buna göre yeni grupta birey kendisini daha açık olarak anlatabilir” şeklinde açıklamıştır (Onat ve Alikılıç, 2008:1111-1143).

Sosyal ağlar, bireyleri internet üzerinde toplum yaşamı içinde kendilerini tanımlayarak, aynı kültürel seviyesinde rahatlıkla anlaşabilecekleri insanlara internet iletişim metotları ile iletişime geçmek için ve aynı zamanda normal sosyal yaşamda yapılan çeşitli jestleri simgeleyen sembolik hareketleri göstererek insanların yarattığı sanal ortamdaki sosyal iletişim kurmaya yarayan ağlara "sosyal ağlar" denilmektedir. Günümüzde sosyal ağlar giderek yayılmakta ve kullanımı bireyler, toplumlar için gerekli hale gelmektedir. Medyaya ve çeşitli iletişim kaynaklarına bakıldığında sosyal ağları kullanarak bazı isyanların, iç savaşların, devrimlerin vb şeylerin artık sosyal ağlar üzerinden ilk adımlarının gerçekleştirildiği görülmektedir (tr.wikipedia.org/)

### **2.9.1.1. Facebook**

Facebook, Zuckenber ve yakın arkadaşı tarafından Şubat 2004 yılında kurulmuştur. Harvard üniversitesi öğrencilerinin resimlerinin ve kısa bilgilerinin bulunduğu bir rehberi olmamasından kaynaklanan bir ihtiyaçla yaratılan Facebook’a daha ilk çevrimiçi olduğu anda 450 üye kayıt olmuş 22.000 resim yüklenmiştir. 2005 yılında önce “The Facebook” ismiyle Harvard College öğrencilerine açılmış ve 2005 Ağustos ayında isim hakkı alınarak “Facebook.com” olarak adı değiştirilmiştir. 2005 yılı sonuna gelindiğinde ise, İngiltere ve Kanada’daki üniversiteleri üyeliğe kabul etmeye başlamıştır. 2005 yılı sonunda Amerika, İngiltere, Kanada, Meksika, Avustralya, Yeni Zelanda ve İrlanda’da 25.000 üniversite sistemine katılmıştır. 2006 yılında, siteye üye olanların Arkadaşlarını siteye davet etme sistemini açılmış ve böylece 13 yaş üzeri ve geçerli bir e-posta adresi olan herkesin üye olması sağlanmıştır.

2007 süresince Facebook sisteme eklenen yeni uygulamalarla kullanıcıları birbirlerine hediye göndermeye teşvik ederek birbirleriyle etkileşime girmelerini sağlamıştır. 2007 yılı içinde 50 milyonu geçen aktif kullanıcı sayısı ve Amerika'nın en çok ziyaret alan altıncı web sitesi olması dikkat çekmiştir. 2008 yılında yönetim merkezini Duplin'de kurmuş, ABC haber merkezi ile sponsorluk anlaşması yapmış, Almanca, Fransızca, İspanyolca dil seçeneklerini eklemiş ve 100 milyondan fazla kullanıcıya ulaşmıştır. 2010 yılına gelindiğinde ise, Facebook artık 400 milyondan fazla kullanıcısı olan, kullanıcıların yarısının her gün sisteme girdiği, her gün 35 milyondan fazla kullanıcının durumunu güncellediği, her ay 3 milyardan fazla resimin yüklendiği, 6 milyardan fazla içeriğin paylaşıldığı, 3,5 milyon organizasyonun yapıldığı, 5,3 milyon hayran kulübünün oluşturulduğu ve 1,5 milyondan fazla yerel işletmenin aktif sayfasının olduğu dünyanın bir numaralı sosyal paylaşım platformu ve dünyanın en hızlı büyüyen internet sitesi haline gelmiştir (Durmuş vd., 2010:53-54).

Facebook diğer sosyal paylaşım ağları içerisinde dünya geneline bu denli yayılabilmeyi başarmış tek sosyal paylaşım ağıdır. MySpace, Habbo, Friendster, Windows Live Spaces ve Orkut gibi sosyal paylaşım siteleri genellikle belirli ülkeler veya ülke topluluklarında popülerlik kazanırken Facebook neredeyse dünyanın tamamında çok sayıda üye sayısına ulaşarak yaygınlaşmıştır. Facebook'un bu denli yaygınlaşması, sosyal paylaşım ağı olgusunun popülerleşmesine bağlı bir süreç olarak değerlendirilebilir. Ancak, diğer sosyal paylaşım ağlarına nazaran Facebook'un daha çok ilgi toplaması hiç şüphesiz Facebook'un kullanıcılarına sunduğu interaktif kullanım özelliği ve çeşitliliği ile de yakından ilgilidir (Göker vd., 2010:5).

### **2.9.1.2. Twitter**

Twitter; 140 karakterden oluşan tweet adı verilen internet kısa mesajlarının gönderildiği ve başkalarının mesajlarının okunabildiği bir mikro-blog servsidir. Twitter; her geçen gün karmaşıklaşan internet dünyasına basit bir takip mekanizması sağlamaktadır (twitter.nedir.com).

Twitter Nedir? 2008'deki ABD seçimlerinde özellikle Barack Obama tarafından sıklıkla kullanılan Twitter dan Türkiye'deki son yerel seçimlerde de yararlanılmıştır. Ayrıca Twitter, sosyal medya'nın en popüler araçlarından biri olarak gösterilmektedir. Facebook gibi sosyal bir ortamdır.

2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilmesinden bu yana, Twitter dünya çapındaki popülaritesini gün geçtikçe arttırmış ve içerdiği uygulamaların programlama arayüzünün kısa mesaj gönderim ve alımı konusundaki olanaklarıyla internet dünyasının SMS(Kısa Mesaj)'i olarak anılmaya başlamıştır. Twitter'ın yaygınlaşmasıyla birlikte Tweet'lemek kavramı da teknoloji jargonundaki yerini aldı. Twitter, son bir yılda yüzde 1000'in üzerinde büyüdü. Kişiler, haber kanalları, büyük kurumsal şirketler, kampanya düzenleyenler, politikacılar; yani aklınıza gelebilecek hemen her kişi ve kurum açtığı Twitter hesabıyla kendisi hakkındaki gelişmeleri paylaşıyor. Pegasus ve Türk Hava Yolları'nın Twitter üzerindeki rekabeti yoğun bir şekilde devam ediyor. Galatasaray'ın Twitter kullanan ilk spor kulübü. Twitter'a bir platform olarak bakarsak hemen göze çarpan özellikleri mobil erişim sağlaması, birçok kişiye bir anda erişimin hızı, geniş kullanıcı kitlesi, kullanım kolaylığı ve düşük ya da sıfır kullanım maliyeti. Bu özellikler duyurular, anında haber takibi gibi kullanımlar için de önemli özelliklerdir (www.teknolojide.com)

### **2.9.1.3. MySpace**

MySpace sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceği bir sosyal iletişim web sayfasıdır. Önceki karargâhı Beverly Hills'te iken 16 Mart 2007'de sahibi News Corporation'un bulunduğu New York'a taşınmıştır. MySpace özellikle henüz ünlü olmamış grup ve şarkıcıların yararına bu genç sanatçı adaylarına herhangi bir ücret vermeden şarkılarını siteye yükleyip büyük kitlelere sunma imkânı verir. MySpace yüklenen müzik eserlerinin telif hakkını yükleyen kişilerden alamaz, yani MySpace bir nevi bedava reklam sitesidir. MySpace'e fotoğraf ve kişisel bilgi eklenebilir. Bu eklenen bilgi "privacy" ayarları tarafından korunulmaktadır, dolayısıyla kullanıcılar profillerinin içeriklerini istediği kişilerle paylaşabilir (tr.wikipedia.org).

### **2.9.1.4. Orkut**

Orkut; 2004 yılında Orkut Büyükkökten tarafından Google bünyesinde kurulmuş, sosyal bir arkadaşlık sitesidir. Brezilya'da 12 milyon internet kullanıcısı bulunmaktayken, Orkut'un 15 milyon civarında üyesinin yaklaşık 11 milyonu

Brezilya'da yaşamaktadır. Arkadaşlık sitesinin diğer en çok kullanıcı kitlesi Hintlilerdir (tr.wikipedia.org).

#### **2.9.1.5. Netlog**

Netlog günümüzde popüler olan, sosyal ağ sistemlerinden biridir. Netlog üyelerin iletişim kurabileceği ve sosyal çevrelerini genişletebilecekleri online bir platformdur. Özellikle genç Avrupa nüfusunu hedef alan sosyal bir portaldır. Gent, Belçika adresinde bulunan Netlog NV tarafından geliştirilmiştir. Netlog şu anda 37 dilde hizmet vermektedir ve Avrupa'da 72 milyon üyesi vardır ve bu rakam her gün artmaktadır.

Netlog'da üyeler bloglar, resimler, videolar, etkinlikler ve çok daha fazlasıyla oluşturdukları kendi sayfalarını Arkadaşlarıyla paylaşabiliyorlar. Bu sayede Avrupa'da gençlerin sosyal çevreleriyle iletişim kurmalarını sağlayan eşsiz bir araçtır. Netlog NV üyelerin profillerine ve yerleşimlere göre özelleştirilmiş eşsiz bir teknoloji geliştirildi (www.teknikportal.com).

#### **2.9.1.6. Flickr**

Flickr dünyanın en büyük portallarından Yahoo'nun fotoğraf paylaşım programıdır. Mevcut Yahoo hesabınızla bu siteden faydalanabilir. Sisteme girer girmez sınırsız sayıda fotoğraf eklenebilir. Herhangi bir kısıtlama yoktur. Yüklenen fotoğrafla kategorize edilebilmektedir (www.yorumla.net).

Flickr, bir fotoğraf paylaşım sitesi olarak web servisi ve paylaşımında bu kadar popüler olması ve yaygın kullanılmasının nedenlerinden biri, blogger'ların fotoğraf deposu olarak kullanmasından kaynaklanır. Yenilikçi, çevrimiçi topluluk araçları fotoğrafları etiketlemeye ve kategorize etmeye yardımcı olur, bu da popüler sitesindeki ciddi artışın nedenlerinden biridir. Eylül 2010 verilerine göre 5 milyardan fazla fotoğrafı barındırmaktadır. Flickr, Nisan 2008'de video paylaşımına da izin vermeye başlamıştır. **Flickr**, Şubat 2004'te Ludicorp tarafından geliştirilmiş ve Mart 2005'te Yahoo tarafından 35 milyon dolara satın alınmıştır (tr.wikipedia.org).

#### **2.9.2. Sosyal İmler**

Sosyal imleme siteleri genellikle dünya çapında önemli değere sahip olan sitelerdir. Sosyal imleme sitesi üyelerinin yolladığı linkleri ana sayfasında listeleyen site

demektir. Esasında bu siteler insanların beğendiği linkleri başkalarıyla paylaşması için kurulmuştur. Mantıkları güncellenen içeriklerin paylaşımıdır. Linklerinizi bu sitelerde paylaşarak bir nevi insanlara sitenizin reklamını yapmış olursunuz. Arama motorları da sizin linklerinizi dünya çapında büyük siteler oldukları için anında görürler ve anında indexlenebilir. Buda sizin sitenizin index hızını artırmada ve arama motorlarındaki değerini artırmada önemli etkenlerden birisi olmaktadır (www.webmastersitesi.com).

İnternet kullanıcılarının beğendikleri internet sitelerini ve internet sayfalarını başkalarıyla paylaşmasına olanak sağlar. İnternet kullanıcıları paylaşılan içerikleri oylayarak ve yorumlayarak takip ederler. Bu sayede internette yer alan milyonlarca içerik arasında insanların ilgisini çekebilecek yazılar, resimler ve videolar ön plana çıkabilir (www.kurumsalhaberler.com).

### **2.9.2.1. MyWeb**

MyWeb, kullanıcıların teknik bilgi gerektirmeden, istedikleri her türlü veriyi (metin, video, resim v.b.) zengin temalarla sunabildikleri ve güncelleyebildikleri, kurumsal verilerin dinamik olarak gösterilebildiği, kolay yönetilebilir kişisel web servisidir (Akçakaya, 2009:526).

MyWeb'in getirdiği kolaylıklar (www.ab.org.tr) :

- Hesap oluşturmak sadece bir tık
- İçerik güncellemek
- Kalıtım
- Tasarım
- İçeriğin güncel olması
- BT açısından getirdiği avantajlar
- Tek noktadan müdahale
- Bir tek kurulum

### **2.9.2.2. Bookmark**

Bookmark; internet ortamında beğenilen yazı, sayfa, resim veya video gibi bir içeriği saklamak demektir. Bir takım bilgisayar programları veya web sayfaları kullanarak beğenilen bu içerikleri saklayabilir, kategorilere ayırarak organize edilip bu içerikler arasında arama yapılabilir.

Son zamanlarda, özellikle web 2.0'dan sonra çok sıklıkla kullanılan social bookmarking siteleri, beğendiğimiz içerikleri organize etmemize olanak sağlarken, Arkadaşlarla ya da bizi takip eden insanlarla paylaşımlara da imkan tanımaktadır.

İngilizce “Social bookmarking” kavramının Türkçe karşılığı olarak “sosyal etiketleme” ya da “sosyal imleme” gibi ifadeler kullanılıyor. Sosyal imleme sitelerinde kaydedilen içeriği etiketleyerek, daha sonra bu içeriklere kolayca erişilebilir. Sosyal bookmarking imleme sitelerinde paylaşım yapılabilir ve hem de diğer insanların yaptıkları paylaşımları beğenilip tavsiye edilebilir ([www.internetdersleri.net](http://www.internetdersleri.net)).

### **2.9.2.3. Reddit**

Reddit Conde Nast Digital şirketine ait bir sosyal haber sitesidir. Kullanıcılar link paylaşabildikleri gibi kendi yazdıkları yazıları da siteye yükleyebilirler. Paylaşılan içerikleri kullanıcılar "Aşağı" ve "Yukarı" butonlarıyla oylayabilirler. Böylece en çok yukarı oyu alan içerik ana sayfadaki listede gözüktür. Ayrıca kullanıcılar paylaşılan içeriklere yorumda bulunabilirler. Reddit'e üye olan herkes kendine ait alt başlıklar ve gruplar oluşturabilir.

Reddit 2005 yılında Virginia Üniversitesi öğrencileri Steve Huffman ve Alexis Ohanian tarafından kuruldu. Y Combinator sitesinden maddi destek aldı. Siteyi geliştiren ve yöneten takıma 2005 yılında Christopher Slowe ve Aaron Swartz katıldı. Wired'in da sahibi Condé Nast yayınevi tarafından 2006 yılında satın alındı ([tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org)).

### **2.9.2.4. Digg**

Digg, Social Bookmarks'ın her türlü haber, video ve podcast üzerine uzmanlaşmış bir arzcısıdır. Kullanıcılar tarafından başlık, tasvir ve kategoriler ayarlanarak yeniliklere (Blog girdileri, basın bildirimleri veya haberler) işaret edilir ve diğer kullanıcılar tarafından “digg it!” butonu vasıtasıyla pozitif olarak değerlendirilir. Fakat bu işaretler spam veya bir başka açıdan sorunlu olarak değerlendirilebilir; işaret o zaman gömülür (bury). Digg it butonu kendine ait bir blog üzerine de konulabilir ([tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org)).

Digg.com anlık olarak bağlantı paylaşabileceğiniz, üyelik gerektiren bir sistemdir. İçerik olarak haber, resim ve video grubundan birinin seçilmesi gerekir. Bağlantı linkini ve içerik grubunu seçtikten sonra Digg.com botları sitede bağlantıyı

inceler, yazıya özgün başlık, giriş metnini ve varsa resmi seçtikten sonra düzenleme yapılabilmesi için sunulur. Düzenleme işlemi sırasında içerik başlığı, giriş metni ve resim düzenlenebilir. Bunların yanı sıra içerik kategorisi belirlenebilir. Digg.com çok geniş bir içeriğe sahip olduğu için Google de çok değerlidir ([www.blogizma.org](http://www.blogizma.org)).

#### **2.9.2.5. Urllle**

Urllle.com bir bağlantı paylaşım sitesi. İnternette dolaşırken beğenilen içerikleri, Urllle.com'a ekleyerek daha fazla kişiyle paylaşma fırsatı elde edilmektedir. Urllle'de her gün yüzlerce kullanıcı ilginç herhangi bir içeriği (haber, video, resim, blog yazısı...) paylaşmaktadır. Kullanıcılar bu sitede bağlantı paylaşabildikleri gibi paylaşılan bağlantılar hakkında yorum da yazabilmektedirler. Popüler bağlantıların internet kullanıcıları tarafından belirlendiği bu bağlantı sitesinde kullanıcılar bağlantılara oy verebilmektedir. Böylece en çok yukarı oyu alan içerik ana sayfadaki listede yayınlanmaktadır. Kullanıcılar isterlerse kanal listesinden istediği kanalı takip edebiliyor. Sitenin GIF ve EĞLENCE kanalına tıkladığında eğlenceli bağlantılara ulaşılabilir ([www.sosyalmedyahaber.com/](http://www.sosyalmedyahaber.com/)).

#### **2.9.2.6. Diigo**

Diigo bir sosyal bookmarking sitesi imzalı izin veren bir sitedir. Buna ek olarak, kullanıcıların herhangi bir bölümünü vurgulamak için web sayfası ve özel vurgular ya da tam sayfa yapışkan notlar eklenebilir. Bu ek açıklamaları Diigo içinde bir grup ya da bir başkası iletilen özel bir bağlantı ile paylaşılan, özel tutulabilir. "Diigo", "Internet Information, Gruplar ve Diğer şeyler Digest" adı bir kısaltmadır ([en.wikipedia.org](http://en.wikipedia.org)).

Bir web sitesini gezerken, beğenilen bir yazı olursa onu sık kullanılanlara eklenebilir. Ancak eklenen sitelerin sayısı arttıkça, bu durum içinden çıkılmaz bir hal alabilir. İşte bu noktada diigo ile siteler üzerinde notlar alınıp, bu notlara yorum eklenebilir, diigo üzerinden bunları yönetip içlerinde arama yapılabilir, browserınızda bir araç çubuğu haline getirip hızlıca ulaşın, arkadaşlara kolayca bu yazıları email ile ulaştırılabilir ([www.teknodergi.org](http://www.teknodergi.org)).

### **2.9.3. Video Paylaşımı**

#### **2.9.3.1. Youtube**

Youtube zamanında google tarafından yaklaşık 2 milyar dolar ödenerek, Amerikalı 3 gençten satın alınan dünyanın en büyük video paylaşım sitesidir. Youtube’ da hemen hemen her kategoride videolara erişip yorumlar yazılabilen gibi kendinize videoları da youtube’da yayınlanabilir ([www.nedirbilgi.com](http://www.nedirbilgi.com)).

YouTube platformunda kullanıcılar var olan video klipleri izleyebilmekte ayrıca istenildiğinde kendi video klibi YouTube'a eklenebilmektedir. YouTube kurucuları Google dünyanın en büyük arama motorlarından birinin ve geliştiricisi olan şirketin adıdır. Bu platformda yer alan video klipler film, TV programları parçacıkları, müzik videoları ve kişisel amatör kliplerden oluşmaktadır. Kullanıcılar tarafından YouTube'a günlük yaklaşık 65.000 adet yeni video klip eklenmekte ve 100 milyona yakın video klip izlenmektedir ([tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org)).

#### **2.9.3.2. Dailymotion**

Dailymotion 20 dakikaya kadar olan videolar rahatlıkla eklenebilir ve Türkçe dil desteğine sahiptir. Sınırsız boyutta video eklemek için yaratıcı videolar hazırlanarak MotionMaker üyeliğine geçilebilir. DailyMotion’a video eklemek ücretsiz ve oldukça basittir ([gamzeacr.blogcu.com](http://gamzeacr.blogcu.com)).

#### **2.9.3.3. Metacafe**

Metacafe, filmler, video oyunları, spor, müzik ve TV kategorileri kısa form video eğlence uzmanlaşmış bir web sitesidir . İlk yıllarda, Metacafe gibi diğer video izleme sitelerinden YouTube veya Dailymotion, ancak o zamandan beri çeşitli farklılıklar kısa bir form video eğlence sitesi dönüşmüştür. Bu site, küratörlüğünü, seçkin ve özgün eğlence ile ilgili video içeriği sergilenmektedir ([www.wikipedia.org/wiki/Metacafe](http://www.wikipedia.org/wiki/Metacafe)).

Metacafe internette video ve media paylaşım sitesidir. Metacafe kullanıcılar her gün binlerce video yükleyebilir ve istedikleri videolara yorum yapabilirler. Metacafe'nin ayrıca masaüstü programı da bulunmaktadır. Bu programın ana amacı videoları indirmektir ve daha çok video müptelalarına yöneliktir. Program video indirebilir ve istenildiği zaman tekrar izlenebilir. Metacafe özellikleri içerisinde eğlenceli videolar, genel videolar ve bunun yanında spor ile ilgili videolar, ayrıca flash oyunları ve yeni

çıkan filmlerle ilgili görüntüler bulunmaktadır. Metacafe kullanıcıları sunuculara resim ve videolarını yüklerler. Ardından videolar sitedeki kayıtlı kişiler tarafından yorumlanabilir. Ardından Metacafe eleştirilenleri tarafından 18 yaş sınırına göre filtre edilirler. Bu filtrelemeden sonra iki metoda ayrılırlar:

Website bölümü - yeni video da görülür ve çok izlenen videolar da bulunur ve her zaman güncellenebilir. Ayriyeten bunu kişisel sayfalara veya Blog'lara eklemek ve orada göstermek de mümkündür. Windows kullanarak -Bedava indirilebilir bir program ile kullanıcılar kendi videolarını geliştirme ve bu siteye yüklemeye kâdir olurlar. Bu program dosyaları kendi internetine göre indirir veya siteye yükler.

Kullanıcılar isterlerse videoyu arattırabilir, izleyebilir, arkadaşının mailine gönderebilir ve oy verebilir. Tüm oylar bu sitede kayıt olur ve site en iyi video için istatistik tutar ve buna göre en çok oylanan ve en yüksek oy alan diye bölüm yaparlar (metacafeci.blogspot.com).

#### **2.9.4. Blog**

Blog (Türkçe: *ağ günlüğü, günce*) veya Weblog (Türkçe: *Ağ kütüğü*) teknik bilgi gerektirmeden, kendi istedikleri şeyleri, kendi istedikleri şekilde yazan insanların oluşturabildikleri, günlüğe benzeyen web siteleridir. İngilizcedeki "web" ve "log" kelimelerinin birleşmesinden oluşan weblog kavramının zamanla yaygınlaşmış adıdır. Blog, genellikle güncelden eskiye doğru sıralanmış yazı ve yorumların yayınlandığı, web tabanlı bir yayını belirtir. Çoğunlukla her gönderinin sonunda yazarın adı ve gönderi zamanı belirtilir. Yayıncının seçimine göre okuyucular yazılara yorum yapılabilir. Yorumlar, blog kültürünün çok önemli bir dinamiğidir; bu sayede yazar ve okuyucular arasında iletişim sağlanır. Bunun dışında, geri izleme (*trackback*) mekanizmasıyla, belirli bir yazı hakkında yazılan diğer yazıların belirlenebilmesi de mümkündür (tr.wikipedia.org).

##### **2.9.4.1. Kişisel Bloglar**

Bu tür bloglar çok fazla deneyimi olmayan kişilerin bile kullanabileceği ve sayfalarını düzenleyebileceği yapıdadır ve daha çok günlük olarak kullanılırlar. Kişilerin günlük yaşamda yaşadıkları olayları, karşılaştıkları durumları okurlarıyla paylaşmasını sağlar. Bloglarda en fazla rastlanan türdür. Özellikle MSN bloglarının tamamına yakını bu türdendir(www.blognedir.com)

#### **2.9.4.2. Temasal Bloglar**

Sadece belirli bir alanda yazılan gönderinin yer aldığı, belirli bir konuda uzman kişilerin yazdığı ve düzenlediği bloglardır.

Konular; politika, ekonomi, pazarlama, tasarım, yemek, fotoğraf, bilgisayar, internet, programlama dilleri, blogger temaları ([www.gef.gazi.edu.tr](http://www.gef.gazi.edu.tr)).

#### **2.9.4.3. Topluluk Bloglar**

Üyelik sistemine sahip olan ve bu üyelerin yazdıkları gönderilerden meydana gelen bloglardır. Komünite olarak da adlandırılan bu türdeki blogların çoğu kendi sunucularındaki blog yazılımını kullanmaktadır. Tarihsel olarak ise, LiveJournal'da oluşan bir kültür mirasını devam ettirmektedirler ([tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org)).

#### **2.9.4.4. Kurumsal Bloglar**

Şirketlerin kendileri ile ilgili haber ve duyurularını daha samimi bir şekilde halka açtıkları bloglar dünyada ve iş hayatında giderek önem kazanmaktadır. Türkiye'de az sayıda olsa da bazı şirketler şirket bloglarını hizmete sunmaya başlamıştır. Aslında dünyadaki akım, şirketin doğrudan değil, samimi karakterdeki bazı çalışanların desteklenmesi yoluyla bloglamaktır. Hatta en ünlü şirket bloglarını tutan Microsoft çalışanları, samimiyetlerine inandırmak için araya rakip firmaların ürünlerini de övmekte, reklamını yapmaktadır ([www.blognedir.com](http://www.blognedir.com)).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. YALNIZLIK VE BİREY

#### 3.1. Yalnızlık Kavramı ve Tanımları

Yalnızlığın tanımlanmasında, anlaşılmasında ve bununla ilgili önlemlerin alınıp, kişi ve toplum sağlığına katkı sağlamak amacıyla bu bölümde yalnızlık tanımlamalarına, yalnızlıkla ilgili yaklaşımlara yalnızlığın türlerine, yalnızlığın gelişimine ve gelişimini etkileyen etmenlere ve yalnızlıkla ilgili yapılan araştırmalara yer verilmiştir.

Son yıllarda yalnızlıkla ilgili çalışmaların arttığı ve bu konuda farklı çalışma sahalarında yalnızlık kavramının işlendiği görülmektedir. Yalnızlığın insan hayatını tehdit eden sonuçlarının olması ve bu durumun artık ciddi bir problem haline gelmesi, bu alandaki çalışmaları yoğunlaştırmıştır.

Patolojik birçok ruhsal bunalımın ve kişilik bozukluklarının hazırlayıcısı olduğu bilinen yalnızlığın toplumda yoğun olarak yaşandığı gözlenen bir gerçektir. Yalnızlık toplumda genelde fiziksel olarak tek başına olma durumu olarak ifade edilmektedir. Literatürde ise yalnızlıkla ilgili farklı tanımlamalar bulunmasına karşın, yoğun olarak, bireyin yaşamakta olduğu sosyal ilişkiler ile yaşamak istediği ilişkiler arasında görülen farktan ve çelişkiden dolayı ortaya çıkan rahatsız edici psikolojik bir durum şeklinde tanımlanmaktadır (Pepları ve Perlman'dan Akt. Buluş, 1997:83).

Yalnızlık çeşitli şekillerde tanımlanabilir ve ele alınabilir (Leonard'dan Akt. Özkürkçigil, 1998:21). Bunlar;

- Bir insanın tek başına yaşaması "somut yalnızlık",
- Çevre tarafında dışlanması (veya hissedilişi) sonucu yaşanan yalnızlık,
- Çevre ile ilişkileri en aza indirerek kendi seçimi ile yaşanan (yalnızlığın pozitif olarak yapıcılık ve üretkenlik amacı ile yaşanması ) yalnızlıktır.

Yalnızlık hemen her zaman kaçınılan, kaygı, öfke, üzüntü ve diğerlerinden kendini farklı hissetme duygularını eşlik ettiği istenmeyen ve hoş olmayan bir deneyim olarak da açıklanmaktadır. Weiss yalnızlığı duygusal ve sosyal olmak üzere ikiye ayırmakta, duygusal yalnızlığın aile, özel arkadaş ve ilişkilerle ilişkili olduğunu, sosyal yalnızlığın ise sosyal ortamdaki arkadaşlıklarla ilişkili olduğunu belirtmektedir (Akt. Çeçen, 2008: 416).

Sullivan (1953) yalnızlığı diğerleriyle yakınlık kurma ihtiyacının yeterince giderilememesi sonucu ortaya çıkan oldukça nahoş, rahatsız edici bir yaşantı olarak kavramlaştırmıştır. Sullivan için birey toplumsal bir varlık olup, doğumdan sonra toplumsallaşma sürecine girmektedir. Ergenlik öncesi dönem diğer insanlarla yakın ilişkilerin başlaması açısından önem taşımakta ve çocuk bu dönemde yakın ilişkiler kuramazsa umutsuzluğun da eşlik ettiği yoğun bir yalnızlık içine düşmektedir (Akt.,Eren, 1994). Toplumsal bir varlık olan insan için diğer insanlarla ilişki kurmak oldukça önemlidir. Doğası gereği tek başına yaşayamayan insan toplum içinde var olabilmek için diğer insanlarla ilişki kurar ve onlarla etkileşim içerisine girer. Fakat zaman zaman bu ilişkilerde sorunlar yaşanabilir ve insan diğerleriyle yakın olmaktan mahrum kalabilir. Bu durum bireyin sosyal ilişki yoksunluğu yaşamasına ve yalnızlaşmasına neden olabilir.

Fromm'a (1941) göre insan çevresiyle ilişki kurma ihtiyacındadır. İnsan, ilişkilerini kendi çabasıyla kurmak zorundadır ve bu ilişkilerin en güçlüsü diğerleriyle kurabileceği yakınlıkla gerçekleşir. Yalnızlık duygusu insanın doğal bir sorunudur. Çocuğun doğumdan itibaren çevresiyle kurmuş olduğu temel bağlar kendisini güvende hissetmesini sağlar. Çocuk bu bağlardan koptukça, yalnızlığını ve diğer insanlardan ayrı bir varlık olduğunu fark etmeye başlar. İnsan bireyleştikçe, dünyanın türlü tehlikeleriyle karşı karşıya ve tek başına kalmaya başlar (Akt., Geçtan, 1998).

### **3.2. Yalnızlıkla İlgili Kuramsal Yaklaşımlar**

Bu bölümde temel yaklaşımlardan Etkileşim Kuramı, Psikodinamik Yaklaşım, Bilişsel Yaklaşım, Bilişsel Davranışçı Yaklaşım, Rogers'in Danışan Merkezli Yaklaşımı, Varoluşçu Yaklaşım ve Sosyo-Kültürel Yaklaşım değerlendirmelerine yer verilmiştir.

#### **3.2.1. Etkileşim Kuramı**

Weiss (1973) etkileşim kuramının önde gelen sözcüsüdür. İki nedenden dolayı Weiss'in yalnızlık üzerine yaptığı açıklamalar etkileşim kuramı içinde değerlendirilmektedir. Birincisi Weiss'e göre yalnızlık tek başına ne kişisel faktörlerden, ne de çevresel faktörlerden kaynaklanmaktadır. Yalnızlık bu iki faktörün etkileşiminin sonucudur. İkincisi ise kişi toplumun beklentilerini karşılayacak

etkileşimleri sağlamakta yetersiz kaldığında bu durum yalnızlıkla sonuçlanır (Akt. Koçak, 2008:20).

Weiss (1973)'e göre yalnızlık, genel olarak karmaşık ve bireye özgü bir deneyimdir ve bu öznel deneyimin belirtileri konusunda kesin ve güvenilir belirtiler bulunmamaktadır. O'na göre yalnızlık direkt olarak gözlemlenememekte, bunun yerine bireyin yalnızlığı konusunda ancak bireyin kendi durumu hakkında yaptığı öznel açıklamalardan sonuca ulaşılabilir. Weiss, yalnızlık olgusunu açıklayan kuramcılarının bu olguyu açıklamada çoğunlukla kendi klinik deneyimlerinden ve gözlemlerinden yola çıktığını ileri sürmektedir.

Weiss (1973), duygusal ve sosyal yalnızlık olmak üzere iki tür yalnızlıktan söz etmektedir. Duygusal yalnızlığı bireyin çevresindeki aile, eş, sevgili gibi insanlarla yeterince yakın ve samimi ilişkiler kuramaması şeklinde tanımlarken sosyal yalnızlığı bireyin çevresinde ihtiyaç duyduğu herhangi bir arkadaşlık ilişkisinin bulunmamasından kaynaklanan bir durum olarak ifade etmiştir. Yapılan araştırmalar da bu ayrımı desteklemektedir (DiTommaso ve Spinner, 1997; Hsu, Hailey ve Range, 1986; Russell, Cutrona, Rose ve Yurko, 1984; Sadler ve Johnson, 1980). Weiss (1973)'e göre sosyal yalnızlığa sahip birey can sıkıntısı yaşar ve kendisini topluma yabancılaşmış hisseder. (Akt. Özatça, 2009:23).

Weiss (1973)'e göre yalnızlık normal bir durumdur. Yalnızlığın oluşmasında çevresel faktörlerin biraz daha etkin olduğunu düşünen Weiss, günümüz yaşam şartlarının bireylerin yalnızlık yaşamalarında anahtar role sahip olduğunu belirtmektedir.

### **3.2.2. Psikodinamik Yaklaşım**

Zilborg (1938), yalnızlığın bilinen ilk psikolojik analizini yayınlamıştır. Yazar, yalnızlıkla tek başına olmayı bir birinden ayırmış, tek başına olmanın normal ve spesifik birini kaybetmekten kaynaklanan geçici bir ruh durumu olduğunu ancak yalnızlığın yaşamda daha inatçı ve baskın, kalbi kemiren bir kurt gibi olduğunu belirtmiştir. Zilborg'a göre yalnızlık narsizmin, megalomanyanın ve düşmanlığın temel özelliklerini yansıtır. Yalnız birey kişisel çocukça duygularını korur ve başkalarının kendisini övmesini ister. Ayrıca nadiren başkalarına ya da kendine karşı açık kalpli davranır (Akt., Peplau ve Perlman, 1982).

Freud (1938), gelişim dönemleri açısından incelemelerinde, kişiliğin temel karakter yapısında bebeklik ve çocukluk yıllarının önemini belirtmiştir. Ona göre, bağımlı ve çaresiz olan bebeğin, her türlü fizyolojik ihtiyaçlarını karşılayan anne, aynı zamanda dış dünyaya karşı güven duygusunun oluşumuna zemin hazırlar. Oral dönemi başarı ile atlatan bireylerde kişilik özellikleri aşırı bağımlı ya da kıskanma duyguları olmaksızın, diğer insanlara verebilme ve onlardan alabilme niteliklerini içerir. Böyle kişiler kendilerine olduğu kadar diğer insanlara da güvenir ve onlarla ilişkilerini daha sıcak, sevecen ve güven dolu olarak sürdürür. Anal dönemde çocuğun tuvalet eğitiminin anne ile uyumlu bir ilişkiyle çözümlendiği durumda, özgürce seçim yapabilen, bağımsızlığını sürdürebilen, girişimde bulunan, diğer insanlarla işbirliği yapabilen gibi olumlu özelliklerin öne çıktığı kişilik yapıları gelişmektedir. Genital dönemde ise bireyin, toplumsallaşma ve grup etkinliklerine katılma eğilimi içinde olduğu gözlenir. Bu dönemi başarıyla atlatan birey, diğer insanlarla daha anlamlı sevgi ilişkileri kurabilir (Akt. Öztürk, 1997;45).

### 3.2.3. Bilişsel Yaklaşım

Peplau, Miceli ve Morasch (1982), yalnızlıkla ilgili bilişsel yaklaşımın savunucularıdır. Peplau, normal ve sağlıklı insanlarda yalnızlık konusunu ele almıştır. Bu yaklaşımın en göze çarpan tarafı bilişi, sosyal ilişkilerdeki yetersizlik ile yalnızlık yaşantısı arasında arabulucu bir faktör olarak vurgulamasıdır. Yalnızlık yaşantısındaki bilişsel süreçlerin önemi, bilişsel uyumsuzluk modelinde vurgulanmıştır. Bilişsel uyumsuzluk modeli yalnızlığı bireyin bakış açısına göre inceler. Bu yaklaşımda birey kendisini ve sosyal ilişkilerini nasıl algıladığına ve değerlendirdiğine odaklanır. Buna göre, yalnızlığın bireyin sosyal ilişkilerindeki algıladığı doyumsuzluktan kaynaklandığı ifade edilir (Özatça, 2009;24).

Bilişsel yaklaşımda vurgulanan bir diğer öge de, yalnızlık yaşayan bireylerin, yalnızlıklarının nedenine dair yapmış oldukları yüklemelerdir. Çünkü yalnız bireylerin yapmış oldukları yüklemeler, yalnızlık durumuyla başetme davranışını, duygularını ve geleceğe dair beklentisini etkilemektedir. Kişilerarası ilişkilerdeki başarısızlıklarını değişmez kişilik özelliklerine ya da durumsal faktörlere yükleyen, mevcut durumu değişmez olarak algılayan birey, bir taraftan yalnızlığıyla başetmesi konusunda daha edilgen hale gelirken, diğer taraftan da geleceğe dair umutsuzluk yaşamaktadır. Böylesi algılamalar içinde olan birey, kendisine dair olumsuz bir bakış açısı geliştirerek benlik

değerinin düşmesine neden olmaktadır. Düşük benlik değeri yalnızlığı iki şekilde etkiler; birincisi, düşük benlik değeri yaşanan yalnızlık duygusunun nedenidir. İkincisi, düşük benlik değeri bireyin doyum verici sosyal etkileşimler oluşturmaya mani olabilecek duygu ve tutumlara eşlik eder. Böylece yalnızlığı getirecek koşulların hazırlanmasına katkı sağlamış olur (Peplau ve diğerlerinden Akt. Duy, 2003:30).

#### 3.2.4. Bilişsel-Davranışçı Yaklaşım

Daha çok psikiyatrik ve klinik bozuklukların tedavisinde kullanılmak üzere geliştirilen bilişsel davranışçı terapi yaklaşımı içinde yalnızlık olgusuna oldukça sınırlı sayıda kuramcı ve uygulamacının ilgi gösterdiği görülmektedir. Yalnızlık olgusunun, bilişsel davranışçı terapiyi benimseyen kuramcı ve uygulamacıların genelde olduğu gibi ihmaline uğradığı söylenebilir.

Young'a (1982) göre yalnızlığın önlenmesi yalnız bireylerin akılcı olmayan inançlarının ele alınmasıyla başlamaktadır ve çalışmalarında bu tür inançlara sahip bireylerin, kendilerini değerlendirmelerini ve inançlarını yeniden düzenlemelerini amaçlamıştır. Young ayrıca, yalnızlık olgusunun farklı şekillerde yaşanabildiğini, danışanların farklı "yalnızlık grupları" içinde yer alabildiklerini öne sürerek yalnızlık duygusuna neden olan tipik otomatik düşünceleri araştırmış ve bu düşünceleri 12 gruba ayırarak tanımlamıştır:

- Tek Başına Olmaktan Mutsuzluk Duyma: Yalnızlık yaşayan bireyler çoğunlukla edilgen, dağınık ve güçsüzdür. Bazıları kontrol edemeyecekleri bir şeyin olmasından korku duyar. Yalnız kaldıklarında kendileriyle ilgili bir şeylerin yolunda gitmediğine inanırlar.
- Düşük Benlik Kavramı: Yalnızlık yaşayan birçok bireyin kendisini, çekici ve sevilcek birisi olarak görmediği için ilişki kurmaktan çekinirler.
- Sosyal Kaygı: Yalnızlık duygusuna sahip bireyler, diğer insanların yanında kendilerini rahat hissedemezler. Diğerleri tarafından yargılanacaklarına ve reddedileceklerine inanırlar (Koçak, 2008:23).
- Sosyal Uyumsuzluk: Yalnız bireyler diğerleri tarafından sevilmediklerine ve sosyal becerilerinin yetersiz olduğuna inanırlar.
- Güvensizlik: Pek çok yalnız birey, insanlara güvenemedikleri için arkadaşlık kurmaktan kaçınırlar. Ayrıca insanların çoğunun sadece kendilerini düşündüğüne inanırlar.

- Sınırlama: Yalnız insanlar, anlaşılmadıklarını ve insanlarla iletişim kuramadıklarını düşünürler. Duygu ve düşüncelerini kendi içlerinde saklamaları gerektiğine inanırlar.
- Eş Seçiminde Problemler: Yalnız bireyler, iletişim kurabildiği çok az kadın/erkek olduğuna ve sürekli incitildiklerine inanırlar. Karşı cinsle yakın ilişkiler başlatma konusunda girişimleri yetersizdir ve uygun olmayan arkadaş ya da sevgili seçiminde bulunurlar.
- Yakınlığı Reddetme: Yalnız bireyler, tekrar incitmekten ve hayal kırıklığına uğramaktan çekinme, kendisinde yanlış giden bir şeylerin olduğuna inanma gibi düşüncelere sahiptirler. Geçmişteki hataları düzeltemeyeceklerine inanarak incitilmektense yalnız kalmayı tercih ederler.
- Cinsel Kaygı: Yalnız bireyler, iyi bir sevgili olamadıklarına inanırlar. Seksin karşı tarafın değerlendirdiği bir performans olduğuna inandıkları için cinsel aktivitelerden kaçınmaktadırlar.
- Duygusal Bağlanma İle İlgili Kaygı: Yalnız bireyler, arkadaşlarının ya da sevgililerinin duygusal isteklerini karşılama konusunda kaygılıdırlar. Onları yeteri kadar tatmin edemediklerine inanırlar.
- Pasiflik: İlişkide atılganlığın olmamasıdır. İlişkilerdeki problemlerin kendi hataları olduğuna ve sürekli eleştirildiklerine inanırlar. Eleştirinin doğruluğuna ve arkadaşının / sevgilisinin kendisinden ayrılacağı anlamına geldiğine inanırlar. Karşı tarafın kendisini anlamasını beklerler.
- Gerçekçi Olmayan Beklentiler: Yalnızlık yaşayan bireylerin arkadaşlarına ve sevgililerine karşı yüksek beklentileri vardır. Bu beklentiler karşılanmadığı zaman hayal kırıklığına uğramaktadırlar. Karşı tarafın hatalarına tahammülleri yoktur ve hayal kırıklığına uğramaktansa yalnız kalmayı tercih ederler (Akt. Özatça, 2009:26-27).

### **3.2.5. Rogers'ın Danışan Merkezli Yaklaşımı**

Danışan-merkezli yaklaşımın kurucusu olan Rogers (1994), yalnızlığı bireyin diğerleri ile hiçbir gerçek ilişkisinin olmadığını hissettiği an ortaya çıkan bir durum olarak değerlendirmiştir.

Rogers (1994), insanın, başkalarıyla hiçbir gerçek ilişkisinin olmadığını hissettiği an ortaya çıkan yalnızlıktan bahsetmiştir. Nüfus arttıkça belirgin hale gelen

yalnızlığın biçimlerini kültürün samimiyetsizliği, kısa süreli oluşu, düzensizliği gibi birçok etmen çoğaltabilir. Sonra bir de milyonlarca insanda var olan yakın kişisel ilişki korkusu vardır. Bunlar, insanların başkalarından tamamen kopmuş olduklarını hissetmelerine sebep olan etmenlerin sadece birkaçıdır.

Her insan duygularını içinden geldiği gibi ifade etmek yerine saygı duyduğu ve kendisi için önemli olan insanların onayladığı biçimde davranırsa daha çok sevebileceğini; ta küçüklüğünden öğrenir. Böylece de dış dünyayla ilişki kurduğu bir dış davranışlar kabuğu oluşturmaya başlar. Kişi isteyerek ya da zorla bu savunma kalkanlarını bıraktığı zaman onun yalnızlığa en açık olduğu zamandır. Gerçek kişiliğiyle yüzleşen birey, kendini hiç kimsenin anlayamayacağından ya da içindeki kişiliği hiç kimsenin kabul etmeyeceğinden son derece emindir. Böylece içinde başkalarına karşı derin bir yabancılaşma duygusu gelişir; zanneder ki, “eğer birisi kendisini, içindeki kişiliği olduğu gibi öğrenecek olursa kendisine ilgi duyması, onu sevmesi imkânsızdır.” Kişi, hayatın anlamının, onun sahte yüzünün dış gerçek dünyayla olan ilişkisine bağlı olmadığını, olamayacağını kabul etme eğilimine girdiği zaman yalnızlığı umutsuzluğa döndürür (Rogers’dan Akt. Pancar, 2009:14).

### 3.2.6. Varoluşçu Yaklaşım

Varoluşçular başlangıç noktası olarak insanın önünde sonunda yalnız bir varlık olduğunu kabul etmektedirler. Onlara göre hiç kimse bizim deneyimlerimizi bizim adımıza yaşayamaz. Bunun için farklı ve ayrı oluşumuz varlığımız için gerekli bir durumdur. Varoluşçu yaklaşım, yalnızlığı “olumlu” bir yaşantı olarak değerlendirmektedir. Bu görüşe göre İnsan doğası gereği yalnızdır. Bireyin kendisini özgür, bağımsız kılabilmesi için diğerlerinden ayrılabilmeyi başarması gerekmektedir. Bu da kişilerarası yalıtımı, akabinde de yalnızlığı gerektirir; insanın yaratıcılığının farkında olması bir başka yaratıcı ve koruyucu olduğu inancını bırakması anlamına gelmektedir: (Yalom, 1999) “Derin yalnızlık, kendini yaratma eyleminin yapısında vardır” (Akt., Koçak, 2008).

Varoluşçu yaklaşımı benimseyen kuramcılar insanları yalnızlık korkularını yenmeleri ve yalnızlığı olumlu bir yaşantı olarak kullanmaları yönünde desteklemektedirler. Varoluşçular yalnızlığın kökeninde ne olduğu ile ilgilenmezler, çünkü yalnızlık varoluşun gerçeğidir (Perlman ve Peplau, 1982).

### 3.2.7. Sosyo-Kültürel Yaklaşım

Killen (1998) bu yaklaşıma göre yalnızlığın nedeni birey değil, toplumdur. Yalnızlığı açıklamada iki sosyolojik düşünce vardır. Eğer birey kendi değerleri yerine toplumun değerlerine uygun davranırsa, toplum onları sosyalleşme konusunda başarı kazanmış saymaktadır. Bu şekilde toplum normlarına uygun davranma bazı kişilerde kaygıya neden olmakta ve birey topluma uymadığı için kendini yalnız hissetmektedir (Akt., Özatça, 2009:28).

### 3.3. Yalnızlığın Nedenleri

Yalnızlık olgusunu açıklayan kuramcıların bu olguyu açıklamada çoğunlukla kendi klinik deneyimlerinden ve gözlemlerinden yola çıktığı görülmektedir. Yalnızlığın nedenleri konusunda durum pek de farklı değildir. Her kuram yalnızlığın nedenine ilişkin farklı şeyler söylemektedir. Ancak yalnızlık yaşayan bireylerin, yalnızlıklarının nedeni olarak neyi ya da neleri gösterdiklerinin bilinmesi yalnızlık olgusunu daha iyi anlayabilmek için önemlidir.

Weiss Duygusal ve Sosyal Soyutlanma adlı teorisinde yalnızlığın ortaya çıkmasında, altı tip ilişkiden bir veya bir kaçının yetersiz olmasının etkili olduğunu öne sürmüştür (Akt. Buluş, 1997:83) :

- Bağlılık (Attachment): Kişinin kendini emniyet ve güven içinde hissedebileceği ilişkiler.
- Sosyal Entegrasyon (Social Integration) : Çevredekilerle bir sosyal ilişkiler ağı oluşturmak.
- Yaşama Fırsatı = İmkânı (Opportunity for Nurturance): Kişinin diğerlerinin iyiliği, sağlığı için kendini sorumlu hissettiği ilişkiler.
- Değer Verme (Reassurance of Worth): Bireyin yeteneklerinin, becerilerinin fark edildiği önemsendiği ilişkiler.
- Güvenilir Uyuşma (Reliable Alliance): Bireyin yardım alabileceği ilişkiler.
- Rehberlik (Guidance): Bireyin tavsiye, destek alabileceği ilişkiler.

Mikulincer ve Segal (1990) deneklerin öznel değerlendirmelerinden yola çıkarak yalnızlığın nedeni olarak şu etmenleri sunmuşlardır; diğerleriyle duygusal bağ kurmada eksiklik (%56), ilgili kişi eksikliği (%16), çevrede tanıdık birilerinin olmayışı, eksikliği

(%13), bir çok kişi mutlu iken üzgün olmak (%10), konuşacak birilerinin olmayışı (%10) ve son olarak aşırı derecede kendine odaklanma (%10) (Akt.,Duy,2003:45).

Brehm (1985) yalnızlığın nedenlerini; sahip olduğumuz ilişkilerdeki yetersizliklere, ilişkilerimizde olmasını istediğimiz değişikliklere ve kişisel özelliklere bağlar ve ilişkilerdeki yetersizliklerin sebeplerini aşağıdaki faktörlerle ilişkilendirir (Akt., Buluş, 1996):

- Yabancılaşma
- Birilerine bağlı olmama
- Tek basına olma
- Zorunlu ya da zorla soyutlanma
- Yerinden olma

Ayrıca Brehm (1985) kendilerini yalnız hisseden insanların ortak özelliklerini de şöyle sıralamıştır (Akt., Buluş, 1996) :

- Düşük benlik saygısı
- Başkalarını olumsuz değerlendirme
- Başkalarından olumsuz değerlendirme beklentisi içinde olma
- Düşüncelerine olan güvensizlik
- Çekingenlik
- Sosyal tepkide bulunamama
- Sosyal duyarsızlık

Karşı cinsten partner ile sıkı ilişki kurmadan kaçınma Yalnızlığın nedenleriyle ilgili yapılan diğer çalışmalardan elde edilen veriler yalnızlığın düşük benlik saygısı, sosyal becerilerde yetersiz, depresyon, alkolizm, obezite ve intihar gibi geniş yelpazede yer alan bir takım psikolojik sorunlarla ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Weiss (1973, 1987) teorik olarak duygusal ve sosyal olmak üzere yalnızlığı ayırmakta, duygusal yalnızlığın aile, özel arkadaş ve ilişkilerle ilişkili olduğunu, sosyal yalnızlığın ise sosyal ortamdaki arkadaşlıklarla ilişkili olduğunu belirtmektedir. Cutrona (1982) genç yetişkinlerde yalnızlığı tahmin eden en önemli yordayıcının flört etme ve aileden çok sosyal ilişkilerde ve arkadaşlıklarla ilişkili memnuniyetsizlik olduğunu rapor etmektedir (Çeçen, 2008:416).

### 3.4. Yalnızlığın Gelişimi ve Gelişimini Etkileyen Faktörler

Yalnızlık pek çok duygusal, bilişsel, ailesel ve psikososyal faktör tarafından etkilenmesine karşın, ağır bir şekilde bireyin sosyal ilişkilerinden aldığı doyum ve bunu algılaması ile ilişkili görülür. Bu nedenle yalnızlık çalışmaları geniş bir şekilde, bireysel faktörler, derin sosyal ilişki yokluğu ve kişilik faktörü üzerine yoğunlaşma eğilimindedirler (Duru, 2004).

Yalnızlığın nedensel belirleyicileri genel olarak kişilik özellikleri, sosyal ve bireysel etkenler olmak üzere üç grup altında toplanmaktadır (Çakıl, 1998).

- Kişilik özellikleri: Kişilik özellikleri yalnızlık duygularının oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yalnızlık ile ilgili yapılan çalışmalarda kişilik özellikleri incelenen bireylerin genel olarak içe dönük, çekingen, utangaç, dışsal denetimli, öz saygı düzeyi düşük, olumsuz benlik kavramına sahip bireyler olduğu belirtilmektedir. Başkaları tarafından saygı görme ve sevmeye ilişkin karamsarlık, kendine acıma ve değersizlik duygularına yatkın olan bireylerde yalnızlık görülebilmektedir. İlgisizlik ve amaçsızlık bireyin kabul görme çabasını engellediğinde de yalnızlık oluşabilmektedir (Çakıl,1998).
- Sosyal etkenler: Bireyin sosyal çevresinin özelliklerini yansıtan etkenlerdir. Sosyal çevrenin çeşitli özelliklerinin yalnızlık ile ilişkili olduğu görülmektedir. Sosyal ilişki sıklığı ve sosyal ilişki ağı az olan bireylerin yalnızlığı daha çok yaşadıkları görülmektedir. Etkileşim sıklığı, sosyal ilişki ağının büyüklüğü ve sosyal ilişki ağının yoğunluğu gibi değişkenlerden çok, sosyal etkileşimin niteliğinin yalnızlığın oluşmasında daha güçlü bir etkisinin olduğu görülmektedir Bireysel etkenler: Bireyin kişilik özelliklerinden çok bireysel özelliklerini dikkate almaktadır.

Yalnızlık, çağın getirdiği hızlı değişimle insanları son yıllarda en çok korkutan sorunlardan biri olmuştur. Hızlı, hareketli yaşam koşulları ve değişimler insanların dengesini zorlamakta; beraberinde güvensizliği, yabancılaşmayı, ilişkilerde yüzeyselliği getirmekte olup, giderek insanların kendi kendilerine olmaları ağırlık kazanmakta, sosyal çevreleri sınırlanmakta, birbirlerine zaman ayırma ve bunun gerekliliği göz ardı edilmektedir. Tüm bu sorunlar, insanlarla ilişkilerin bozulmasına, aile içi ilişkilerden arkadaş, akraba, çalışma yaşamı, hasta-sağlık ekibi ilişkilerine kadar yansımaktadır (Alkan, 1998: 44).

Yalnızlık, her yas döneminde görülebilir. Yalnızlık yaşantısı kişiliğin tam olarak gelişmemesi nedeniyle yaşamın ilk yıllarında üstü kapalı olarak yaşanabilir. Yeni doğan bebek annesinden ya da bakıcısından aldığı sıcak ve sevecen yakınlık ile gereksinimlerinin anında karşılanmasına bağlı olarak temel güven duygusu gelişir. Yaşam boyunca kişilerin kendilerini en fazla yalnız hissettikleri dönemler, ergenlik ve genç erişkinlik dönemleridir (Öztürk vd., 2006:385).

### **3.5. Yalnızlığın Türleri**

Burada kısa ve genel olarak bahsedeceğimiz yalnızlık çeşitlerinin her insana göre farklılıklar gösterdiğini söyleyebiliriz. En iddialı düşünce, yalnızlığın kişiye özel bir duygu olduğudur. Her yalnızlık aslında yaşayan ve yaşatan açısından spesifik bir yapıya sahiptir. Bu yüzden en doğru şekliyle yalnızlık çeşitleri, onu yaşayan insan sayısı kadardır, diyebiliriz ( Yahyaoğlu, 2011: 44).

#### **3.5.1. Derin Yalnızlık**

Çevreyle ilişkilerin tamamen kesildiği depresyonla birlikte bulunan ve depresyonun diğer belirgin özelliklerinin de bulunduğu bir yalnızlık çeşididir. Adı üstünde, derin ve acı veren bir yalnızlıktır. İlerleyen safhalarında depresyonun ağırlaşması ve yalnızlığın giderek daha da ilerlemesiyle insan yaşamın tüm zevklerinden tamamen kopar. Artık yaşamın onun için hiçbir anlamı kalmamıştır. Yorgunluk, halsizlik, karar verememe, unutkanlık, çaresizlik ve intihar düşünceleri vardır. Önlem alınmayan durumlarda insan intihar ederek yaşamına son vermeyi isteyecektir. Bu durumu yaşayan insanın acilen psikiyatrik yardım alması gerekir (Yahyaoğlu, 2011: 44 ).

#### **3.5.2. Sosyal Durum Yalnızlığı**

İnsan kendisini yaşadığı toplum içinde yalnız hissetmeye başlamıştır. Sosyal yönden tüm etkinliklerden uzaklaşmış ve aynı zamanda içinde yaşamış olduğu topluma yabancılaşmıştır. Kalabalıklar sıkıcı bir hale gelmiştir. İnsanların içine girerek topluca yapılmakta olan bütün etkinlikler anlamsızlaşmıştır. Bir organizasyon içine girerek görev almak son derece zordur. Bir bütünün parçası olup topluluk halinde çaba gösterilmesi gereken etkinliklerde bulunmak istemez (Yahyaoğlu, 2011: 45 ).

### 3.5.3. Duygusal Yalnızlık

İnsanın ruhsal dünyasındaki beklentilere cevap alamaması üzerine yaşadığı yalnızlıktır. İnsanın sevgisine, beklentilerine, değerlerine, istediği ve hak ettiğine inandığı ölçüde yanıt alamaması üzerine yaşadığı yalnızlıktır. Karşılaştığı muamele onu hayal kırıklığına uğratmıştır, bu hayal kırıklığı ruhsal dünyasına zarar vermiştir. Bu durumda çevre koşulları normaldir ve insanın beden olarak sağlığı da yerindedir. Kısa sürede geçebilir ya da kronik bir hale dönüşerek bir hastalık tablosu meydana getirebilir (Yahyaoğlu, 2011: 46 ).

### 3.5.4. Gizli Yalnızlık

İnsana dışarıdan bakıldığında hiçbir sorunu yokmuş gibi görülür. Yaşadığı ciddi üzüntüden sonra ortaya çıkar. Bu üzüntüler dışarıya yansıtılmamıştır. “Her üzüntümü ya da sinirimi içime atıyorum” diyenlerin yaşadığı yalnızlıktır. Bu yalnızlık, olaylara ya da kişilere, daha geniş bir ifadeyle hayata bakış açısının değiştirilememesi durumunda derin yalnızlığa doğru insanı sürüklenme potansiyeline sahiptir (Yahyaoğlu, 2011: 46 ).

Özodaşık (1989), yalnızlığı fiziksel yalnızlık, yabancılaşma, kınama, kendi isteği ile gerçekleşen yalnızlık ve gerçek yalnızlık olmak üzere beş boyutta sınıflandırmıştır :

- Fiziksel yalnızlık (tek başına oluş): Bir insanın tek başına yaşama biçimidir. Bir insanın kendi çevresinden almaya alıştığı uyaranlardan yoksun kalması davranış bozukluklarına yol açabilmektedir. Çünkü fiziksel yalnızlık, zamanla duygusal yalnızlığa dönüşebilmektedir. Uzun süre fiziksel olarak yalnız kalan kişilerde ruhsal çöküntü, gerçek ile gerçek dışını ayırt etmede zorluk çekme, dikkatini toplayamama durumlarına sıklıkla rastlanmaktadır.
- Yabancılaşma (toplumu dışlayanlar): Kişinin içinde yaşadığı kendi toplumuna yabancılaşma biçiminde yaşanan yalnızlıktır. Bu tür kişileri toplum standartları tatmin etmemektedir. Toplum standartlarının eksik ya da yanlış olduğunu düşünen bu bireyler, toplumu reddederek, benimsedikleri bir yaşam tarzını tek başlarına sürdürmeye çalışan insanlardır.
- Kınama (toplum tarafından dışlananlar): İçinde yaşadığı toplumdan bir çok yönüyle ayrılan kişilerin bu farklarından dolayı, toplum tarafından dışlanarak, yalnızlığa iletilmesi durumudur. Herhangi bir kişisel özelliğinden veya bir davranışından dolayı insanlar, üstü kapalı olarak toplum tarafından dışlanmaktadır. Bundan dolayı birey güçsüzlük ve zavallılık duygularının

içine düşmektedir. Böyle kişiler kınama duyguları altında kendilerini ezilmiş hissederek yalnızlık duygularına kapılmaktadır.

- Kendi tercihi ile gerçekleşen yalnızlık: Bu tür yalnızlık, insanın çevresiyle ilişkilerini en aza indirerek, kendi seçimi ile yaşadığı yalnızlık biçimidir.
- Gerçek yalnızlık: Kişinin kendisini anlaşılmamış ve kimsesiz hissettiği yalnızlık türüdür. Bu tip yalnızlık, psikolojik bir yalnızlıktır. Bu tip yalnızlık yaşayan kişiler, ilgilerinin ve fikirlerinin çevresindeki insanlar tarafından paylaşılmadığını, kendilerinin terk edildiğini, uyumsuz bir kişi olduğunu düşünmektedirler. Bu kişilerin kendileri hakkındaki olumsuz düşünceleri çok daha fazla olduğu için, çevresindekilerin de kendisi hakkında olumsuz düşünceler beslediğini düşünmektedirler.

### **3.6. Yalnızlıkla İlgili Değişkenler**

Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda yaş, cinsiyet, bireye ait kişilik özellikleri, aile ve arkadaşlık ilişkileri gibi bir takım etmenlerin yalnızlık yaşamlarının hızlanması, yaygınlaşmasında rol oynadığı kabul edilmektedir. Bu bölümde yalnızlık yaşantısı ile ilişkisi olduğu kabul edilen değişkenlerle ilgili araştırmaların bulgularına yer verilmiştir.

### **3.7. Yalnızlık ve Yaş İlişkileri**

Orzeck ve Rokach, (2004) Yalnızlık ve bireyin yaş değişkeni arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışma sonuçlarında farklı bulgulara rastlanmaktadır. Subjektif bir deneyim olarak yalnızlığın, bireyin kişilik özellikleri, yaşam deneyimleri ve durumsal değişkenlerden kaynaklandığı düşünülerek, farklı yaş dönemlerinde farklı yoğunlukta yaşanacağı kabul edilmektedir (Akt. Özatça, 2009;35).

Yalnızlığın birey açısından yaşamın her aşamasında ortaya çıkabileceği gibi yapılan araştırma sonuçlarıyla yalnızlık yaşantısı açısından ergenlerin risk altında olduğunun altı çizilerek, ergenlik döneminde yalnızlığın daha yoğun ve sık yaşandığını belirtilmiştir. Brennan (1982) Ergenlik, yalnızlık kavramının yoğun ve fark edilebilen bir olgu olarak ilk ortaya çıktığı yaşam dönemidir. Her ne kadar yalnızlığın ölçülmesinde zorluklar olsa da elde edilen veriler, ergenler arasında yalnızlığın acı verici ve yaygın bir durum olduğunu göstermektedir (Akt. Yücel, 2009;47).

Quay (2002), okul öncesi dönemdeki 876 çocukla yaptığı çalışmada, yaşın yalnızlıkla bağlantılı olduğunu belirterek, örneklemindeki yaşı büyük çocukların

yalnızlık düzeyinin küçük olanlara göre daha fazla olduğunu bildirmiştir. Tambelli ve arkadaşları (1989) tarafından yapılan araştırmada ise kız ergenlerde yalnızlık düzeyi incelenmiş ve yalnızlığın yaşın ilerlemesiyle yükseldiği, bu duygunun küçük yerleşim birimlerinde yaşayanlarda büyük metropolitanelerde yaşayanlardan daha yoğun olduğu bulunmuştur (Akt., Buluş, 1997).

Demir (1990), ise üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada yer alan örnekleminde yalnızlık düzeyinin yaşa göre farklılaşmadığını bulmuştur. Yapılan bir araştırmada, orta yaş ergenlerin geç yaş ergenlere göre daha fazla duygusal yalnızlık hissettikleri ve erken yaş ergenlerin orta ve geç yaş ergenlerden daha fazla sosyal yalnızlık yaşadıkları bulunmuştur.

### **3.7.1. Yalnızlık ve Cinsiyet**

Yalnızlık yaşantısı ile ilgili çalışmalarda dikkate alınan değişkenlerden birisi de cinsiyet olmaktadır. Bu ilişkide farklı bulgulara rastlanılmaktadır. Roscoe ve Skomski (1989), üniversite öğrencilerinin yalnızlık yaşantıları ile ilgili yaptığı çalışma da, erkeklerin kızlara göre yalnızlık puanlarının aritmetik ortalamalarının yüksek olduğunu fakat bu farkın anlamlı olmadığını belirtmiştir (Akt., Özatça, 2009;36).

Araştırma sonuçlarına göre; cinsiyetin yalnızlık düzeylerine etkisi önemli ölçüde farklılaştırmakta, erkek öğrencilerin yalnızlık düzeylerinin kız öğrencilerinkinden yüksek olduğu görülmektedir (Buluş, 1996; Güngör, 1996; Saraçoğlu, 2000). Demir (1990), üniversite öğrencilerinin yalnızlık yaşantısını etkileyen faktörler konusunda yaptığı çalışmanın bulgularında, erkeklerin yalnızlık düzeylerinin, kızlarınkinden anlamlı ölçüde yüksek olduğunu ve bu sonucun cinsler arasındaki geleneksel cinsiyet rol ve duygusal tepkileri sergileme davranışlarının farklı öğrenilmesi sonucu meydana gelmiş olabileceğini belirtmiştir.

### **3.7.2. Aile İlişkileri ve Yalnızlık**

Aile ilişkileri de yalnızlık konusunda bireyin hayatında önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Yalnızlık araştırmalarında, örneklem grubu ergenler ve genç-yetişkinler ise genellikle arkadaşlık ilişkileri öne çıkmaktadır. Fakat bilindiği gibi aile ilişkileri de ergen açısından önemlidir. Bullock (1993) sıcak ve sevecen ailelere sahip olup, aileleri tarafından desteklenen çocuklarda yalnızlık düzeyinin düşük olduğunu

belirtmektedir. Bu bilgiye dayanarak ebeveyn çocuk ilişkisindeki niteliğin yalnızlık üzerinde etkili olduğu söylenebilir (Akt.,Çeçen, 2008; 417).

Aile ile ilişkilerin yalnızlık düzeyini etkilediği kabulü üzerinden, Olson (1993), aile tipleri ve gençlerin yalnızlığı arasındaki ilişkide, yalnızlığa neden olabileceğini belirttiği iki aile modeli ileriye sürmüştür(Akt. Özatça, 2009; 38) :

- Sıkı Sarmalayan Aile (Rigidly Enmeshed Family ): Duygusallıkla çocuklarını sarmalayan bu aile tipi, narsistik müdahalelere sahiptir. Bireyin aşırı derecede korunması onun sosyal keşiflerine, becerilerini geliştirmesine, sosyal çevre ile etkileşim deneyimlerine izin vermemektedir. Bu tür davranışlarıyla çocuğuna olan sevgisini dile getirdiğini sanan anne ve babalar gerçekte kendi yalnızlığını ve mutsuzluğunu telafi etmektedirler. Ailenin, çocuğa kendi benliğini tanımasına fırsat vermemesi, çocuğun ailenin istediği yönde bağımlı bir kişi olarak gelişmesine neden olmaktadır. Böylelikle çocuğun yalnızlık yaşaması kaçınılmaz olmaktadır.
- Karmakarışık Düzensiz Aile (Choatically Disengaged Family): Çeşitli sosyal yönlendirme ve örneklerle bireye sosyal becerisini geliştirmede yardımcı olmayan aile tipidir. Bu tip ailelerde anne baba arasındaki görüş ayrılıklarına sıklıkla rastlanır. Bu durum çocuğun doğru olanı kestirememesine neden olmakta ve çocukta iç çatışma ve huzursuzlukların oluşmasına neden olmaktadır.

### **3.8. Yalnızlıkla İlgili Yapılan Çalışmalar**

Psikolojik bir durum olan yalnızlık yaşantısı, birçok psikososyal değişken ile yakından ilişkilidir. Bu konuda özellikle yurtdışında birçok araştırma yapılmıştır.

Tambelli ve arkadaşları (1989) tarafından yapılan araştırmada, kız ergenlerde yalnızlık düzeyi incelenmiş ve yalnızlığın yaşın ilerlemesiyle yükseldiği, bu duygunun küçük yerleşim birimlerinde yaşayanlarda büyük metropolitanelerde yaşayanlardan daha yoğun olduğu bulunmuştur.

Buluş (1996) ergen öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada yalnızlık ile denetim odağı arasında doğrusal bir ilişki bulmuş, içten denetimli kız ve erkek öğrencilerin yalnızlık düzeylerinin daha düşük olduğunu ve yalnızlığın cinsiyet, kardeş sayısı, anne öğrenim düzeyi, anne mesleği ve öğrencilerin aile ortamını algılama şekli (demokratik-otoriter) gibi demografik özelliklerden etkilendiğini bulgulamıştır (Buluş,1997:84).

Duru (1995) üniversite öğrencilerinde yabancılaşma ve yalnızlık düzeyi ilişkisini incelemiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; yabancılaşma ve yalnızlık arasında yüksek bir ilişki ve düzeylerinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Sonuçlar ayrıca, öğrencilerin sosyal ilişkilerine ait etmenlerin yabancılaşma ve yalnızlık üzerinde, bireysel ve ailevî özelliklerden daha fazla etkili olduklarını da göstermiştir (Duru, 1985:78).

Çalışmalar yalnızlık çeken insanların sosyal becerilerinin az geliştiğini ve diğer insanlara ilişkin beklentilerinde kötümser olduklarını göstermiştir. Örneğin, Gerson ve Perlman (1979) sürekli yalnızlık çeken üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerinin durumsal yalnızlık çeken öğrencilerinkinden daha yetersiz olduğunu bulmuşlardır (Eskin, 2001:4).

Jones ve arkadaşları (1981) yalnızlığın kişisel ve diğer belirleyicilerini araştırdıkları çalışmalarında; yalnız öğrencilerin kendilerini olumsuz algıladıklarını, benlik duygularında ve sosyal becerilerinde yetersizlikler sergilediklerini bildirdiklerini, diğer insanları genel olarak olumsuz, yabancılaşmış ve dışsal denetimli olarak tanımladıklarını ve bu insanların kendilerini de olumsuz algıladıklarını ortaya çıkarmışlardır. Sonuçlar; ayrıca yalnızlığın bilişsel ve duygusal belirleyicileri ile de bağlantılı olduğunu göstermiştir.

Bir diğer araştırmada; Hoglund ve Collins (1989) üniversite öğrencilerinde irrasyonel inançlar ile yalnızlık arasında ilişki bulmuşlardır. Bu sonuç, yalnızlık yaşantısının bilişsel yönünü vurgulaması açısından önemlidir.

Hojat (1982) çocukluk döneminde anne-babası ve akranları ile doyum verici kişilerarası ilişkiler yaşamamış olanların erişkinlikte daha çok yalnızlık yaşadığını saptarken, bir diğer araştırmada ise yalnızlık ile depresyon, kaygı ve nörotizm arasında pozitif; öz değer (benlik saygısı) ve dışa açılım arasında da negatif ilişkiler bulmuştur (Hojat; 1982)

Jones ve arkadaşları (1985) tarafından yapılan bir araştırmada iki farklı kültürde yalnızlığın belirleyicileri üzerinde durulmuştur. Araştırmacılar yalnızlığı oluşturan etmenlerin kültürden kültüre genel olarak farklılık göstermediğini ve sabit kaldığını bulmuşlardır.

Ülkemizde ise yalnızlık ile ilgili en detaylı araştırma Demir (1990) tarafından yapılmıştır. Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bu araştırmanın sonuçları; erkek öğrencilerin kızlardan, akademik yönden başarısız olanların başarılılardan, serbest

zamanını tek başına geçirenlerin başkalarıyla geçirenlerden, aylık gelirini sosyal etkinlikler için yeterli görmeyenlerin görenlerden, çevresinden sosyal destek almayanların alanlardan, yakın arkadaş sayısı az olanların fazla olanlardan, yeni sosyal ilişkiler kurmaya isteksiz olanların isteklilerden, sosyal becerilerim yetersiz görenlerin yeterli görenlerden, sorunlarını kimseye açmayanların sorunlarını başkalarına açanlardan, anneyle, babayla, karşı cinsle, aynı cinsle, kardeşlerle olan ilişkilerinden memnun olmayanların bu ilişkilerinden menimin olanlardan, anne ve babası arasındaki ilişkiden memnun olmayanların memnun olanlardan daha fazla yalnızlık duygusu yaşadıklarını göstermiştir.

Konuyla ilgili olarak Akyıldız (1994) yalnızlık duygusunu sosyal psikoloji açısından, üniversite mezunlarından oluşan bir örnekleme de değerlendirmiştir. Sonuçta, yalnızlığın cinsiyet yaşanan yerleşim merkezi ve anne-baba tutumuna bağlı olarak farklılaştığını elde etmiştir.

Bir diğer araştırmada Duru (1995) üniversite öğrencilerinde yabancılaşma ve yalnızlık düzeyi ilişkisini incelemiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; yabancılaşma ve yalnızlık arasında yüksek bir ilişki ve düzeylerinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Sonuçlar ayrıca, öğrencilerin sosyal ilişkilerine ait etmenlerin yabancılaşma ve yalnızlık üzerinde, bireysel ve ailevi özelliklerden daha fazla etkili olduklarını da göstermiştir.

Buluş (1996) ergen öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada yalnızlık ile denetim odağı arasında doğrusal bir ilişki bulmuş, içten denetimli kız ve erkek öğrencilerin yalnızlık düzeylerinin daha düşük olduğunu ve yalnızlığın cinsiyet, kardeş sayısı, anne öğrenim düzeyi, anne mesleği ve öğrencilerin aile ortamı algılama şekli (demokratik-otoriter) gibi demografik özelliklerden etkilendiğini bulgulamıştır.

Vesile ve Vedat Çakır'ın (2011) yalnızlık ve televizyon kullanımı üzerine yaptıkları çalışmada insanların yalnızlık seviyelerine bağlı olarak hangi doyumları elde etmek amacıyla televizyon izlediği sorusuna cevap aranmıştır. Yapılan analiz sonuçları, yalnızlık düzeyi arttıkça televizyon izleme süresinin arttığını, yalnızların en çok televizyonda magazin programları, diziler ve sinema filmlerini izlediğini ortaya koymuştur. Yalnızlar arkadaşlık ve kaçış, zaman geçirme ve alışkanlık eğlence ve sosyal etkileşim gereksinimlerini doyumak için televizyon izlemektedirler. Ancak yalnızlık düzeyi arttıkça, televizyonda bilgilenme motivasyonuna verilen önem azalmaktadır.

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **4. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE SOSYALLEŞME VE YALNIZLIĞIN TESPİT EDİLMESİNE YÖNELİK FACEBOOK KULLANIMIYLA İLGİLİ ALAN ARAŞTIRMASI**

Bu çalışmanın birinci bölümünde yeni iletişim teknolojileri bu teknolojinin sunduğu yeni ortamlarla ilgili teorik bilgiler, ikinci bölümünde, sosyalleşme ve birey, üçüncü bölümde yalnızlık ve birey ile ilgili bilgi verilmiş, dördüncü ve son bölümde ise yapılan alan araştırmasıyla birlikte somut verilere ulaşılmıştır. Bu alan araştırmasının temel amacı, Elazığda sosyal paylaşım ağlarından biri olan facebook kullanımının ne yönde olduğunu ve bu kullanım sonrası facebook'un insanlar üzerinde bıraktığı etkiyi somut verilerle ortaya koyup, gerçek yaşamdaki sosyalleşme ve yalnızlık düzeyleri ile sanal ortamlardaki sosyalleşme ve yalnızlık düzeylerini tespit etmektir.. Bu bölüm ise, Elazığdaki facebook kullanıcılarının sosyalleşme ve yalnızlık durumlarının değerlendirmesine yönelik yapılmış olan alan araştırmasının sonuçlarına ayrılmıştır.

#### **4.1. Metodoloji**

Araştırma konusu facebook aracılığı ile sosyalleşmede gerçek yaşamdaki sosyallik ve yalnızlığın rolüdür. Bu çalışmada alan araştırması yapılarak anket yöntemi uygulanmıştır. Anket Elazığ ilindeki 425 facebook kullanıcıasına, konuyla ilgili mevcut literatürün taranması sonrasında hazırlanmış ve uygulanmıştır. Anketlerden 20'si çeşitli sebeplerle geçersiz kabul edilmiş 400 anketten elde edilen veriler uygun istatistiki analizlere tabi tutulmuştur.

##### **4.1.1. Amaç ve Sorular**

Araştırmanın temel hedefi ilk olarak, Elazığ il merkezinde yaşayan sosyal paylaşım ağı kullanıcılarının profilleri ile ilgili bilgileri analiz edip gerçek yaşamdaki sosyalleşme ve yalnızlık durumlarına bağlı olarak sanal ortamdaki sosyalleşme durumlarını saptamaktır. Pek çok alt soru oluşturulmuş olmakla birlikte asıl sorun gerçek yaşamdaki sosyallik düzeyi ve yalnızlık düzeyinin Facebook kullanımının temel dinamikleri olup olmadığını ortaya koymaktır.

Söz konusu ana amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

Araştırma Sorusu 1: Facebook'ta geçirilen süre cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Araştırma Sorusu 2: Yaş eğitim ve gelir düzeyi ile Facebookta geçirilen süre arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Araştırma Sorusu 3: Facebook'taki arkadaş sayısı kişilerin gerçek yaşamdaki sosyallik seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Araştırma Sorusu 4: Ortalama bir günde Facebook'ta geçirilen zaman kişilerin gerçek yaşamdaki sosyallik düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Araştırma Sorusu 5: Facebook'ta ortalama bir günde geçirilen süre gerçek yaşamdaki yalnızlık seviyesine anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Araştırma sorusu 6: Facebook'taki arkadaş sayısı kişilerin yalnızlık seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Araştırma sorusu 7: Facebook ile sanal sosyalleşme durumu kişilerin gerçek yaşamdaki sosyalleşme düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Araştırma sorusu 8: Facebook ile sanal sosyalleşme durumu kişilerin gerçek yaşamdaki yalnızlık düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

#### **4.1.2. Kapsam ve Sınırlılıklar**

Elazığ merkezinde rastgele seçilen sosyal paylaşım ağı kullanıcılarına uygulanmıştır. Anket internet üzerinde değil gerçek yaşamda kağıt kalem tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında sosyal medya kullanımını belirleyen pek çok faktör arasında sosyo-demografik özellikler gerçek yaşamdaki yalnızlık ve sosyallik seviyesi üzerinde durulmuş, boş zaman geçirme alışkanlıkları, sosyal medya kullanım motivasyonları, diğer medyayı kullanım yoğunluğu gibi faktörler dışarda tutulmuştur. Sosyal medya türleri arasında ülkemizde en yaygın kullanılan facebooktur. Bu sebepten diğer sosyal medya türleri çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Bu da çalışmanın önemli bir sınırlılığdır. Soru formu 425 kişiye uygulanmış, geçersiz anketlerin iptal edilmesi sonucu 400 kişilik bir guruba ulaşılmıştır.

#### **4.1.3. Örneklem**

Elazığ da yaşayan sosyal paylaşım ağı kullanıcılarının profilleri ile ilgili bilgileri analiz edip gerçek yaşam ile sanal ortamlardaki sosyalleşme ve yalnızlık durumlarını

saptamak ve bu özel durumların facebook kullanımına nasıl yansıdığını tespit etmek amacıyla Elazığ il merkezinde bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın evrenini Elazığ merkezde yaşayan 16 yaş ve üzeri kişiler oluşturmaktadır. Anket sadece facebook kullanıcılarına uygulandığı için örneklem belirleme yöntemi “amaçlı örneklem”dir. Soru formu toplam 425 kişiye uygulanmış, geçersiz anketlerin iptal edilmesi sonucu 400 kişilik bir örneklem grubuna ulaşılmıştır.

#### **4.1.4. Soru Formu ve Ölçüm Araçları**

Araştırmaya katılan facebook kullanıcılarının gerçek yaşam ile sanal ortamdaki sosyalleşme ve yalnızlık düzeylerini belirlemek amacıyla 18 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Soru formu, öncelikli olarak 50 kişilik kontrol grubu üzerinde ön teste tabi tutulmuştur. Bu sayede katılımcıların anket sorularını ve cevaplarını ne derece anlayabildikleri ve anketin alanı kapsama becerisi gözlenerek anket formunun son şekli verilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler PASW 18 istatistik programına aktarılmıştır. Betimleyici istatistik analizleri (Basit frekans analizleri), Bağımsız İki Örneklem T- testi ve Korelasyon analizleri yapılmıştır.

Anket formunda katılımcılara sosyo-demografik özellikleri, facebook kullanım sıklığı, facebook kullanımı ile ilgili görüşleri, gerçek yaşamdaki sosyalleşme ve yalnızlık durumları ile sanal ortamdaki sosyalleşme karşılaştırmalı olarak belirlemeye yönelik Ucla Yalnızlık ölçeği, İlişkiler ölçeği ve facebook kullanım ile ilgili oluşturulan ölçek soruları uygulanmıştır. Anket formunda katılımcıların sosyalleşme ve yalnızlık durumlarını tespit etmeye yönelik üç farklı ölçek kullanılıp bunlar kendi içinde ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Ölçüm araçları ile ilgili ayrıntılı bilgiler aşağıda yer almaktadır.

##### **4.1.4.1. Sosyo-Demografik Değişkenler**

Örneklem grubunun sosyo-demografik özelliklerinin belirlenebilmesi amacıyla deneklere cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim seviyesi, gelir düzeyi gibi kategorik soruların yanı sıra; yaş, eğitim süresi ve gelir düzeyi gibi açık uçlu sorular sorulmuştur.

##### **4.1.4.2. Sosyal Paylaşım Ağlarının Takip Edilme Durumu**

Katılımcıların sosyal paylaşım ağlarını takip etme durumlarını belirlemek amacıyla deneklere sosyal paylaşım ağlarını en çok hangi amaçla kullandıkları, sosyal

paylaşım ağlarında geçirdikleri süreyi, sosyal paylaşım ağlarını takip ettikleri saat aralığı ve takip etme sıklıklarına ilişkin sorular yöneltilmiştir. Ayrıca katılımcıların facebook profil bilgilerini paylaşma, bilgilerin gerçeği yansıtma durumu, facebookta tanıştıkları kişilerle gerçek yaşamda arkadaşlık kurma durumları, facebooktaki gruplara üye olma durumları ile boş vakitlerini geçirdikleri kişiler ve boş vakitlerini geçirme durumlarını tespit etmeye yönelik sorular yöneltilmiştir.

#### **4.1.4.3. Facebook İle Sanal Sosyalleşme**

Katılımcılara facebook ile sanal sosyalleşme düzeylerini ölçmek için 10 yargıdan oluşan ölçek sunulmuştur. Belirtilen yargılar, “Kesinlikle Katılmıyorum” (1), “Katılmıyorum” (2), “Kararsızım” (3), “Katılıyorum” (4), “Kesinlikle Katılıyorum” (5), şeklinde 5 noktalı Likert tipi ölçek ile değerlendirilmiştir. Bu 10 maddenin birlikte Cronbach’s Alpha katsayısı .81 olarak hesaplanmıştır. Maddelerin birlikte aynı yapıyı ölçen bir ölçek oluşturup oluşturmadığını tespit etmek için madde silinirse toplam puan korelasyonlarına bakıldığında hiçbir maddenin ölçekten çıkarılmasına gerek olmadığı, çıkarıldığı takdirde ölçek güvenilirlik katsayısının düştüğü gözlenmiştir. Madde silinirse toplam puan korelasyonları .78 ve .80 arasında değişmektedir.

#### **4.1.4.4. UCLA Yalnızlık Ölçeği**

Russell, Peplau ve Ferguson’un ilk defa 1978’de yayınladıkları bir makale ile test ettikleri UCLA Yalnızlık Ölçeği, 1980 verilerine göre Social Science Citation Index’te 500’un üzerinde atıf ile yalnızlığın en yaygın kullanılan ölçümü olmuştur. Yazarların, yalnızlığı ölçmek için güvenilir ve kullanışlı bir enstrüman geliştirme yolundaki bu ilk çalışmasında Sisenwein (1964)’in yalnızlık deneyimini teşhis ve tanımlama için hazırladığı 75 maddelik yalnızlık ölçeğinden alınmış, 25 madde bulunmaktadır. Cevaplama formatı da Sisenwein tarafından kullanıldığı şekliyle “asla bu şekilde hissetmiyorum” dan “çoğunlukla böyle hissediyorum” a uzanan dört noktalı ölçektir. Her katılımcı için 25 maddeye verilen cevapların basit toplamına dayanan bir toplam yalnızlık ölçeği skoru hesaplanmıştır. Başlangıçtaki 25 maddenin 20’si nihai UCLA Yalnızlık Ölçeği için seçilmiştir. 239 öğrenci denekten toplanan verilere göre ölçeğin alpha katsayısı 0.96’dır (Russell ve ark. 1978: 291).

UCLA Yalnızlık Ölçeği makul derecede yeterli bir ölçüm olmasına rağmen ölçekle ilgili bazı potansiyel problemler görülmüştür. Bunlardan biri ölçekteki sosyal

tatminsizlik hissini yansıtması amacıyla tasarlanmış tüm maddeler aynı yönde (olumsuz) ifade edilmesidir. Bu, toplam ölçek skorunu etkileyen sistematik yanıt yanlılığı durumudur. Russell, Peplau ve Cutrona (1980) bu tepki yanlılığını ortada kaldırmak, ölçekte metodolojik arıtma yapmak amacıyla yaptıkları bir çalışma UCLA Yalnızlık ölçeğini gözden geçirmiş 1980’de yayınlanan makalelerinde ölçeğin ikinci versiyonunu duyurmuşlardır. 162 öğrenci denek üzerinde gerçekleştirilen bir çalışmayla oluşturulan yeni ölçek yarısı sosyal ilişkilerde doyumunu, yarısı doyumsuzluğu yansıtan 20 maddeden (pozitif ifade edilmiş 10 madde ve negatif ifade edilmiş 10 madde) oluşmuştur. Maddelerin rastgele karıştırıldığı ölçekte cevaplama formatı 4 noktalı (1 Asla, 2 Nadiren, 3 Bazen, 4 Çoğunlukla), alpha katsayısı ise 0.94’tur (Russell ve ark. 1980: 474).

Yalnızlığa dair pek çok araştırma alanda standart bir ölçek olarak görülen UCLA Yalnızlık Ölçeğini kullanmaktadır (Russell ve ark. 1978, Russell ve ark. 1980). Araştırmacıların yalnızlığı üniversite öğrencileri dışındaki popülasyonlar üzerinde araştırmaya başlamasıyla birlikte (Russell 1996: 21) ölçeğin ikinci versiyonunda maddelerin ifade edilişi ile ilgili problemler tespit edilmiştir: Bazı kelime ya da ifadeler çifte negatiflik içermektedir (“Kendimi yalnız hissetmiyorum” ifadesine verilen “asla” yanıtı gibi). Bu da ölçek yaşlılara uygulandığında maddelerin anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Üniversite öğrencileri arasında da soruların okunabilirliği ile ilgili problemler tespit edilmiştir. Örneğin, bazı öğrenciler “My social relationships are superficial” maddesindeki “superficial” kelimesini anlamamaktadır. Bu problemler yüzünden cevap formatı ve maddelerin ifade edilişleri basitleştirilmeye çalışılmış ve UCLA Yalnızlık Ölçeği’nin üçüncü versiyonu geliştirilmiştir. Bu versiyonda ölçeğin yeni versiyonundaki 20 maddenin 11’i negatif ifadelidir, 9’u pozitif ifadelidir. Yine tek boyutlu bir faktör yapısı sergileyen ölçeğin güvenilirliği farklı örneklemelerdeki (öğrenciler, hemşireler, öğretmenler, yaşlılar) çalışmalarda 0.89 ve 0.94 arasında değişmektedir (Russell 1996: 21- 22).

Ölçek ülkemizde ilk olarak Yaparel (1984) tarafından kullanılmıştır. Yaparel (1984) çeviri çalışmasını yaptıktan sonra kültürümüzde ölçeğin geçerliliğini saptamak amacıyla ön uygulama yapmıştır. Yaparel (1984) ölçeğin geçerliğini Beck Depresyon Ölçeğini ölçüt olarak incelemiş ve benzer ölçekler geçerliğinin .50 olduğunu bulmuştur. Ancak Yaparel’in (1984) çalışmasında ölçeğin geçerliği sadece Beck Depresyon

Envanteri kriter alınarak belirlenmiş, ölçeğin yalnızlıktan yakınan ve yakınmayan kişileri ayırt etmede yeterli olup olmadığı incelenmemiştir.

Ülkemizde ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Demir (1989) tarafından yapılmıştır. Demir (1989)'in yaptığı çalışmada ölçeğin iç tutarlılığı ile ilgili analizler toplam 72 kişi üzerinde hesaplanmış ve cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .96 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin beş hafta ara ile yapılan test tekrar test güvenilirlik katsayısı .94 olarak bulunmuştur. Dünyada ve ülkemizde yalnızlıkla ilgili yapılmış pek çok çalışmada UCLA Yalnızlık Ölçeği'nin kullanıldığı görülmektedir.

UCLA Yalnızlık Ölçeği'nin güvenilirliği çeşitli teknikler kullanılarak test edilmiş ve güvenilirlik yüksek bulunmuştur. Bu çalışmada da katılımcıların yalnızlık düzeyini ölçmek amacıyla, dünyada ve ülkemizde yapılmış pek çok araştırmada da kullanılan UCLA Yalnızlık Ölçeği'nden (üçüncü versiyon) yararlanılmıştır. Bireyin yalnızlık derecesini belirlemeye yarayan ölçek, 9 maddesi olumlu (anlamsal olarak yalnızlık içermeyen), 11 maddesi de olumsuz (anlamsal olarak yalnızlık içeren) olmak üzere, tek boyut ve 20 maddeden oluşan 4 noktalı (1= Hiçbir Zaman, 4= Her Zaman) Likert tipi bir ölçektir. Ölçeğin güvenilirliği (Cronbach's  $\alpha$ ) farklı örneklemelerdeki (öğrenciler, hemşireler, öğretmenler, yaşlılar) çalışmalarda 0.89 ve 0.94 arasında değişmektedir (Russell 1996: 21- 22).

Bu çalışmada katılımcıların gerçek yaşamdaki yalnızlık durumlarını tespit etmeye yönelik 20 yargıdan oluşan UCLA Yalnızlık Ölçeği sunulmuştur. Bu yargılar katılımcıların gerçek yaşamda yalnız olup olmadıklarını ortaya çıkarmaya yönelik ifadelerdir. Belirtilen yargılar, "Hiçbir Zaman" (1), "Nadiren" (2), "Bazen" (3), "Sık Sık" (4), şeklinde 4 noktalı Likert tipi ölçek ile değerlendirilmiştir. 20 maddelik UCLA YAalnızlık ölçeği maddelerinin Cronbach's Alpha katsayısı .83 olarak bulunmuştur. Kişilerin yalnızlık seviyesi (yalnızlar ya da yalnız olmayanlar) bu ölçekten elde edilen puanlara göre belirlenmiştir. Bu ölçekten elde edilebilecek en yüksek puan 80, en düşük puan ise 20'dir. Buna göre ölçekten 50 ve daha altı puan alanlar "yalnız olmayanlar", 51 ve daha üstü puan alanlar ise "yalnızlar" grubuna dahil edilmiştir.

#### 4.1.4.5. İlişki Ölçekleri Anketi (İÖA)

İlişki Ölçekleri Anketi , Griffin ve Bartholomew (1994) tarafından geliştirilmiş Sümer ve Güngör (1999) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Yetişkinlerin bağlanma stillerini ölçmek amacıyla geliştirilen ölçek, güvenli, saplantılı, kayıtsız ve korkulu bağlanma stillerinden oluşan dört alt ölçekten oluşmaktadır. Toplam 30 maddeden oluşan ölçek 1 (Hiç benim gibi değil), 7 (Tamamen benim gibi) olmak üzere 7'li likert tipi cevaplamayı gerektirmektedir.

Ölçek orijinalinde toplam 30 maddeden oluşmaktadır. Bahtiyar Eraslan Çapan'ın 2009 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisinde yayımlanan “Öğretmen adaylarının kişilerarası ilişkileri ve bağlanma stilleri arasındaki ilişki” çalışmasında 14 madde olarak kullanılmıştır. Bu çalışmada da Eraslan'ın çalışmasında kullandığı şekliyle katılımcılara gerçek yaşamda yakın duygusal ilişkilerinde kendilerini nasıl hissettiklerini tespit etmeye yönelik 14 yargıdan oluşan İlişki ölçeği sunulmuştur. Ayrıca bu yargılar katılımcıların gerçek yaşamdaki sosyallik durumlarını ortaya çıkarmaya yönelik ifadelerdir. Belirtilen yargılar, “Kesinlikle Katılmıyorum” (1), “Katılmıyorum” (2), “Kararsızım” (3), “Katılıyorum” (4), “Kesinlikle Katılıyorum” (5), şeklinde 5 noktalı Likert tipi ölçek ile değerlendirilmiştir. Bu çalışmada toplam 400 anket üzerinden 14 maddenin birlikte aynı yapıyı ölçen bir ölçek oluşturup oluşturmadığını belirlemek amacıyla Cornbach's Alpha katsayısına ve madde silinirse toplam puan korelasyonlarına bakılmıştır. Sözkonusu 14 madde için Cornbach Alpha katsayısı .53 olarak hesaplanmıştır. Toplam puan korelasyonları ise 4 madde silinirse güvenilirliğin .70 olacağını göstermektedir. Bu yüzden “Gerçek yaşamda kendimi bağımsız hissetmem benim için çok önemlidir”, “Gerçek yaşamda ihtiyacım olduğunda yardıma koşacakları konusunda başkalarına her zaman güvenebileceğimden emin değilim”, “Gerçek yaşamda başkalarıyla tam anlamıyla duygusal yakınlık kurmak istiyorum”, “Gerçek yaşamda kendi kendime yettiğimi hissetmem benim için çok önemlidir” maddeleri ölçekten çıkarılmış, kalan maddelerin Cornbach Alpha katsayısı .70 olarak hesaplanmıştır. Kişilerin gerçek yaşamdaki sosyallik seviyesi (sosyal ya da asosyal olma) 10 maddelik ölçekten elde edilen puanlara göre belirlenmiştir. Bu ölçekten elde edilebilecek en yüksek puan 50, en düşük puan ise 10'dur. Buna göre ölçekten 30 ve daha altı puan alanlar “sosyal”, 31 ve daha üstü puan alanlar ise “asosyal” grubuna dahil edilmiştir.

#### 4.1.5. Verilerin Analizi Ve Kullanılan Testler

Çalışmanın alan araştırması 15 Şubat- 15 Nisan 2012 tarihleri arasında katılımcılarla her anketörün yüz yüze görüşmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler PASW 18 istatistik paket programı kullanılarak elektronik ortamda işlenmiştir. Belirlenen araştırma sorularını sınamak için veriler uygun istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

Araştırmada, katılımcıları sosyo demografik özellikleri ve facebook kullanım durumlarını belirlemek amacıyla frekans analizi uygulanmıştır. Katılımcıların gerçek yaşamdaki sosyallik ve yalnızlık durumları ile facebooktaki sosyallik ve facebook kullanım durumlarını belirlemek amacıyla Bağımsız iki örneklem T-Testi uygulanmıştır. T-testi, gruplar arasında gözlenen farkların istatistiksel olarak manidar olup olmadıklarını ya da bu farkların basit bir şekilde şansa oluşup oluşmadığını, hipotez testlerini kullanarak test etmektir (Büyüköztürk, 2012: 39). T-testinin kullanılması için değişkenlerden en az biri sürekli olmalıdır, örneklem normal dağılım göstermelidir (Sönmez ve Alacapınar, 2011: 144).

Araştırmada cinsiyet ile facebookta geçirilen vakit, gerçek yaşamdaki sosyallik durumu ile gerçek yaşamdaki arkadaş sayısı, bir günde facebookta geçirilen zaman ile yalnızlık durumu, facebooktaki arkadaş sayısı ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumu, bir günde facebookta geçirilen zaman ile gerçek yaşamdaki sosyallik durumlarını tespit etmek amacıyla elde edilen veriler T-testine tabi tutulmuştur. Facebookta sanal sosyalleşmeyi ölçmek için geliştirilen 11 soruluk ölçeğin aritmetik ortalaması alınmıştır.

Bu çalışmada korelasyon analizlerine de yer verilmiştir. Kişisel özellikler ile facebookta geçirilen vakit arasındaki ilişkiye, yalnızlık durumları ile sanal sosyalleşme arasındaki ilişkiye, yalnızlık durumu ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme arasındaki ilişkiye, yalnızlık durumu ile kişisel özellikler arasındaki ilişkiye korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi basit ve kısmi korelasyon olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Basit korelasyon değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi, değişkenlerin ölçme yapısına, dağılımın özelliklerine, aralarındaki ilişkinin doğrusal olup olmamasına, değişken sayısına ve kontrol durumuna bağlı olarak farklı istatistiksel teknikler kullanılarak yapılmaktadır (Büyüköztürk, 2012:31). Kısmi korelasyon katsayısı, iki değişken arasındaki ilişkinin, bir ya da daha çok değişkenin kontrol edilmesiyle hesaplanmasını sağlar (Büyüköztürk, 2012:34). Bu çalışmada basit

korelasyon analizi yapılmıştır, ilişkisi aranan değişkenlerin ölçüm düzeyleri mesafeli olduğu için bu analiz yöntemi uygulanmıştır.

#### 4.2. Bulgular

Bu bölümde katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve diğer soru formlarının analizleri yapılmıştır. Anket Elazığ ili merkezinde 400 kişiye uygulanmıştır.

##### 4.2.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Bu bölümde katılımcıların cinsiyeti, yaşı, gelir düzeyi, eğitim süresi, medeni hali ve mesleği gibi özelliklere yönelik betimleyici istatistik bulgulara yer verilmiştir.

##### 4.2.1.1. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

**Tablo 1.** Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

|        | <b>F</b> | <b>%</b> |
|--------|----------|----------|
| Kadın  | 181      | 45,2     |
| Erkek  | 219      | 54,8     |
| Toplam | 400      | 100,0    |

**Tablo 1**'de araştırmaya katılanların (N=400) %54,8'si erkek, %45,2'i kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Bu oranlara göre deneklerin cinsiyet açısından dengeli olmaya yakın oldukları söylenebilir.

##### 4.2.1.2. Katılımcıların Yaş Dağılımı

**Tablo 2.** Katılımcıların Yaş Dağılımları

|                        | <b>F</b> | <b>%</b> |
|------------------------|----------|----------|
| <b>16-20Yaş Arası</b>  | 90       | 22,5     |
| <b>21-25 Yaş Arası</b> | 184      | 46,0     |
| <b>26-30 Yaş Arası</b> | 67       | 16,8     |
| <b>31-35Yaş Arası</b>  | 29       | 7,2      |
| <b>36-40 Yaş Arası</b> | 14       | 3,5      |
| <b>41-45 Yaş Arası</b> | 9        | 2,2      |
| <b>46-50 Yaş arası</b> | 5        | 1,2      |
| <b>50 Yaş ve Üstü</b>  | 2        | ,5       |
| <b>Toplam</b>          | 400      | 100,0    |

Araştırmaya katılanların yaş dağılımları incelendiğinde, katılımcıların en düşük 16, en yüksek 52 yaşında olduğu anlaşılmaktadır. Örneklem grubunun yaşlarının aritmetik ortalaması 24,8250, standart sapması ise 6,47063'dir. Tablo 2'de yer alan gruplandırma sonrası dağılımlara bakıldığında ise % 46,0'lık oranla 21-25 yaş arası grubun katılımcıların yoğunluğu oluşturduğu gözlenmektedir. 50 yaş ve üzeri katılımcılar % 5,5'lik oranla en düşük katılımcılar grubunu oluşturmaktadır.

#### 4.2.1.3. Deneklerin Eğitim Düzeyi

**Tablo 3.** Katılımcıların Eğitim Düzeyleri

|                                   | <b>F</b> | <b>%</b> |
|-----------------------------------|----------|----------|
| <b>Ortaokul Eğitimi Alanlar</b>   | 62       | 15,5     |
| <b>Lise Eğitimi Alanlar</b>       | 92       | 23,0     |
| <b>Üniversite Eğitimi Alanlar</b> | 158      | 39,5     |
| <b>Lisansüstü Eğitim Alanlar</b>  | 73       | 18,2     |
| <b>Doktora Eğitimi Alanlar</b>    | 15       | 3,8      |
| <b>Toplam</b>                     | 400      | 100,0    |

Katılımcılara, eğitim düzeyini öğrenmek amacıyla kaç yıl eğitim aldıkları sorulmuştur. Buna göre katılımcılar en az 8, en çok 23 yıl eğitim almışlardır ve eğitim süresinin ortancası (medyan) 13 yıldır. Yapılan gruplandırma sonrası Tablo 3'de görüldüğü üzere, eğitim düzeyi açısından en çok katılımcının % 39,5'lik oranla üniversite eğitimi alanlardan oluştuğu, en az katılımcının % 3,8 ile doktora eğitim alanlardan oluştuğu tespit edilmiştir.

#### 4.2.1.4. Katılımcıların Gelir Düzeyi

**Tablo 1.** Katılımcıların Gelir Düzeyleri

|                           | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|---------------------------|------------|--------------|
| <b>400-1000TL arası</b>   | 111        | 27,8         |
| <b>1001-1600TL arası</b>  | 68         | 17,0         |
| <b>1601-2200TL arası</b>  | 87         | 21,8         |
| <b>2201-2800 TL arası</b> | 37         | 9,2          |
| <b>2801-3400TL arası</b>  | 40         | 10,0         |
| <b>3401-4000 TL arası</b> | 27         | 6,8          |
| <b>4000 TL ve üzeri</b>   | 30         | 7,5          |
| <b>Toplam</b>             | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Katılımcıların gelir düzeyini öğrenmek amacıyla, katılımcıların aylık hane gelirleri açık uçlu soru olarak sorulmuştur. Yapılan gruplandırma sonrasında katılımcıların gelir düzeyleri Tablo 4’de yer almaktadır. Gruplandırmaya göre katılımcıların büyük çoğunluğu (%27,8) 400-1000 TL arası ve daha az (%21,8) ile 1601-2200 TL gelire sahip olanlardan oluşmaktadır. Katılımcıların hane gelir düzeyi ortalaması 2,082 TL, standart sapması ise 1275,780 TL’dir.

#### 4.2.2. Katılımcıların Sosyal Paylaşım Ağlarını Takip Etme Durumları

Katılımcıların sosyal paylaşım ağlarını takip etme durumları başlığı altında, katılımcıların en çok takip ettiği sosyal paylaşım ağı, sosyal paylaşım ağlarından facebook’u hangi sıklıkla kullandıkları, sıradan bir günde facebook’ta geçirdikleri zaman, ne zamandan beri facebook’a üye oldukları, facebooktaki bilgileri kimlerin görmesine izin verdikleri, facebookprofil bilgilerinin gerçek kimlik bilgilerini yansıtır durumu, facebookta tanışıp sonra gerçek yaşamda arkadaşlık kurduğu kişilerin olup olmadığı, facebookta grup üyeliğinin olup olmadığı, facebooktaki arkadaş sayısı, gerçek yaşamda sosyal çevredeki arkadaş sayısı, boş vakitleri kiminle geçirildiği, boş vakitlerde en çok ne yapıldığı irdelenmiş ve katılımcıların vermiş olduğu cevaplar değerlendirilmiştir.

#### 4.2.2.1. Sosyal Paylaşım Ağları

**Tablo 5.** Katılımcıların En Sık Kullandığı Sosyal Paylaşım Ağı

|               | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|---------------|------------|--------------|
| Facebook      | 390        | 97,5         |
| Myspace       | 1          | 0,2          |
| Twitter       | 9          | 2,2          |
| Diğer         | 0          | 0            |
| <b>Toplam</b> | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Tabloda Katılımcılara en çok takip ettikleri sosyal paylaşım ağı sorulmuştur. Tabloya göre 390 kişi (%97,5) sosyal paylaşım ağları içerisinde en çok facebook takip ettiğini belirtirken 1 kişi (%0,2) Myspace, 9 kişi (%2,2) Twitter, takip ettikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcılar genel olarak sosyal paylaşım ağları içerisinde facebook kullanmaktadırlar.

#### 4.2.2.2. Facebook Kullanım Sıklığı

**Tablo 6.** Katılımcıların Facebook'u hangi sıklıkla kullandıkları

|                      | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|----------------------|------------|--------------|
| Her gün bir kere     | 126        | 31,5         |
| Her gün birden fazla | 152        | 38,0         |
| Haftada birkaç kere  | 91         | 22,8         |
| Ayda birkaç kere     | 29         | 7,2          |
| Yılda birkaç kere    | 2          | 0,5          |
| <b>Toplam</b>        | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Katılımcılara, Facebook'u hangi sıklıkta kullandıkları sorulmuştur. 152 kişi (%38,0) Facebook'u her gün birden fazla kullandığını belirtirken, 126 kişi (%31,5) her gün bir kere, 91 kişi (%22,8) Haftada birkaç kere, 29 kişi (%7,2) ayda birkaç kere, 2 kişi (%0,5) ise yılda birkaç kere facebook kullandığını belirtmiştir. Tabloyu genel olarak yorumladığımızda, 152 kişi her gün birden fazla olmak üzere facebook kullanmaktadır.

#### 4.2.2.3. Facebook Bilgilerini Paylaşım

**Tablo 7.** Katılımcıların Facebook bilgilerini paylaşma durumları

|                                    | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|------------------------------------|------------|--------------|
| Herkes                             | 68         | 17,0         |
| Sadece Arkadaşlarım                | 259        | 64,8         |
| Sadece Benim İzin Verdiğim Kişiler | 59         | 14,8         |
| Sadece Ben                         | 14         | 3,5          |
| <b>Toplam</b>                      | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Tablo 7’de katılımcılara Facebookta bilgilerini paylaşma durumları sorulmuştur. 259 kişi (%64,8) facebooktaki bilgilerini sadece arkadaşlarıyla paylaştığını belirtirken, 68 kişi (%17,0) facebooktaki bilgilerini herkesle paylaşmaktadır. 59 kişi (%14,8) Facebooktaki bilgileri sadece benim izin verdiğim kişilerle paylaşmaktayım cevabını verirken, 14 kişi (%3,5) facebooktaki bilgileri sadece ben görmekteyim şeklinde cevaplamıştır. Sonuç olarak büyük çoğunluk facebooktaki bilgilerini sadece arkadaşlarıyla paylaşmaktadır.

#### 4.2.2.4. Facebook Bilgilerinin Gerçekliği

**Tablo 8.** Katılımcıların Facebook profillerinin gerçeği yansıtma durumları

|               | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|---------------|------------|--------------|
| Evet          | 354        | 88,5         |
| Hayır         | 46         | 11,5         |
| <b>Toplam</b> | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Katılımcılara facebookprofillerinin gerçeği yansıtıp, yansıtmadığı sorulmuştur. 354 kişi (%88,5) facebookprofillerinin gerçeği yansıttığını belirtirken, 46 kişi (%11,5) facebook profillerinin gerçeği yansıtmadığını belirtmiştir. Genel olarak facebookprofilleri gerçeği yansıttığına yöneliktir sonucuna ulaşılabilir.

#### 4.2.2.5. Facebookta Kurulan Arkadaşlıkların Gerçek Yaşama Aktarılması

**Tablo 9.** Katılımcıların Facebook'ta tanıştıkları kişilerle gerçek yaşamda arkadaşlık kurma durumları

|               | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|---------------|------------|--------------|
| Evet          | 133        | 33,2         |
| Hayır         | 267        | 66,5         |
| <b>Toplam</b> | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Katılımcılara, Facebookta arkadaş oldukları kişilerle gerçek yaşamda da arkadaşlık kurar mısınız sorusu yöneltilmiştir. 133 kişi (%33,2) Facebookta arkadaş olduğu kişiyle gerçek yaşamda da arkadaş olduğunu belirtirken, 267 kişi (%66,5) Facebookta arkadaş oldukları kişiyle gerçek yaşamda görüşmediğini belirtmiştir. Sonuç olarak sanal arkadaşlıklar gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara taşınmamaktadır, her şey sanal alemde kalmaktadır.

#### 4.2.2.6. Facebooktaki Gruplara Üyelik

**Tablo 10.** Katılımcıların Facebook'taki gruplara üye olup olmadıkları

|               | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|---------------|------------|--------------|
| Evet          | 307        | 76,8         |
| Hayır         | 93         | 23,2         |
| <b>Toplam</b> | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Katılımcıların facebooktaki gruplara üye olma durumları araştırılmıştır. Tablodaki verilere göre 307 kişi (%76,8) Facebook'taki gruplara üye olduğunu belirtirken, 93 kişi (%23,2) Facebookta herhangi bir gruba üye olmadığını belirtmiştir. Genel kanaat facebooktaki gruplara üye olmaya yöneliktir.

#### 4.2.2.7. Boş Vakitleri Geçirdikleri Kişiler

**Tablo 11.** Katılımcıların boş vakitlerini geçirdikleri kişilerle ilgili durumları

|                          | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|--------------------------|------------|--------------|
| Tek Başıma               | 26         | 6,5          |
| Kız/Erkek Arkadaşlarımla | 114        | 28,5         |
| Ailemden Birisiyle       | 77         | 19,2         |
| Arkadaşlarımla           | 183        | 45,8         |
| <b>Toplam</b>            | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Katılımcılara boş vakitlerini kimlerle geçirdiklerine yönelik soru sorulmuştur. 183 kişi (%45,8) boş vakitlerini arkadaşlarıyla geçirdiğini belirtirken, 114 kişi (%28,5) boş vaktini kız/erkek arkadaşıyla geçirmekte, 77 kişi (%19,2) boş vaktini aile bireylerinden biriyle, 26 kişi (%6,5) boş vaktini tek başına geçirdiğini belirtmiştir. Tabloya göre insanlar genel olarak birileriyle vakit geçirmekte ve yalnız olmamaya çalışmaktadırlar.

#### 4.2.2.8. Boş Vakitte Yapılan Aktiviteler

**Tablo 12.** Katılımcıların boş vakitleri geçirme durumları

|                               | <b>F</b>   | <b>%</b>     |
|-------------------------------|------------|--------------|
| TV Seyretmek                  | 93         | 23,2         |
| Sinemaya Gitmek               | 31         | 7,8          |
| Kitap Okumak                  | 26         | 6,5          |
| Müzik Dinlemek                | 52         | 13,0         |
| Facebook'ta İletişim Kurmak   | 44         | 11,0         |
| Arkadaşlarımla Vakit Geçirmek | 154        | 38,5         |
| <b>Toplam</b>                 | <b>400</b> | <b>100,0</b> |

Katılımcıların boş vakitlerini hangi eylemlerle doldurdıkları sorulmuştur. 154 kişi (%38,5) boş vakitlerinde arkadaşlarıyla vakit geçiririm seçeneğini işaretlerken, 93 kişi (%23,2) boş vakitlerinde TV seyretmekte, 52 kişi (%13,0) müzik dinlemekte, 44

kişi (%11,0) facebookta iletişim kurmakta, 31 kişi (%7,8) sinemaya gitmekte, 26 kişi (%6,5) boş vakitlerinde kitap okumaktadır.

#### 4.2.2.9. Cinsiyete Göre Facebookta Geçirilen Vakit

**Tablo 13.** Cinsiyet ve Facebookta Geçirilen Vakit

|                              | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$ | S      | Sd  | T    | P    |
|------------------------------|----------|-----|-----------|--------|-----|------|------|
| Facebook 'ta geçirilen vakit | Kadın    | 181 | 1.1459    | 106,97 | 398 | .017 | .987 |
|                              | Erkek    | 219 | 1.1476    | 101,11 |     |      |      |

(T= .017, sd=398, p> .05)

Facebook'ta geçirilen sürenin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için bağımsız iki örneklem T-testi analizi yapılmıştır (Tablo 13). Analiz sonuçlarına göre Facebook'ta harcanan süre cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir  $\{t(398)= .017, p> .05\}$ . Bağımsız iki örneklem T-testi sonuçlarına göre kadınlar ( $\bar{X}=1.1459$ ) ve erkekler ( $\bar{X}=1.1476$ ) hemen hemen aynı oranda facebook'ta vakit geçirmektedir.

#### 4.2.2.10. Yaş, Gelir ve Eğitim Düzeyi ile Facebookta Geçirilen Vakit Arasındaki İlişki

**Tablo 14.** Diğer Kişisel Özellikler ve Facebookta Geçirilen Vakit

|                               | Yaş    | Eğitim Düzeyi | Gelir Düzeyi |
|-------------------------------|--------|---------------|--------------|
| Facebook vakit geçirme süresi | -,117* | -,158**       | -,018        |

\*p<.05, \*\* p<.01

Korelasyon analizi sonuçlarına göre; araştırmaya katılanların günlük facebook'ta vakit geçirme süresi ile yaşı arasında negatif yönde zayıf bir ilişki vardır ( $r=-,117, p<.05$ ). katılımcıların facebook'ta vakit geçirme süreleri ile eğitim düzeyi arasında negatif yönde zayıf kuvvette bir ilişki ( $r=-,158, p<.01$ ) gözlenirken, gelir düzeyi

arasında bir ilişki ( $r=-,018$ ) olmadığı gözlenmektedir. Yaş, eğitim düzeyi arttıkça facebookta harcanan zaman miktarı düşmektedir.

#### 4.2.3. Facebook'un Sanal Sosyalleşme ve Gündelik Hayata Etkileri

**Tablo 15.** Katılımcıların Facebookta Sosyalleşme Durumları

|  | N   | En Düşük | En Yüksek | $\bar{X}$ | S.S.    |
|--|-----|----------|-----------|-----------|---------|
| Facebook Benim İçin Önemli Bir İletişim Aracıdır   | 400 | 1        | 5         | 3,1925    | 1,21207 |
| Facebook Kullanımının Sosyal Hayattaki Arkadaşlıkları Pekiştirdiğini Düşünüyorum   | 400 | 1        | 5         | 2,8600    | 1,20998 |
| Facebook Beni Sosyalleştiriyor   | 400 | 1        | 5         | 2,7475    | 1,26600 |
| Facebook'ta Kendimi Gerçek Hayattakinden Çok Daha Rahat Hissederim   | 400 | 1        | 5         | 2,5525    | 1,27919 |
| Facebook'taki Arkadaş Sayımın Fazla Olması Beni Mutlu Eder   | 400 | 1        | 5         | 2,5025    | 1,23239 |
| Facebook 'ta Tanımadığım İnsanlarla da İletişim Kurmakta Sakınca Görmüyorum  | 400 | 1        | 5         | 2,4500    | 1,34239 |
| Facebook'ta Kendimi Gerçek Hayattakinden Daha Rahat Hissederim   | 400 | 1        | 5         | 2,3750    | 1,20124 |
| Gerçek Yaşamda Paylaşmaktan Rahatsızlık Duyabileceğim Bilgileri Facebook'ta Paylaşmaktan Rahatsızlık Duymuyorum                              | 400 | 1        | 5         | 2,3700    | 1,33887 |
| Gündelik Yaşamda İletişim Kurma İhtiyacımı Facebook Aracılığıyla Karşılarım  | 400 | 1        | 5         | 2,2825    | 1,12287 |
| Arkadaşlarımla Yüz Yüze İletişimden Ziyade Facebook Yoluyla İletişim Kurmayı Tercih Ederim   | 400 | 1        | 5         | 2,1875    | 1,19201 |
| Facebook'ta Sanal Olarak Kurduğum İlişkilerin Ve Paylaşımların Gerçek Hayattaki İlişkilerimin Ve Paylaşımlarımın Önüne Geçtiğini Düşünüyorum | 400 | 1        | 5         | 2,1525    | 1,19071 |

Katılımcıların facebook aracılığıyla sosyalleşme durumları çalışılmıştır. Tabloya göre “Facebook Benim İçin Önemli Bir İletişim Aracıdır” yargısına katılımcılar yüksek oranda kabul gören bir yargı olduğu tespit edilmiştir ( $\bar{X}=3,1925$ ). Diğer bir yargı olan “Facebook Kullanımının Sosyal Hayattaki Arkadaşlıkları Pekiştirdiğini Düşünüyorum” elde edilen veri sonuçlarında bu yargı ikinci yüksek oranda kabul gören bir sonuç vermiştir ( $\bar{X}=2,8600$ ). Katılımcılara yöneltilen “Facebook Beni Sosyalleştiriyor” yargısı katılımcılar tarafından desteklenmiştir ( $\bar{X}=2,7475$ ) Buna karşın ölçekte yer alan “Facebook'ta Sanal Olarak Kurduğum İlişkilerin Ve Paylaşımların Gerçek Hayattaki

İlişkilerimin Ve Paylaşımlarımın Önüne Geçtiğini Düşünüyorum” yargısı katılımcılar tarafından en düşük oranda kabul görmüştür ( $\bar{X}=2,1525$ ). Sonuç olarak sanal ortamdaki paylaşımların gündelik yaşamdaki paylaşımların ve ilişkilerin önüne geçtiğini düşünenlerin oranı az da olsa var olmasına rağmen tabloya göre katılımcılar facebookta sosyalleştiklerini düşünmektedirler.

#### 4.2.4. Gerçek Yaşamda Sosyalleşme

“Facebook’taki arkadaş sayısı kişilerin gerçek yaşamdaki sosyallik seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” sorusunun cevaplanması için ilgili değişkenlerin katıldığı bağımsız iki örneklem T-Testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 16’da gösterilmektedir.

##### 4.2.4.1. Facebooktaki Arkadaş Sayısı ve Gerçek yaşamdaki Sosyallik

**Tablo 16.** Facebooktaki Arkadaş Sayısı ile Gerçek Yaşamdaki Sosyallik Durumu

| Facebooktaki arkadaş sayısı | Gerçek yaşamdaki sosyallik | N      | $\bar{X}$ | S      | Sd   | T    | P |
|-----------------------------|----------------------------|--------|-----------|--------|------|------|---|
|                             | A-sosyal                   | 117    | 1.1949    | 108,97 |      |      |   |
| Sosyal                      | 283                        | 1,1269 | 101,53    | 398    | .876 | .381 |   |

(T= .876, sd= 398, p> .05)

Tablo 16’ ya göre katılımcıların Facebook’taki arkadaş sayısı ve gerçek yaşamdaki sosyallik seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir  $\{t(398)= .876, p> .05\}$ . A-sosyal olan 117 kişinin Facebook’taki ortalama arkadaş sayısı 1,19 iken sosyal olan 284 kişinin Facebook’taki ortalama arkadaş sayısı 1,12’ dir. Bu durum bize göstermektedir ki Facebook’taki arkadaş sayısı gerçek yaşamdaki sosyallik seviyesinden bağımsızdır.

##### 4.2.4.2. Facebookta Geçirilen Zaman ve Gerçek Yaşamdaki Sosyallik

“Ortalama bir günde Facebook’ta geçirilen zaman kişilerin gerçek yaşamdaki sosyallik düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir” sorusunun

cevaplanması için ilgili değişkenlerin katıldığı bağımsız iki örneklem T-Testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 17’de gösterilmektedir.

**Tablo 17.** Bir Günde Facebook’ta Geçirilen Zaman İle Gerçek Yaşamdaki Sosyallik Seviyesi

| Facebookta geçirilen zaman | Gerçek yaşamdaki sosyallik | N      | $\bar{X}$ | S      | Sd | T | P |
|----------------------------|----------------------------|--------|-----------|--------|----|---|---|
|                            | A-sosyal                   | 117    | 1.1949    | 108,97 |    |   |   |
| Sosyal                     | 283                        | 1.1269 | 101,53    |        |    |   |   |

(T= .596, sd=398, p> .05)

Tablo 17’e göre, Facebook’ta geçirilen zaman ile gerçek yaşamdaki sosyallik seviyesi (A-sosyal, sosyal) arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır [t(398)=.596, p>.05]. Sonuç olarak gerçek yaşamdaki A-sosyal ( $\bar{X} = 1.19$ ) ve sosyal ( $\bar{X} = 1.12$ ) grupların Facebookta geçirdikleri zaman birbirine yakındır.

#### 4.2.4.3 Gerçek Yaşamda Sosyallik ve Sanal Sosyalleşme

Facebook ile sanal sosyalleşme durumunun kişilerin gerçek yaşamdaki sosyalleşme düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla söz konusu değişkenler arasında bağımsız iki örneklem T Testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 18’de gösterilmektedir.

**Tablo 18.** Gerçek Yaşamdaki Sosyallik Seviyesine Göre Sanal Sosyalleşme

| Sanal Sosyalleşme | Gerçek Yaşam Sosyallik | N       | $\bar{X}$ | S      | Sd | T | P |
|-------------------|------------------------|---------|-----------|--------|----|---|---|
|                   | Sosyal                 | 283     | 24,7562   | 7,2655 |    |   |   |
| Asosyal           | 117                    | 26,6068 | 8,0899    |        |    |   |   |

(T= -2,143, sd=197,239, p< .05)

Bağımsız iki örneklem T Testi analizinin varyans eşitliğini kontrol eden Levene Test istatistiği  $p < .05$  (F=3,03) olduğundan varyans eşit olmadığında geçerli analiz sonuçları değerlendirilmiştir. Buna göre, kişilerin Facebook aracılığıyla sanal

sosyalleşme seviyeleri gerçek yaşamdaki sosyallik düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir  $\{T(197,239) = -2,143, p < .05\}$ . Gerçek yaşamlarında asosyal olarak değerlendirilebilecek kişiler ( $\bar{X} = 26,60$ ) Facebook ile sanal sosyalleşmeye gerçek yaşamlarında sosyal kişilerden ( $\bar{X} = 24,75$ ) daha fazla önem vermektedirler.

#### 4.2.4.4. Gerçek Yaşamda Yalnızlık ve Sanal Sosyalleşme

Facebook ile sanal sosyalleşme durumunun kişilerin gerçek yaşamdaki yalnızlık düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla söz konusu değişkenler arasında bağımsız iki örneklem T- Testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 19’da gösterilmektedir.

**Tablo 19.** Gerçek Yaşamdaki Yalnızlık Seviyesine Göre Sanal Sosyalleşme

|                   | Gerçek Yaşam Yalnızlık | N   | $\bar{X}$ | S      | Sd  | T    | P    |
|-------------------|------------------------|-----|-----------|--------|-----|------|------|
| Sanal Sosyalleşme | Yalnız Olmayanlar      | 379 | 25,3668   | 7,5389 | 398 | .779 | .437 |
|                   | Yalnızlar              | 21  | 24,0476   | 7,8833 |     |      |      |

(T= .779, sd=398, p> .05)

Tablo 19’a göre, kişilerin Facebook aracılığıyla sanal sosyalleşme durumları gerçek yaşamdaki durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir  $\{t(398) = .779, p > .05\}$ . Yalnız kişiler ( $\bar{X} = 24,04$ ) ile yalnız olmayanların ( $\bar{X} = 25,36$ ) sanal sosyalleşme durumları, bu açıdan Facebook’a atfettikleri önem birbirine çok yakındır.

#### 4.2.5 Yalnızlık Durumu

Katılımcıların gerçek yaşamdaki yalnızlık durumlarını tespit etmeye yönelik UCLA yalnızlık ölçeği uygulanmıştır.

##### 4.2.5.1. Facebookta Geçirilen Zaman ve Yalnızlık

Araştırma sorularından biri “Facebook’ta ortalama bir günde geçirilen süre gerçek yaşamdaki yalnızlık seviyesine anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” şeklindedir. Katılımcıların sıradan bir günde facebookta geçirdikleri zaman ile

katılımcıların yalnızlık durumunu gösteren UCLA ölçeği sonuçlarından elde edilen verilere bağımsız iki örneklem T-testi uygulanmıştır. Analiz bulguları Tablo 20’de gösterilmektedir.

**Tablo 20.** Bir Günde Facebookta Geçirilen Zaman ve Yalnızlık Durumu

| Bir günde facebook’ta geçirilen zaman | Yalnızlık durumu  | N   | $\bar{X}$ | S      | Sd | T | P |
|---------------------------------------|-------------------|-----|-----------|--------|----|---|---|
|                                       | Yalnız olmayanlar | 379 | 1.1389    | 104,25 |    |   |   |
|                                       | Yalnızlar         | 21  | 1.2952    | 93,67  |    |   |   |

(T=.674, Sd= 398, P> .05)

Analiz sonuçlarına göre sıradan bir günde Facebook’ ta geçirilen zaman yalnızlık durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir  $\{t(398)=.674, p> .05\}$ . Bu bulgulardan elde ettiğimiz sonuçlar göstermektedir ki katılımcıların Facebookta geçirdikleri süre yalnızlıktan bağımsızdır. Yalnızlar ( $\bar{X} = 1.29$ ) ve yalnız olmayan gruplar ( $\bar{X} = 1.13$ ) Facebook’ ta aynı oranda zaman geçirmektedirler.

#### 4.2.5.2. Facebook’taki Arkadaş Sayısı ve Yalnızlık

“Facebook’taki arkadaş sayısı kişilerin yalnızlık seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” şeklindeki araştırma sorusunun cevaplanması için gerçekleştirilen bağımsız iki örneklem T- testi sonuçları Tablo 21’de gösterilmektedir.

**Tablo 21.** Facebook’taki Arkadaş Sayısı ve Yalnızlık Seviyesi

| Facebook’taki Arkadaş Sayısı | Yalnızlık durumu  | N   | $\bar{X}$ | S      | Sd | T | P |
|------------------------------|-------------------|-----|-----------|--------|----|---|---|
|                              | Yalnız olmayanlar | 379 | 2,3938    | 329,07 |    |   |   |
|                              | Yalnızlar         | 21  | 1.6552    | 172,29 |    |   |   |

(T= 1,02, sd= 398, p> .05)

Tablo 21’e göre kişilerin Facebook’taki arkadaş sayısı yalnızlık durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir  $\{t(398)= 1.02, p> .05\}$ . Yalnızların

Facebooktaki arkadaş sayısı ( $\bar{X} = 1.65$ ) ile yalnız olmayanların arkadaş sayısı ( $\bar{X} = 2,39$ ) birbirine yakındır. Yani kişilerin Facebook'taki arkadaş sayıları gerçek yaşamdaki yalnızlık durumlarından bağımsızdır.

#### 4.2.5.3.Yalnızlık ve Sanal Sosyalleşme

**Tablo 22.** Yalnızlık ile Sanal Sosyalleşme arasındaki ilişki durumu

|           |                   |
|-----------|-------------------|
| Yalnızlık | Sanal Sosyalleşme |
|           | .046              |

$p > .05$ ,

Tablo 22'de görülen korelasyon analizi sonuçlarına göre katılımcıların yalnızlık ile sanal sosyalleşme arasında anlamlı bir ilişki yoktur ( $r = .046$   $p > .05$ ). Katılımcıların facebook aracılığıyla sanal ortamlarda sosyalleşmesi üzerine yalnızlığın etkisi yoktur.

#### 4.2.5.4. Yalnızlık Durumu İle Gerçek Yaşam Sosyalleşme

**Tablo 23.** Yalnızlık ile Gerçek Yaşam Sosyalleşme arasındaki ilişki durumu

|           |                          |
|-----------|--------------------------|
| Yalnızlık | Gerçek Yaşam Sosyalleşme |
|           | .395**                   |

\*\*  $p < .01$

Tablo 23' de görülen korelasyon analizi sonuçlarına göre katılımcıların yalnızlık durumu ile gerçek yaşamdaki sosyalleşme durumları arasında pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki vardır ( $r = .395$ ,  $p < .01$ ). Söz konusu ilişki ile yalnızlık arttıkça gerçek yaşamdaki sosyalleşme de artmaktadır. Determinasyon katsayısı ( $r^2 = .156$ ) dikkate

alındığında gerçek yaşamdaki sosyalleşmedeki toplam varyansın % 15'lik bir kısmının yalnızlıktan kaynaklandığı söylenebilir.

#### 4.2.5.5. Yalnızlık Durumu İle Kişisel Özellikler

**Tablo 24.** Yalnızlık ile Kişisel Özellikler arasındaki ilişki durumu

| Yalnızlık | Yaş  | Eğitim Düzeyi | Gelir Düzeyi |
|-----------|------|---------------|--------------|
|           | .057 | -,065         | -,090        |

$p > .05$

Tablo 24 de görülen korelasyon analizi sonuçlarına göre katılımcıların eğitim, gelir ve yaşları ile gelir durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Söz konusu ilişkisizlik göstermektedir ki yalnızlık yaşa, eğitim ve gelir düzeyine göre değişmemekte, her yaş eğitim ve gelir grubunda yalnızlık bulunmakta ya da bulunmamaktadır.

## SONUÇ

Günümüzde yeni iletişim teknolojileri gündelik yaşam rutininin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Teknoloji o kadar hızlı ki onunla ilgili tüm gelişmeler ve yeniliklerde bir o kadar hızlıdır. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte sosyalleşmenin gerçekleştiği araçlarda değişime uğramıştır. İnsanlar yeni iletişim teknolojileri vasıtasıyla, doğumdan ölüme kadar devam eden sosyalleşme olgusunu sanal ortamlarda da devam ettirme düşüncesi içine girmişlerdir. İçinde yaşadığımız çağda zamansal ve mekânsal anlamda birçok zorluğu ortadan kaldıran yeni iletişim teknolojilerinin en popüler aracı internet, sosyalleşmenin önemli bir unsuru olarak ön plana çıkmakla birlikte bu konuda yapılan araştırmalarda internetin sosyalleşmeye olumlu ve olumsuz birçok etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışma insanların gerçek yaşamdaki sosyallik düzeyi ve yalnızlık düzeyinin facebook kullanımının temel dinamikleri olup olmadığını ortaya koymak için yapılmıştır. Anlatılan kavramsal çerçeve ve konuyla ilgili daha önce yapılmış araştırmalardan hareketle gerçekleştirilen alan araştırması ile çalışma desteklenmiştir. Araştırmaya katılanların sosyo-demografik özelliklerinin belirtildiği ilk bölümden sonra katılımcıların sosyal paylaşım ağlarını kullanım sıklığı, facebook profil bilgilerini kimlerle paylaştıkları, bu bilgilerin gerçeği yansıtıp yansıtmadığı, facebookta kurulan arkadaşlıkların gerçek yaşama aktarılma durumu, facebooktaki gruplara üye olup olmadıklarına yönelik sorular yöneltilmiştir. Elde edilen verilere göre katılımcılar sosyal paylaşım ağlarından en çok facebook kullanmaktadırlar ve facebook kullanım sıklığı her gün birden fazla olarak tespit edilmiştir. Facebook bilgilerini sadece arkadaşlarıyla paylaşanlar çoğunluğu oluştururken facebook profil bilgileri büyük çoğunluğun gerçeği yansıtmaktadır. Facebookta kurulan arkadaşlıkların gerçek yaşama taşınma oranı düşüktür ve kullanıcıların çoğunluğu facebooktaki gruplara üyedir. Ayrıca facebookta geçirilen vakit yaş, eğitim seviyesi, gelir düzeyine göre farklılık göstermezken facebookta geçirilen vakit açısından erkekler ve kadınlar aynı orandadır.

Araştırmada Facebookta sosyalleşme durumlarına bakıldığında katılımcılar tarafından; facebook'un önemli bir iletişim aracı olduğu, Facebook kullanımının sosyal hayattaki arkadaşlıkları pekiştirdiği, facebook kullanımının kişileri sosyalleştirdiği yönündeki yargılar yüksek oranda kabul görürken, Facebook'ta sanal olarak kurulan

ilişkilerin ve paylaşımların gerçek hayattaki ilişkilerin ve paylaşımların önüne geçtiği yargısı kabul görmemiştir.

Araştırma sonucunda katılımcıların facebooktaki arkadaş sayıları gerçek yaşamdaki sosyallikten bağımsızdır. Gerçek yaşamdaki A-sosyal kişiler facebookta sanal sosyalleşmeye gerçek yaşamda sosyal olan kişilerden daha fazla önem vermektedirler. Elde edilen bu bilgiye göre araştırmanın A-sosyal grupların facebookta daha çok vakit geçirdikleri yönündeki hipotezi desteklenmektedir. Katılımcıların yalnızlık durumlarına göre facebook kullanımları arasında bir farklılık yoktur, yalnızlar ve yalnız olmayanlar facebookta aynı oranda zaman geçirmektedirler. Facebooktaki arkadaş sayıları gerçek yaşamdaki yalnızlık durumlarından bağımsızdır. Kişiler sosyal paylaşım ağlarını kullanarak daha da sosyal olduklarını bu durumun gerçek yaşamlarını olumsuz etkilemediğini düşünmektedirler.

Bu çalışmayla bireylerin yalnızlık durumları, gerçek yaşamda ve sanal ortamlarda sosyalleşme sürecinde yeni iletişim teknolojilerinin etkisi ele alınmış ve literatür taraması sonucu yeni iletişim teknolojilerinin sosyalleşmenin gerçekleştirilmesinde kullanıcılarına çeşitli fırsatlar sunduğu tespit edilmiştir. Fakat bu yeni iletişim teknolojileri vasıtasıyla gerçekleştirilen sosyalleşmenin tam bir sosyalleşme olgusu olup olmadığına yönelik yapılan araştırmalar sonucu genel yargılar elde edilmiş olsa da bu konuda tam netlik kazanmış yargılar bulunmamaktadır. Bazı araştırmacılar göre yeni iletişim teknolojilerinin bireyin sosyalleşmesini sağladığı görüşünü savunurken, bazılarına göre de tam tersi yeni iletişim teknolojilerinin bireyleri yalnızlaştırdığı aslında sanal sosyalleşmenin gerçek sosyalleşmenin önüne geçtiği vurgulanmıştır. Bu çalışmadan elde edilen veriler kişinin gerçek yaşamındaki yalnızlık ve sosyallik düzeyi ile facebook kullanımı arasında sıkı bir bağ olmadığı farklı değişkenlerin sürece etki ettiğini ortaya çıkarılmış olsa da katılımcıların büyük çoğunluğunun sanal ortamlarda vakit geçirdiklerinde sosyalleştiklerini bu durumun kendilerini yalnızlaştırmadığını ve gerçek yaşamdaki sosyalliğin önüne geçmediği, görüşünü kabul ettikleri tespit edilmiştir.

## KAYNAKLAR

- AKÇAKAYA, V., Üniversiteler için Kişisel Web Site Çözümü Sabancı Üniversitesi Örneği: myWeb, Akademik Bilişim 09-XI Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 11-13 Şubat Harran Üniversitesi, Şanlıurfa, 2009.
- AKIN, C., Her Yönüyle İnternet, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1996.
- ALTHUSSER, L., İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, İletişim Yayınları, İstanbul, 2002.
- ALKAN, S. Ve SEZGİN, A., “Yetişkin Hastalarda Yalnızlık”, *Ç.Ü.H.Y.O. Dergisi*, Sayı 2, Adana, 1998, s.43-51.
- AYDOĞAN, F. ve AKYÜZ, A., İkinci Medya Çağında İnternet, Alfa Yayınları, İstanbul, 2010.
- AZİZ, A., “Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim”, *A.Ü.B.Y.Y.O. Yayınları*, No:2, Ankara, 1982.
- BAL, H., İletişim Sosyolojisi, Isparta, 2000
- BİNARK, M., “Sosyal Paylaşım Ağı Olarak Facebook ve Türkiye de Kullanım Pratikleri Kolektif Üretimin Facebook Haziran 2009 Araştırması”, *Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi*, Ankara, 2009.
- BULUŞ, M., “Üniversite Öğrencilerinde Yalnızlık”, *P.A.Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı 3, s.83, 1997.
- BÜLBÜL, A. R., Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Nobel Yayın Dağıtım: Ankara, 2000.
- BÜYÜKÖZTÜRK Ş., Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi Yayınları 17. Baskı, Ankara, s. 31-34-39, 2012.
- ÇAKIL, N., Grupla Sosyal Beceri Eğitiminin Üniversite Öğrencilerinin yalnızlık Düzeylerine Etkisi, (Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara, 1998.
- ÇAKIR, H. ve Topçu, H. (2005) Bir İletişim Dili Olarak İnternet, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 19, Kayseri.
- ÇAKIR, V., “Yeni İletişim Teknolojilerinin Reklam Üzerine Etkileri”, (Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Konya, 2000

- ÇAKIR V. ve ÇAKIR V., “Yalnızlık ve Televizyon Kullanımı” *Selçuk İletişim Dergisi*, Yıl: 7, Sayı: 1, Konya, s. 140, 2011.
- ÇALIK ,D. ve ÇINAR ,Ö. P., “Geçmişten Günümüze Bilgi Yaklaşımları Bilgi Toplumu ve İnternet”, Başkent Üniversitesi, Turizm işletmeciliği Bölümü <http://inet-tr.org.tr/inetconf14/sunum/72-pinar.ppt#269,9>,Geçmişten Günümüze Toplumların Gelişimi ve Bilgi Toplumuna Geçiş , 2011.
- ÇEÇEN, A.R., Üniversite Öğrencilerinde Yaşam Doymu Yordamada Bireysel Bütünlük (Tutarlılık) Duygusu, Aile Bütünlük Duygusu ve Benlik Saygısı. Eğitimde Kuram Ve Uygulama, 4,1, 19-30, 2008.
- ÇELİK, S., The Effects Of An Attachment Oriented , Psychoeducational Grouptraining On Improving The Preoccupied Styles Of University Students, (ODTU Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara, 2004.
- ÇETİN, E.,“Sosyal İletişim Ağları ve Gençlik: Facebook Örneği”, Uluslar arası Davraz Kongresi Bildiri Kitabı, S.D.Ü.2009.
- ÇİLOĞLU, E.,“Okul Çevresinin Öğrencilere Eğitsel Katkısı”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Adana, 2006.
- ÇOPAROĞLU, Ö.A., “Cezaevinde Yalnızlık ve Yalnızlığın Depresyonla İlişkisi”, 34. *Ulusal Psikiyatri Kongresi Poster Bildirisi, Kriz Dergisi*, Sayı 6, 1998.
- DEMİR, A., “Ucla Yalnızlık Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması”, *Türk Psikoloji Dergisi*, Sayı 7 s. 23-14-18, 1989.
- DEMİR, Ö. ve ACAR, M., Sosyal Bilimler Sözlüğü, Adres Yayınları, Ankara, 2005.
- DURMUŞ, B., YURTOKU, S., ULUSU, Y., KILIÇ, B., “Facebook’tayız” Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere Ve İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma, Beta Basım, 2.Baskı, İstanbul, 2010.
- DURU, E., Üniversite Öğrencilerinde Yabancılaşma ve Yalnızlık Düzeyi İlişkisi, (Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir, 1985.
- DURU, E., “Yalnızlık Duygusu İle İlgili Temel Karakteristik ve Boyutları Psikolojik Danışma Süreci Çerçevesinde İncelenmesi” *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, Sayı 15, s. 36-48. 2004.

- DUY, B., Bilişsel Davranışçı Yaklaşımına Dayalı Grupla Psikolojik Danışmanın Yalnızlık ve Fonksiyonel Olmayan Tutumlar Üzerine Etkisi, (Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana bilim Dalı, Doktora tezi), Ankara, 2003.
- ERASLAN, Ç. B. Öğretmen Adaylarının Kişilerarası İlişkileri ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişki, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:9 Sayı:2 s. 127-142. 2009.
- EKŞİ, A., “Gençlerimiz ve Sorunları” İstanbul Üniversitesi Mediko Sosyal Merkezi Yayınları, İstanbul, 1982.
- ESKİN, M., Ergenlikte Yalnızlık la Başetme Yöntemleri ve Yalnızlığın İntihar Davranışı İle İlişkisi, XI Anadolu Psikiyatri Günlerinde Poster Bildirisi, Adnan Menderes Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı, Aydın, 2001.
- ERDOĞAN, İ. ve ALEMDAR, K., Öteki Kuram. Ankara, 2002.
- ERGENÇ, A., “Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği”, (Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı Pazarlama İletişimi Programı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2011.
- ERGUN, M., Eğitim Sosyolojisine Giriş, 4. Baskı, Ocak Yayınları, Ankara, 1987.
- EREN, S., “Lise Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri ve Psikolojik İhtiyaçlarının İncelenmesi, (Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 1994.
- ERKAL, M., Sosyoloji (Toplumbilimi), Der Yayınları, İstanbul, 2006.
- GENÇTAN, E., Psikanaliz ve Sonrası, Remzi Kitabevi, 8. Basım, İstanbul, 1998.
- GERAY, H., İletişim ve Teknoloji, Ütopya yayınevi, Ankara, 2003.
- GERAY, H., Yeni İletişim Teknolojileri Toplumsal Bir Yaklaşım, Ankara, 1994.
- GEZGİN, S., Medya ve Eğitimde Birikimlerim, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları 12, İstanbul, 2002.
- GÖKÇE, B. Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Toplumsal Kurumlar, Savaş Yayınevi, Ankara, 1996.
- GÖKER, G. ve Arkadaşları, “Ağ Toplumunda Sosyalleşme Ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma”, e-Journal Of NewWorld Sciences Academy, Sayı/2, 2010.

- GRİFFİN, D. Ve BARTHOLOMEW, K., Models Of The Self And Other:Fundamental Dimensions Underlying Measures Of Adult Attachment, Journal Of Personality And Social Psychology, Sayı 67, s. 430-445.
- GÜLNAR, B. Ve BALCI, Ş., Yeni Medya Ve Kültürleşen Toplum, Literatürk Yayıncılık, Konya, 2011.
- GÜRCAN, H.İ.,Sanal Gazetecilik, Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No/31, Eskişehir, 1999.
- GÜRHANİ, N., “On-Line (Çevrimiçi)Toplumun Doğuşu,” <http://sinemafanatik.com>, 2004.
- IŞIK, M., İletişimden Kitle İletişimine, Mikro Yayınları: Konya, 2000.
- KAĞITÇIBAŞI, Ç., “İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş”, 5.Basım, Beta Yayınları, İstanbul, 1983.
- KAPLAN, M., Kültür ve Dil, Dergâh Yay, İstanbul, 1999.
- KAYA, K. Ve TUNA, M., “İlköğretim Çağındaki Çocukların Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi”, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, sayı:17. 2008.
- KAYA, K., Mikro sosyoloji ve Toplumsal Grup Tipleri, Fakülte Kitabevi, Isparta, 2002.
- KOÇAK, E., Ergenlerde Yalnızlığın Yordayıcısı Olarak Benlik Saygısı ve Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarzlarının İncelenmesi, ( Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi ), Adana, 2008.
- KURKTAN, B. A., İktisat Sosyolojisi Açısından Eğitim Yolu İle Kalkınmanın Esasları, 3. Baskı, Divan Yayınları, İstanbul, 1982.
- MATTELART, A., Bilgi Toplumunun Tarihi, Çev. Halime Yücel Altınel, İletişim Yayınları, İstanbul, 2004.
- MORENO, J. L., Sosyolojinin Temelleri, Çev. : Nurettin Ş. Kösemihal, İstanbul Matbaası, 1963.
- MUTLU, E., Kitle İletişim Kuramları, “Kitle İletişim Araçları ve İletişim Kuramı, George Gerbner” Ütopya Yayınları, Ankara, 2005.
- ONAT, F. Ve ALİKILIÇ, Ö.A., ”Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam Ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi”, Journal Of Yaşar Universty, 2008.
- ÖĞÜT, S. Ve DİLMEN, N., “Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşime İletişimsel Bilişim Yaklaşımı” 2001.

- ÖZATÇA, A., Ergenlerde Sosyal ve Duygusal Yalnızlığın Yordayıcısı Olarak Aile İşlevleri, (Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi ), Adana, 2009.
- ÖZÇAĞLAYAN, M.,Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim, (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Ana Bilim Dalı Yayınlanmış Doktora Tezi), 1996.
- ÖZGEN, M., İnternet ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliği, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 10, İstanbul, 2000.
- ÖZTÜRK, H., Eğitim Sosyolojisi, 7. Basım, Hatiboğlu Yayınları, Ankara, 1990.
- ÖZTÜRK, H., SEVİNDİK, F., YAMAN, Ç., Öğrencilerde Yalnızlık ve Sosyal Destek İle Bunlara Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 16, Sayı 1, Elazığ, s. 383-384, 2006.
- ÖZTÜRK, M., 10-13 Yaşları Arasındaki Çocuklarda Umutsuzluk ve Yalnızlığın Bazı Değişkenlerle İlişkisinin İncelenmesi, ( Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi ), Adana, 1997.
- ÖZYURT, S. Ve DOĞAN, M. S., Gençlik Problemleri Açısından Üniversite Gençliği, Değişim Yayınları, Adapazarı, 2002.
- PANCAR, A., Parçalanmış ve Tam Aileye Sahip Ergenlerin Yalnızlık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, , (Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi ), Adana, 2009.
- RUSSELL, D., PEPLAU, L.A., FERGUSON, M., Developing a Measure Of Loneliness , *Journal Of Personality Assesment*, Sayı 42 (3) s. 290-294, 1978.
- RUSSELL, D., PEPLAU, L.A. CUTRONA, C.E. The Revised UCLA Loneliness Scale Concurrent Of Personality And Social Psychology, *Journal Of Personality And Social Psychology*, Sayı 39 (3) s. 472-480, 1980.
- RUSSELL, D., Ucla Loneliness Scale (Versiyons 3) Reliability, Validity, And Factor Structure, *Journal Of Personalitiy Assesment*, Sayı 66 (1) s.20-40, 1996.
- SAYIN, Ö., Aile Sosyolojisi, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir, 1990.
- SİLAH, M., Sosyal Psikoloji Davranış Bilimi, Seçkin Yayıncılık, İkinci Baskı, Ankara, 2005.

- SÖNMEZ V. ve ALACAPINAR F., *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Anı Yayıncılık, Ankara, s. 144, 2011.
- SÜMER, N. ve GÜNGÖR, D., Yetişkin Bağlanma Sitilleri Ölçeklerinin Türk Örneklemleri Üzerinde Psikometrik Değerlendirmesi ve Kültürlerarası Bir Karşılaştırma, (Psychometric Evaluation Of Adult Attachment Measures On Turkish Samples And a Cross Cultural Comparison) *Türk Psikolojisi*, Sayı 14, s. 71-106.
- ŞAHAN, H., “Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Sürecinde Spor Aktivitelerinin Rolü”. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Araştırma Yöntemleri Bilim Dalı. Konya, 2007.
- TEKİN, M. ve ŞAHBAZ, O., *Bilgisayar Bilgi Teknolojisi ve Kullanımı*, Arı Ofset Matbaacılık, Konya, 1998.
- TEKİNALP, Ş., *Camera Obscura’dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon*, Der yayımları, İstanbul, 2003.
- TEL, M. Ve KÖKSALAN, B., “Günümüzde Yeni Bir Zaman Aktivitesi Olarak İnternet Öğretim Üyeleri Örneği”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Elazığ, 2009.
- TEZCAN, M. (1984) *Eğitim Sosyolojisi - Kurum ve Sonuçlar*, 3. Basım, Ankara.
- TİMİSİ, N., *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Dost Yayınevi, Ankara, 2003.
- TOMLİNSON, J., *Küreselleşme ve Kültür*. (Çev. Arzu Eker), Ayrıntı Yay, İstanbul, 2004.
- TOPRAK, A. ve Arkadaşları, *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook; “Görülüyorum Öyleyse Varım !”* Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2009.
- TÖRENLİ, N., *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya Ve İletişim Ortamı*, Bilim Sanat Yayınları, Ankara, 2005.
- TUNA, M., “İlköğretim Çağındaki Çocukların Sosyalleşmesinde Popüler Kültürün Rolü”, (Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi), Isparta, 2008.
- TURHAN, M., “Kültür ve Medeniyet”. *Türkiye Günlüğü Dergisi*. Sayı 67. Ankara, 2001.
- TUTAR, H. ;YILMAZ, M.K.; ERDÖNMEZ, C., *Genel ve Teknik İletişim*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008

- USTAKARA, F., “Sivil Anayasa Oluşturma Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-TV ve Sinema Ana Bilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Elazığ, 2008.
- VURAL Z.BERİL A. ve Bat M., “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, Journal of Yasar University 20(5), 2010.
- YAHYAOĞLU, R., Yalnızlık Psikolojisi, Nesil Yayıncılık, İstanbul, 2011.
- YAPAREL, R., Sosyal İlişkilerdeki Başarı Ve Başarısızlık Nedenlerinin Algılanması İle Yalnızlık Arasındaki Bağlantı, (Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara, 1984.
- YATKIN, A., “Yeni İletişim Ortamlarının Göstergibilim Açısından Değerlendirilmesi”, *Akademik Bakış Dergisi Sayı 19, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi Ocak – Şubat – Mart – 2010*
- YAYLAGÜL, L., Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Dipnot Yayınları, Ankara, 2006.
- YETİM, A., Sosyoloji ve Spor, Topkar Matbaacılık, Ankara, 2000.

### **İnternet Kaynakları**

- <http://www.bydigi.net/sosyoloji-ve-psikoloji/157089-sosyallesmenin-iki-fonksiyonu.html> 12.11.2011
- <http://www.sanaldal1numara.net/felsefe-psikoloji-sosyoloji/184811-sosyallesme.html> 14.12.2011
- <http://egitim.aku.edu.tr/ergun8.htm>
- <http://www.sosyalim.net/sosyallesme-surecinde-farkli-yaklasimlar/>
- [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_a%C4%9F](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_a%C4%9F) 05.01.2012
- [http://www.teknolojide.com/twitter-nedir\\_4655.aspx](http://www.teknolojide.com/twitter-nedir_4655.aspx) 05.01.2012
- <http://twitter.nedir.com/> 05.01.2012
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Myspace> 03.01.2012
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Orkut> 03.01.2012
- <http://www.kurumsalhaberler.com/pr/sosyal-medya-nedir.aspx> 03.01.2012
- <http://www.webmastersitesi.com/backlink-alis-satis/569887-sosyal-imleme-uygun-fiyat.htm> 02.01.2012

<http://www.teknikportal.com/netlog-nedir-t40519.0.html> 01.01.2012

<http://www.yorumla.net/sosyal-aglar/1029908-flickr-nasil-kullanilir.html>05.01.2012

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Flickr>05.01.2012

<http://www.internetdersleri.net/bookmark-nedir-sosyal-imleme-ve-seo>05.01.2012

<http://www.nedirbilgi.com/29/youtube-nedir.html>05.01.2012

<http://tr.wikipedia.org/wiki/YouTube>05.01.2012

<http://gamzeacr.blogcu.com/dailymotion-ve-youtube-nedir-ve-nasil-kullanilir/10485193>  
05.01.2012

[http://translate.google.com.tr/translate?hl=tr&sl=en&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Metacafe&ei=awYHT\\_vzBsf44QTT383CAQ&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=12&ved=0CHcQ7gEwCw&prev=/search%3Fq%3Dmetacafe%26hl%3Dtr%26biw%3D1280%26bih%3D621%26prmd%3Dimvns](http://translate.google.com.tr/translate?hl=tr&sl=en&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Metacafe&ei=awYHT_vzBsf44QTT383CAQ&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=12&ved=0CHcQ7gEwCw&prev=/search%3Fq%3Dmetacafe%26hl%3Dtr%26biw%3D1280%26bih%3D621%26prmd%3Dimvns) 05.01.2012

<http://metacafeci.blogspot.com/2009/05/metacafe-kimdir-nedir.html> 05.01.2012

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Reddit> 05.01.2012

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Digg> 04.01.2012

<http://www.blogizma.org/digg-nedir.html> 04.01.2012

<http://www.sosyalmedyahaber.com/turkiyenin-baglanti-paylasim-sitesi-urll-com/>  
04.01.2012

<http://en.wikipedia.org/wiki/Diigo> 05.01.2012

<http://teknodergi.org/etiketler/diigo> 05.01.2012

<http://ab.org.tr/ab09/sunum/113.ppt#264,11,Slâyt 11> 05.01.2012

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog> 05.01.2012

<http://www.blognedir.com/tag/kisisel-bloglar> 05.01.2012

[http://www.gef.gazi.edu.tr/ortak\\_dersler/Kaynaklar/blog.pdf](http://www.gef.gazi.edu.tr/ortak_dersler/Kaynaklar/blog.pdf) 05.01.2012

**EKLER****Ek 1. Anket Formu****DEĞERLİ KATILIMCILAR**

Bu anket, sanal toplumda sosyalleşme ve yalnızlık ile ilgili bilimsel bir araştırmada veri olması amacıyla hazırlanmıştır. Uygun seçeneği lütfen (X) işareti ile belirtiniz. Ankete vereceğiniz cevaplar gizli tutulacaktır.

Ankete katılımınız için teşekkürler.

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yrd. Doç. Dr. Vesile ÇAKIR

Güler UZUN

1. Cinsiyetiniz? Kadın (1) Erkek (2)
2. Medeni durumunuz? Bekar (1) Evli (2) Dul (3)
3. Yaşınız?.....
4. Aileniz sizde dahil olmak üzere kaç kişiden oluşmaktadır?.....
5. Kaç yıllık eğitim aldınız?.....
6. Toplam aylık hane geliriniz? (Aile fertlerinin maaş, emekli aylığı, kira geliri ve varsa diğer gelirlerinizi dikkate alarak toplam gelir olarak belirtiniz).....
7. Mesleğiniz?

|                             |   |           |   |
|-----------------------------|---|-----------|---|
| Serbest Meslek              | 1 | Emekli    | 5 |
| Memur (Kamu ve Özel Sektör) | 2 | Ev Hanımı | 6 |
| İşçi (Kamu ve Özel Sektör)  | 3 | Öğrenci   | 7 |
| Sanayici ve Tüccar          | 4 | Diğer     | 8 |
|                             |   | .....     |   |

8. Facebook, Twitter, Myspace gibi sosyal ağlara üyeliğiniz var mı?  
(1) Evet (2) Hayır
9. Bir önceki soruya cevabınız EVET ise en sık kullandığınız sosyal paylaşım ağı hangisidir?

- ( 1 ) Facebook ( 2 ) Myspace ( 3 ) Twitter ( 4 ) Diğer.....
10. Facebook hesabınız var mı?  
 ( 1 ) Evet ( 2 ) Hayır
11. Facebook'u hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?  
 ( 1 ) Her gün bir kere ( 2 ) Her gün birden fazla ( 3 ) Haftada birkaç kere  
 ( 4 ) Ayda birkaç kere ( 5 ) Yılda birkaç kere
12. Sıradan bir günde Facebook'ta ne kadar vakit geçiriyorsunuz? (Dakika olarak belirtiniz).....
13. Ne zamandan beri Facebook'a üyesiniz?.....
14. Facebook'taki bilgilerinizi kimlerin görmesine izin veriyorsunuz?  
 (1) Herkes(2)Sadece Arkadaşlarım(3)Sadece benim izin verdiğim kişiler(4)Sadece ben
15. Facebook profiliniz gerçek kimlik bilgilerinizi yansıtıyor mu?  
 ( 1 ) Evet ( 2 ) Hayır
16. Facebook'ta tanışıp sonra gerçek yaşamda arkadaşlık kurduğunuz kişiler var mı?  
 ( 1 ) Evet ( 2 ) Hayır
17. Facebook'ta üyesi olduğunuz gruplar var mı?  
 ( 1 ) Evet ( 2 ) Hayır
18. Facebook'ta yaklaşık kaç arkadaşınız var?.....
19. Gerçek yaşamdaki sosyal çevrenizde yakın arkadaş olarak tanımlayabileceğiniz kaç kişi var?.....
20. Boş vakitlerinizi kiminle geçirirsiniz?  
 ( 1 ) Tek başıma ( 2 ) Kız/erkek arkadaşlarımla ( 3 ) Ailemden birisiyle ( 4 ) Arkadaşlarımla
21. Boş zamanlarınızda en çok ne yapmaktan hoşlanırsınız?  
 ( 1 ) TV seyretmek ( 2 ) Sinemaya gitmek ( 3 ) Kitap okumak ( 4 ) Müzik dinlemek  
 ( 5 ) Facebook'ta iletişim kurmak ( 6 ) Arkadaşlarımla vakit geçirmek

22. Aşağıda Facebook'un sanal sosyalleşmeye ve gündelik hayata etkilerine ilişkin ifadeler yer almaktadır. Lütfen bu ifadelere katılıp katılmadığınızı Facebook hesabınızı dikkate alarak işaretleyiniz.

|       |  | Kesinlikle<br>Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle<br>Katılıyorum |
|-------|--|----------------------------|--------------|------------|-------------|---------------------------|
| 22.a) | Facebook benim için önemli bir iletişim aracıdır.  | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.b) | Arkadaşlarımla yüz yüze iletişimden ziyade Facebook yoluyla iletişim kurmayı tercih ederim.  | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.c) | Facebook'ta kendimi gerçek hayattakinden çok daha rahat hissedirim.  | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.ç) | Gündelik yaşamda iletişim kurma ihtiyacımı Facebook aracılığıyla karşılarım.   | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.d) | Gerçek hayatımda paylaşmaktan rahatsızlık duyabileceğim bilgileri Facebook'ta paylaşmaktan rahatsızlık duymuyorum.                             | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.e) | Facebook'ta sanal olarak kurduğum ilişkilerin ve paylaşımların, gerçek hayattaki ilişkilerimin ve paylaşımlarımın önüne geçtiğini düşünüyorum. | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.f) | Facebook kullanımının sosyal hayattaki arkadaşlıkları pekiştirdiğini düşünüyorum.  | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.g) | Facebook'taki arkadaş sayımın fazla olması beni mutlu ediyor.  | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.ğ) | Facebook'ta tanımadığım insanlarla da iletişim kurmakta sakınca görmüyorum   | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.h) | Facebook'ta kendimi gerçek hayattakinden daha rahat hissediyorum.  | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |
| 22.ı) | Facebook beni sosyalleştiriyor.  | 1                          | 2            | 3          | 4           | 5                         |

23. Aşağıda yakın duygusal ilişkilerinizde kendinizi nasıl hissettiğinize ilişkin çeşitli ifadeler yer almaktadır. Yakın duygusal ilişkilerden kastedilen arkadaşlık, dostluk, romantik ilişkiler ve benzerleridir. Aşağıdaki ifadeleri gerçek yaşamınızı dikkate alarak cevaplayınız.

|       |   | Kesinlikle<br>Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle<br>Katılıyorum |
|-------|---|----------------------------|--------------|------------|-------------|---------------------------|
| 23.a) | Gerçek yaşamda kendimi bağımsız hissetmem benim için çok önemli.  |                            |              |            |             |                           |
| 23.b) | Gerçek yaşamda başkalarıyla kolaylıkla duygusal yakınlık kurarım  |                            |              |            |             |                           |
| 23.c) | Gerçek yaşamda ihtiyacım olduğunda yardıma koşacakları konusunda başkalarına her zaman güvenebileceğimden emin değilim. |                            |              |            |             |                           |
| 23.ç) | Gerçek yaşamda başkalarıyla tam anlamıyla duygusal yakınlık kurmak istiyorum.   |                            |              |            |             |                           |
| 23.d) | Gerçek yaşamda başkalarına tamamen güvenmekte zorlanırım.   |                            |              |            |             |                           |
| 23.e) | Gerçek yaşamda başkalarının bana çok yaklaşması beni endişelendirir   |                            |              |            |             |                           |
| 23.f) | Gerçek yaşamda başkalarının bana dayanıp bel bağlaması konusunda oldukça rahatımdır.                                    |                            |              |            |             |                           |
| 23.g) | Gerçek yaşamda ihtiyacınız olduğunda hiç kimseyi yanınızda bulamazsınız.  |                            |              |            |             |                           |
| 23.ğ) | Gerçek yaşamda kendi kendime yettiğimi hissetmem benim için çok önemli.   |                            |              |            |             |                           |
| 23.h) | Gerçek yaşamda romantik ilişkide olduğum insanların benimle kalmak istemeyeceklerinden korkarım.                        |                            |              |            |             |                           |
| 23.ı) | Gerçek yaşamda başkalarıyla yakın olmak beni rahatsız eder  |                            |              |            |             |                           |
| 23.i) | Gerçek yaşamda başkalarına bağlanmamayı tercih ederim.  |                            |              |            |             |                           |
| 23.j) | Gerçek yaşamda başkaları beni kabul etmeyecek diye korkarım.  |                            |              |            |             |                           |
| 23.k) | Gerçek yaşamda başkalarıyla yaklaşmayı nispeten kolay bulurum   |                            |              |            |             |                           |

|       |  | HİÇBİR<br>ZAMAN | NADİREN | BAZEN | SIK<br>SIK |
|-------|--|-----------------|---------|-------|------------|
| 24.a) | Kendimi çevremdeki insanlarla uyum içinde hissederim.        | 1               | 2       | 3     | 4          |
| 24.b) | Dostumun olmadığı hissine kapılırım.                         | 1               | 2       | 3     | 4          |
| 24.c) | Sığınabileceğim hiç kimsenin olmadığı düşüncesine kapılırım. | 1               | 2       | 3     | 4          |
| 24.ç) | Kendimi yalnız hissederim.                                   | 1               | 2       | 3     | 4          |

|       |   |   |   |   |   |
|-------|---|---|---|---|---|
| 24.d) | Kendimi bir arkadaş grubunun üyesi olarak hissederim.                             | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.e) | Çevremdeki insanlarla pek çok ortak yönümün olduğunu düşünürüm.                   | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.f) | Uzun süredir kendimi hiç kimseye yakın hissetmiyorum.                             | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.g) | İlgi alanlarım ve düşüncelerim çevremdeki insanlar tarafından paylaşılmamaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.ğ) | Cana yakın ve dost canlısı olduğumu düşünürüm.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.h) | Kendimi diğer insanlara yakın hissederim.   | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.ı) | Kendimi dışlanmış hissederim.   | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.i) | Diğer insanlarla ilişkilerimin anlamlı olmadığını düşünürüm.                      | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.j) | Hiç kimsenin beni gerçekten tanımadığını hissederim                               | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.k) | Diğerlerinden kendimi izole (yalıtılmış) hissederim.                              | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.l) | İstediğim zaman arkadaş bulabilirim.  | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.m) | Beni gerçekten anlayan insanların varlığını hissederim.                           | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.n) | Kendimi çekingen (mahcup) olarak hissederim.                                      | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.o) | İnsanlar benim çevremde fakat benimle değil.                                      | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.ö) | Konuşabileceğim insanların olduğunu düşünürüm.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 24.p) | Sığılabileceğim insanların olduğunu düşünürüm.                                    | 1 | 2 | 3 | 4 |

**ÖZGEÇMİŞ**

1985 yılında Tokat'ın Turhal ilçesinde dünyaya geldi. İlkokul, ortaokul ve lise öğrenimini Tokat/Turhal da tamamladı. Lisans eğitimine 2006 yılında Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Sinema ve Televizyon Bölümünde başladı ve 2010 yılında fakülte birincisi olarak mezun oldu. 2010 yılı Eylül ayında Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim dalında yüksek lisans eğitimine başladı.