

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI**

**SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİNİN SOSYAL İLİŞKİLERE
ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA:
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİNDEKİ FACEBOOK
KULLANICILARI ÜZERİNE ÖRNEK ÇALIŞMA.**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Zerrouki İlyassine TENGOUR

KOCAELİ, 2019

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI**

**SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİNİN SOSYAL İLİŞKİLERE
ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA:
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİNDEKİ FACEBOOK
KULLANICILARI ÜZERİNE ÖRNEK ÇALIŞMA.**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Zerrouki İlyassine TENGOUR

DR. ÖĞR. ÜYESİ MERT GÜRER

KOCAELİ, 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI

SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİNİN SOSYAL İLİŞKİLERE
ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA:
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİNDEKİ FACEBOOK
KULLANICILARI ÜZERİNE ÖRNEK ÇALIŞMA.

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Zerrouki İlyassine Tengour

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 19.06.2019/17

Jüri Başkanı: **Dr. Öğr. Üyesi Mert GÖRER**

Jüri Üyesi: **Dr. Öğr. Üyesi Akın DEVECİ**

Jüri Üyesi: **Dr. Öğr. Üyesi Mehmet GÜZEL**

ÖNSÖZ

Günümüzde internetin tam anlamıyla toplumun vazgeçilmez bir unsuru haline gelmesiyle birlikte kullanıcılarının içerik üretebildiği sosyal medya yeni bir platform olarak yoğun ilgi toplamaya başlamıştır.

Sosyal medya günlük yaşantının içine dâhil olmuş, bu yaşamı kolaylaştırıcı bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya günlük yaşamın vazgeçilmezlerinden biridir denilebilmektedir. Sosyal medyada insanlar fotoğraf paylaşabilmekte, müzik dinleyebilmekte, oyun oynayabilmektedir.

Tezimin hazırlık ve çalışma aşamasında desteklerini hep yanımda hissettiğim aileme teşekkürlerimi sunuyorum. Anneme, babama, kardeşlerime, bütün arkadaşlarıma destekleri için teşekkürler. Tezimin hazırlanmasında bana katkılarından dolayı saygıdeğer hocam ve danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Mert Gürer'e teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Zerrouki İlyassine Tengour
Haziran 2019, Kocaeli

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	İ
ÖZET	İV
ABSTRACT	V
TABLOLAR LİSTESİ.....	VI
GRAFİK LİSTESİ.....	İX
GİRİŞ	2

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SOSYAL İLİŞKİLERİN KAVRAMI VE TÜRLERİ	9
1.1. SOSYAL İLİŞKİLERİN KAVRAMI.....	9
1.1.1 Sosyal İlişki Çeşitleri.....	11
1.1.1.1 İç (kapalı) sosyal ilişkiler ve dış (açık) sosyal ilişkiler.....	11
1.1.1.2 Birincil İlişkiler.....	12
1.1.2 Bireyin ve Toplumun Yaşamındaki Sosyal İlişkilerin Önemi.....	14
1.2 SANAL TOPLULUKLAR KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ	16
1.2.1 Topluluğun Tanımı	16
1.2.1.1 Toplumun Özellikleri.....	17
1.2.2 Sanal Toplum Tanımı	18
1.2.2.1 Doğal Toplum ve Sanal Toplum Arasındaki Farklar	20
1.2.2.2 Sosyal Ağlar ve Sanal Toplulukların Oluşumu	21
1.2.2.3 Sanal İlişkiler ve Klasik İlişkiler Arasındaki Farklar	22
1.3 SOSYAL AĞLARIN KULLANIMI VE YÜKSELTTİKLERİ KONULAR	23
1.3.1 Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı.....	24
1.3.2 Sosyal Ağların Kullanılmasıyla Ortaya Çıkan Sorunlar	25
1.3.2.1 Kimlik.....	25
1.3.2.2 Gizlilik.....	26
1.3.2.3 Sosyal İzolasyon	27

İKİNCİ BÖLÜM

2. YENİ MEDYA VE SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİ.....	30
2.1 YENİ MEDYA KAVRAMI.....	30
2.1.2 Yeni Medyanın Temel Özellikleri.....	32
2.1.2.1 İnteraktiflik.....	32
2.1.2.2 Çeşitlilik	33
2.1.2.3 Farklı Zamanlama	33
2.1.2.4 Küreselleşme	33
2.1.2.5 Birleşme.....	34
2.1.2.6 Hareketlilik ve Esneklik	34
2.1.2.7 Yığınlaşma	34
2.1.2.8 Medya Bütünü/Multimedya	34
2.1.2.9 Değişkenlik/Bağlılık.....	35
2.1.2.10 Kültürel Sınırların Üstesinden Gelme.....	35
2.1.2.11 Dikkat ve Odaklanma	35

21212 Analogdan Dijitalliğe Geçiş	35
2.2 GELENEKSEL MEDYA İLE YENİ MEDYA ARASINDAKİ FARKLAR	
.....	36
2.2.1 Dijitallik	36
2.2.2 İnteraktiflik.....	37
2.2.3 Yayılma	37
2.2.4 Sanallık.....	38
2.2.5 Yakınsama.....	38
2.3 SOSYAL AĞLARIN SİTELERİNİN KAVRAMI	39
2.3.1 Sosyal Ağ Sitelerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	40
2.3.2 Sosyal Paylaşım Sitelerinin En Önemlileri.....	42
2321 Twitter.....	43
2322 Myspace.....	44
2323 LinkedIn.....	45
2324 Instagram	46
2325 Youtube	46
2326 Google Plus.....	47
2327 Facebook	48
2327.1 Facebook Sitelerinin Tarihi ve İlerleme Süreci.....	49
25.72 Facebook'un Avantajları ve Dezavantajları	50
25.72.1 Facebook'un Avantajları.....	50
25.72.2 Facebook'un Dezavantajları	51
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
3. ARAŞTIRMA VE BULGULAR	53
3.1 ÇALIŞMA GRUBU	53
3.1 VERİLERİN ANALİZİ	53
3.2 VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ	88
SONUÇ	92
KAYNAKÇA	95
EK1. ANKET FORMU	100

ÖZET

Bu çalışma sosyal medya kullanımının sosyal ilişkiler üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Yukarıda belirtilen amacı gerçekleştirmek için, 375 kişiye, sosyal ağ kullanımı hakkındaki görüşlerini ortaya çıkarmak için bir anket yapılmıştır. Anket üç ana bölüme ayrılmıştır: İlk olarak, Facebook kullanmanın alışkanlıkları ve kalıpları; İkincisi, Facebook kullanmanın motivasyonları ve ihtiyaçları; Üçüncüsü, Facebook ve sosyal ilişkiler üzerindeki etkisi.

Anketin analizi, ankete katılanların çoğunluğunu Facebook'u kullanmak için bir saatten az zaman harcadığını, insanlarla iletişim kurmayı, oyun oynamayı ve uygulamaları kullanmayı tercih ettiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca geceleri bu siteyi kullanmaktadırlar. Katılımcıların çoğu bu sitede gezinirken gerçek adlarını kullanmaktadır. Ayrıca katılımcıların büyük bir yüzdesi yabancılardan gelen istekleri kabul etmemektedir.

Sonuçlar, Facebook'un kullanıcıların büyük oranda diğer insanlarla iletişim ve etkileşim kurmasına olarak tanıdığını göstermektedir. Ayrıca merak ve bilgiye ulaşmada kolaylık sağlamaktadır. Ayrıca, sonuçlar Facebook'taki kadın ve erkek kullanıcıların arasında çok büyük fark olduğunu da gözler önüne sermektedir. Dahası, bu sitelerin kullanımının sosyal yaşam üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı ortaya konulmuştur.

Anahtar kelimeler: Sosyal Ağ Siteleri, Facebook, Sanal Topluluk, Sosyal İlişki.

ABSTRACT

The present study aims at investigating the effects of the using social media on social relations. To achieve the aforementioned aim, a questionnaire was addressed to 375 people to elicit their opinions about the use of social network. The questionnaire was divided into three major parts. First, the habits and patterns of using Facebook. second, the motivations and needs of using Facebook. Third, Facebook and its impact on social relations.

The analysis of the questionnaire revealed that the majority of the respondents spend less than an hour in using Facebook, they prefer to communicate with people, play games and use applications. furthermore, they use this site at night. Many respondents use their real names while navigating this site. There is also a large percentage of respondents who do not accept the invitation from strangers.

The results also showed that Facebook provides to the users a large proportion of communication and interaction with other people it also satisfies their curiosity and facilitate the access to information. In addition, the results showed that there is a huge difference between male and females users of Facebook. furthermore, the study found that the use of this site does not have a significant effect on social life.

Key words: Social Networking Websites, Facebook, Virtual Community, Social Relationship.

TABLULAR LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1: Birincil sosyal ilişkiler ile ikincil sosyal ilişkiler arasındaki farklar	14
Tablo 2: Doğal toplum ve sanal toplum arasındaki temel farklılıklar	21
Tablo 3: Sanal ilişkiler ve klasik ilişkiler arasındaki en önemli farklar	23
Tablo 4: Geleneksel medya ve yeni medya arasındaki en önemli farklar	39
Tablo 5: Anketi cevaplayanların cinsiyet dağılımı	53
Tablo 6: Anketi cevaplayanların yaş dağılımı	53
Tablo 7: Anketi cevaplayanların bölüm dağılımı	54
Tablo 8: Anketi cevaplayanların eğitim seviyesi dağılımı	56
Tablo 9: Anketi cevaplayanların medeni durum dağılımı	56
tablo 10: anketi cevaplayanların facebook kullanıyor musunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	56
Tablo 11: Ne zamandan beri "facebook" kullanıyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	57
Tablo 12: Ne zamandan beri "facebook" kullanıyorsunuz yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	57
Tablo 13: Günde kaç saat "facebook" kullanıyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	58
Tablo 14: Günde kaç saat "facebook" kullanıyorsunuz, yaşa ve cinsiyete göre, sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	58
Tablo 15: Gün içinde kaç kere facebook'u kontrol edersiniz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	59
Tablo 16: Gün içinde kaç kere facebook'u kontrol edersiniz yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	59
Tablo 17: "Facebook" kontrolü için hangi zaman dilimini tercih ediyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	60
Tablo 18: "Facebook" kontrolü için hangi zaman dilimini tercih ediyorsunuz? yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	60
Tablo 19: "Facebook'da" En Çok Hangi Özelliği Kullanıyorsunuz Sorusuna İlişkin Verilen Cevap Dağılımı	61
Tablo 20: "Facebook'da" sıklıkla neler yapmayı tercih ediyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	62
Tablo 21: Bilgili ve eğlenceli olduğu için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	63
Tablo 22: Eğitimsel olduğu için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	63

Tablo 23: Daha fazla bilgi alındığı için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	64
Tablo 24: Arkadaş ve aile iletişiminde kolaylık sağladığı için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	64
Tablo 25: Yeni insanlarla tanışma olanağı sağladığı için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	64
Tablo 26: Haberleri okumak ve güncel olayları takip etmek için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	65
Tablo 27: Duygusal ve sosyal boşluktan kurtulmak için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	65
Tablo 28: “Facebook'a” giriş yaptığınız zaman, hesabınızı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	66
Tablo 29: Gerçek adımı kullanmayı tercih ederim sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	66
Tablo 30: Gerçek adınız kullanıyorsanız, sebebi nedir yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	67
Tablo 31: Takma ad kullanmayı tercih ederim sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	67
Tablo 32: Takma adınız kullanıyorsanız, sebebi nedir? yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	68
Tablo 33: Tanımadığımız kişilerden gelen istekleri onaylıyor musunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	69
Tablo 34: Cevabınız evet ise sebebi sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	69
Tablo 35: Cevabınız evet ise sebebi yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	70
Tablo 36: Cevabınız hayır ise sebebi sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	71
Tablo 37: Cevabınız hayır ise sebebi yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	71
Tablo 38: "Facebook" hangi alandan ihtiyacınız karşılıyor sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	72
Tablo 39: “Facebook” hangi sosyal isteklerinizi karşılıyor sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	73
Tablo 40: Facebook kullandığımda, kendime daha özgür hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	74
Tablo 41: Ailemle geçirdiğim zamandan daha çok arkadaşlarım ve akrabalarım ile facebook ‘da konuşarak zaman geçiriyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	75
Tablo 42: Ailemle ve arkadaşlarımdan gibi daha çok facebook grup arkadaşlarımla sosyal bağlılık hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	76
Tablo 43: Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmektense internet üzerinden konuşmayı tercih ederim sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	77

Tablo 44: “Facebook’da” daha açık ve cesur bir şekilde konuşmama imkân tanınır sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	78
Tablo 45: Duygusal ve sosyal boşluk beni facebook kullanmaya itti sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	79
Tablo 46: “Facebook’da Ki” arkadaşlarımla sayıları yüzyüze tanıdığım eş dost ve akrabalarımla sayısından daha çok sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	80
Tablo 47: Gerçek hayattaki arkadaş ve dostlarımdan ziyade “facebook’daki” dost ve akrabalarıma güveniyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	81
Tablo 48: Facebook’da Ki arkadaşlarımla olan yakınlık hissi beni onlarla yüzyüze tanışmaya itti sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	82
Tablo 49: “Facebook” kullanmaya başladığımdan beri ailem ile iletişimimin azaldığını hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	83
Tablo 50: “Facebook” kullanmaya başladığımdan itibaren akraba ziyaretlerim azaldı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	84
Tablo 51: “Facebook” kullanmaya başladıktan itibaren ailede sosyal aktivitelerim arttı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	85
Tablo 52: Ailem “Facebook’da” çok zaman geçirdiğim için şikâyet etmekte sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	86
Tablo 53: “Facebook” aracılığı ile iletişim kurduğum insanlara daha yakın hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	87
Tablo 54: Ölçekte bulunan bir sorunun çıkarılması için alpha değişim katsayısına bakılır tablosu.	90

GRAFİK LİSTESİ

Sayfa No

Grafik 1: Anketi cevaplayanların bölüm dağılımı	55
Grafik 2: Facebook kullandığımda, kendime daha özgür hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	74
Grafik 3: Ailemle geçirdiğim zamandan daha çok arkadaşlarım ve akrabalarım ile facebook 'da konuşarak zaman geçiriyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.	75
Grafik 4: Ailemle ve arkadaşlarımdan gibi daha çok facebook grup arkadaşlarımla sosyal bağıllık hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	76
Grafik 5: Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmektense internet üzerinden konuşmayı tercih ederim sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	77
Grafik 6: "Facebook'da" daha açık ve cesur bir şekilde konuşmama imkân tanır sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	78
Grafik 7: Duygusal ve sosyal boşluk beni facebook kullanmaya itti sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	79
Grafik 8: "Facebook'da Ki" arkadaşlarımla sayısının yüz yüze tanıdığım eş dost ve akrabalarımla sayısından daha çok sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	80
Grafik 9: Gerçek hayattaki arkadaş ve dostlarımdan ziyade "facebook'daki" dost ve akrabalarıma güveniyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	81
Grafik 10: Facebook'da Ki arkadaşlarımla olan yakınlık hissi beni onlarla yüz yüze tanışmaya itti sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	82
Grafik 11: "Facebook" kullanmaya başladığımdan beri ailem ile iletişimimin azaldığını hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	83
Grafik 12: "Facebook" kullanmaya başladığımdan itibaren akraba ziyaretlerim azaldı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	84
Grafik 13: "Facebook" kullanmaya başladıktan itibaren ailede sosyal aktivitelerim arttı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	85
Grafik 14: Ailem "Facebook'da" çok zaman geçirdiğim için şikâyet etmekte sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.....	86
Grafik 15: "Facebook" aracılığı ile iletişim kurduğum insanlara daha yakın hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı	87

GİRİŞ

İletişim, araştırmacıların dikkatini çeken en önemli sosyal konuların başında gelmektedir. Toplumun devamının temeli ve fertler arası etkileşime dayalı olarak göz önünde bulundurulmaktadır. Ayrıca içeriği ve kabul edilişi açısından farklı olsa bile topluluğun kendi varlığını sürdürmesini ve kimliğini tanımasını sağlayan tek yol olmaktadır.

Medya ve iletişimin gelişen teknolojisi, yeni ufuklar açmakla kalmayıp insanlığın çeşitli yönlerine (kültürel, zihinsel, sosyal hayatın) derinlemesine değişikliklerde bulunmuştur ve bütün beşer iletişim şekillerinin üzerinde Marshall McLuhan tarafından değinilen evrensel toplum kavramının farkına varılmasının önünü açan çok önemli bir etkiye sahip olmaktadır.

İletişim teknolojisi, iletişim ve kişiler arasındaki insanlık boyunca bireyler tarafından keşfedilip ürettir ve gösterilen araçlara ve anlamlara ithaf etmektedir. Bu alanlardaki kayda değer gelişim, insanlığın bütün faaliyetleriyle ilişkilendirilme şansı sunmaktadır ve bundan dolayı onların günlük hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Medya iletişim teknolojisinin en çok görünür modellerinden olan internet, kişilerin işlerini ve sorunlarını sanal bağlantı yoluyla iletmesini ve yeni olanaklar açmasını sağlamaktadır ve bu çerçevenin sınırlarını oluşturmaktadır. İnternet, ilişkilendirildiği bir kültürel davranış etkileşimleriyle tanıtılmaktadır ve sosyal etkileşim sürecini hem ferdi hem toplu olmak yeni ve gelişen örneklerinin davranışlar üstünde yaygın olmasının liderliğini yapmaktadır.

İletişimin modern teknolojiden ötürü sosyal yaşamda ilerlemesini seyreden bir kişi, toplumlarımızın sosyal ilişkilerinde yaşanan fevkalade değişimin farkına varmaktadır. Bu gelişimin dünya çapında art arda gelen büyük dönüşümlerden etkilendiğine dair hiçbir kuşku yoktur. Yüz yüze bağlantı yerine orta çizgideki iletişim hayatın her yönüne yayılmaktadır, esas toplumun içinde bireyselliğe dönüşmekte ve iletişimin bu biçimi kişiler arasında daha kolay iletişim kurulduğundan etkin rol üstlenmektedir. Lakin diğer yandan insanlığın yüzyıllardır bilinen başta kurduğu iletişim türleri, “mimikler ya da ifadeler” ortadan kalkmıştır ki böylelikle bu sayede dönüm noktası yaşanmıştır. Kişi çevresi ile iletişim ihtiyacı olduğu yerde bu süreci yönlendirmekte, onlarla etkileşimde bulunmakta ve fertler

onların etrafındaki sembolleri, anlamları kendi içlerinde harmanlayarak karşılık vermektedir.

Bir toplumda insanların birbiriyle etkileşimi sonucunda sosyal ilişkiler doğmaktadır. Beşer hayatın kaçınılmaz ihtiyacı olarak kabul görmektedir. Zira insanlar etrafına ayak uydurmadıkça ve buna gayret göstermedikçe var olması mümkün olmamaktadır. İnternetin ortaya çıkmasıyla, başında aktif olarak vakit geçirip, dış dünya ile bağını neredeyse kopartan insanlar yüzünden, bazı alanlarda bağımlılığa neden olduğu saptanmıştır.

İnsanların Facebook, Twitter, Instagram bu gibi blok sitelerinde kendi yorumlarını yazabilmesi, eleştiri yapabilmesi, paylaşımında bulunması, arkadaşlıklar kurabilmesi onları cezbediği için gördüğüyle iletişimi kesip, tamamen sosyal medyaya odaklanmaktadır.

İletişimin doğasındaki bu değişim aile içinde iletişim bağı ve gerçek iletişimin geleceğini tehdit altına almaktadır. Buna ek olarak kurulması gereken gerçek iletişimde olduğu gibi farklı türdeki iletişimlerde tükenmektedir. Şu anda kendisine benzer iletişimleri arayan bir alan oluşturmaktadır ve üyelerin birbirine bağlayan manidar bir etkiye sahip olmaktadır. Sosyal ilişkileri tehdit eden bu riskler, bizi bilhassa sistem üzerinde olaylara ve etkilerine baktırmaktadır. Bizim bu çalışma boyunca tartışmak için aradığımız giriş bölümünde biçimlendirilen şeyler şunlardır; Teorik Alan ve Teorik Bölümün içerdiği sonuçlar.

Tartıştığımız ilk bölüm, toplum bağlantılarıyla ilgili olmaktadır. Sosyal ilişkilerin türlerini içeren bağlantıları sunduğumuz tanım iki kısma ayrılmaktadır: Açık/Kapalı ilişkiler, Birincil ya da İkincil derecedeki ilişkiler. İkinci kısımda esas toplumlar ele alınmaktadır ve onları tanımlayıp karakteristik özellikleri gösterilmektedir. Üçüncü kısımda son olarak sosyal medyanın kullanımı ve onun kullanımıyla ortaya çıkan hayata etkisini ve insanlar arasında nasıl ayrılmaya ve uzaklaşmaya neden olduğu tartışılmaktadır.

Yapılan araştırmaların ikinci bölümünde yeni medya ve sosyal paylaşım sitelerini, yeni medyanın türlerini, özelliklerini, geleneksel medya arasındaki farklılıklarını ve ayrıca mikro blog sitelerinin nasıl geliştirilip kullanıldığı hakkında

tartışmalarda bulunmaktadır. FB, IG, TW, LinkedIn, YT, gibi diğer sitelerin nasıl önemli olduğundan ve ne şekilde yansıtıldığından bahsedilmektedir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde, birinci bölümde analizleri ele aldığımız ve cevaplarını yorumladığımız iletişimin pratik tarafına ayrılan yer belirtilmektedir. Facebook kullanım örneklerini ve alışkanlıklarını ve bu sitenin kullanımının arkasında yatan ihtiyaç ve dürtülerin sosyal ilişkiler üzerinde etkisi incelenmektedir.

Araştırmanın Amacı

Her araştırmacı, yaptığı bilimsel araştırmalardan bir dizi amaca ulaşmayı hedeflemektedir. Bu çalışmadan ulaşılabilecek en önemli hedeflerden biri şudur:

Türk halkının sosyal paylaşım sitelerini kullanma arzusunun belirlenmesi, çağdaş bilgi ve iletişim teknolojisinin insan hayatındaki rolü hakkında bilgi sahibi olmak, sosyal ağ siteleri tarafından sağlanan en önemli hizmetleri tanımlama, sanal sosyal ağların kullanılması nedeniyle sosyal ilişkilerin etkisinin anlaşılması, internet üzerinden sosyal paylaşım ağlarının aile üyeleri arasındaki aile ilişkileri üzerine etkilerini araştırmak ve internette bulunan sanal topluluklardaki bireylerin etkileşimlerinin özelliklerini de belirtmek; bunlar da kendi tercihlerini belirlemektedir ve bunların en son nasıl gerçek hayatlarını etkilediğini belirlemektir.

Araştırmanın Önemi

Bu araştırmanın önemi, sosyal ilişkiler üzerine ve onların yeni teknolojinin en iyi ve en uygun kullanımını, örneklerle açıklayan bazı önemli noktaları yaratan görsel ağları kullanmalarındaki etkiye ışık tutmaktır.

Bu konuyu seçme sebeplerim araştırmanın en zor aşamalarından biri, araştırmacının bilgisini zenginleştirmek için çalışacağı konuyu seçmesi olmaktadır. Herhangi bir bilimsel araştırmanın konusu seçiminin ilkelerine ve şartlarına dayanmaktadır ve tek olarak aşına olduğu bu konuyu seçmesinin sebebini saptamaktadır. Buradan hareketle bu konuyu kullanmamızın birtakım sebepleri olduğu söylenebilmektedir.

Özellikle kişilerin ilgi alanı olan Facebook gibi sosyal ağların yaygın kullanımı.

Gerçek sosyal ilişkilerin biçimine kadar sanal ilişkilere dönüşmüştür ve bunun bu ilişkiler üzerinde birçok yan etkisi gösterilmektedir. Araştırma konumuz bu öğeleri kapsamaktadır.

Çalışmaların eksikliğinin yanı sıra araştırma konusu nitelik açısından modern ve canlıdır. Ayrıca sosyal ağların sosyal ilişkiler üzerindeki etkisi hakkında araştırma yapmaktır.

Sosyal ağların kullanıcıların büyük bir kısmını nasıl etkilediğini bulma isteği.

Sosyal ağ siteleri tarafından gerçek sosyal ilişkilerin nasıl etkilendiğini bilme isteği.

Araştırmanın Problemi

İnsan, doğası gereği toplumsal özellikler taşımaktadır, iletişim içinde yaşamakta ve çevresi ile yakın bağlantı kurmaktadır. Bundan dolayı, bireyin başarısı ve gelişimi, kültürünün geliştirilmesi ve yeteneklerinin güçlendirilmesi için temel oluşturan toplumsal ilişkiye ihtiyaç duyulmaktadır. Ve bunların hepsi onu toplumunda önemli hissettiren ve dolayısıyla olaylarıyla aktif ve etkileşimli hale getiren, bir toplumun ilerlemesine ve gelişimine yol açan şeyler olmaktadır. Ortak çıkarları ve gereksinimlerini örtüşen zorlayan insan hayatının doğası hedeflerini gerçekleştirmek ve hayatında başarılı olmak için çevresindeki insanlarla iletişim kurmak ve sosyal ilişkiler kurmak için çalışmaktadır. Bir toplumda birbirleriyle etkileşiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan toplumsal ilişkiler, hayatın en önemli ihtiyaçları arasında olmaktadır. Herhangi bir toplum, beden veya sosyal kurum, toplumsal ilişkilerini organize etmeye çalışmadıkça kendi yoluna girememektedir.

İletişim ve iletişim alanlarında yeni fırsatlar ve olanaklar sağlayan iletişim dünyasındaki hızlı teknolojik gelişmelerin ortasında, örneğin internet artık sadece bilgi aktarımında rol oynamakla kalmamakta, aynı zamanda birçok kültürel ve sosyal yankıya sahip olmaktadır. Tartışmalara, sorgulamalara yer veren hücreler, iletişim grupları oluşturmak, konuyu ve fikirleri ortaya koymak için ya da tanıdıklarla diyaloglarda bulunmak için en fazla sayıda katılımcının yer aldığı birçok role sahiptir.

"Myspace", "Facebook" ve "Twitter" gibi sosyal ağ sitelerinin ön planında yer alan çeşitli araçlarla internetin ikinci kuşağının devrimi, genç nesillerin eğitimini büyük oranda yaptıkları hizmetlerden dolayı ve öncelikle kendi menfaatleri ve istekleri ile ilişkili oldukları için, yaygınlaştırabilen ve yaygınlaştıran global bir fenomen haline gelmiştir. Bu siteler arasında, sosyal paylaşım ağının doğası tarafından sağlanan hizmetlerin çeşitliliği nedeniyle günümüzde en popüler sitelerden biri, yarım milyardan fazla aboneye sahip olan "Facebook", bu sitelerin kullanımını sağlasa da "Facebook" önemli mesafelerde bulunan kayda değer bir teknolojik bağırış olduğunu yansıtmaktadır. Tüm mesafelerin kaldırılmasından sonra birçok ilişkiyi bağlamakla kalmamakta, aynı zamanda internetin kişilerin sosyal olarak izole edilmesindeki ve toplumdaki ilişkilerin toplumdan sökülmesindeki tehlikeli rolü ifade etmektedir. Bireyler, günlük yaşamlarında başkalarının sosyal hayatına yol açan sanal alan içerisinde, bilgisayar ağları ve internet önünde çok zaman harcamaktadırlar. Bu, aile ilişkileri, mahalle ilişkileri, iş ve diğerleriyle ilişkiler gibi sosyal ilişkiler, sanal gerçeklik modelinde farklı yansımalara neden olmaktadır.

Bu bize şu soruyu öne sürmemize yol açmaktadır:

Sosyal paylaşım sitelerinin sosyal ilişkiler üzerindeki etkileri nelerdir?

Bu sorundan hareketle, "Facebook" sosyal web sitesinin sosyal ilişkiler üzerindeki etkisini ve Türk toplumunun bir örneğini inceleyerek, bu sosyal ağın, aralarında hâkim olan toplumsal ilişkilerin en önemli etkilerini öğrenme şansı bulunmaktadır. Sorular ise şöyledir:

1. Türk halkının Facebook'u kullanmak istemesinin arkasındaki nedenler nelerdir?
2. Facebook'un aile ilişkileri üzerinde Facebook kullanımının sonuçları nedir?
3. Facebook'un kullanımı Türkiye'deki toplum ilişkilerini nasıl etkiliyor?

Araştırmanın Hipotezi

Yukarıdaki bu soruların içerdiği hipotezler şöyledir:

1. Facebook sitelerinin kullanıldığı partiye, cinsiyete ve yaşa bağlı olarak kullanıcıdan kullanıcıya değişir.
2. Kocaeli Üniversitesi'ndeki Facebook kullanıcıları, Facebook'u diğer sosyal paylaşım sitelerinden farklı olduğu ve kullanıcılarının her şeyin hâkimi olmasına izin verdiği için kullanmaktadır.
3. Facebook'un kullanımı, bireysel sosyal faaliyetlerin belirgin bir şekilde geri çekilmesini sağlar ve bu site aile ve arkadaşlarla olan kişisel teması azaltır.
4. Kocaeli Üniversitesi'ndeki Facebook kullanıcıları, Facebook'u kendilerini eğlendirmek için kullanıyorlar ve ayrıca çeşitli türdeki bilgileri öğreniyorlar.

Araştırma Evreni ve Örnekleri

Araştırmanın evreni ve örnekleme Kocaeli üniversitesi 2017-2018 eğitim öğretim yılında okuyan öğrenciler olarak belirlenmiştir. Kocaeli Üniversitesi öğrenci sayıları öğrenci işlerinden alınmıştır. Kocaeli üniversitesi'nin 2017- 2018 verilerine göre, öğrencilerin tümü Üniversite'deki toplam kişi sayısının 85 bin öğrencisidir.

Tanımlar.

Yeni Medya

"Yeni medya" terimi çoğu zaman tartışılmıştır. Herkes kesin ve somut tanımını kabul etmemektedir. "Yeni medya" terimi genel olarak, etkileşimli olan, iki yönlü iletişimi içeren ve telefon, radyo ve televizyon gibi "eski medya"nın aksine bir tür bilgi işlem içeren dijital medyayı kapsamaktadır.

Lister ve diğer, yeni teknolojiyi, ilgili teknolojilerin temel niteliklerini temsil eden aşağıdaki altı kavram aracılığıyla tanımlamaktadır: dijital, etkileşim, hipermetin, sanallık, ağlar ve simülasyonlar. (Cloutier Breault; 2011. 24).

Sanal İlişkiler

Sanal ilişkiler, sosyal ağlara dönüşen tekrarlanan bağlantılar aracılığıyla sosyal ağ kullanıcıları arasında ortaya çıkan ilişkilerdir. Bu sanal ilişkiler gerçekte gerçek ilişkilere dönüşebilmektedir.

Sanal ilişkiler, devrimin iletişim teknolojilerinde devrimin kurduğu veya bulduğu ilişkilerdir ki bu da en önemli özellik olan internettir (Mustafa Sadek; 2008, 31).

Sosyal İlişkiler

Sosyal ilişki kavramı sosyal davranıştan ortaya çıkan elementlerin sabit düzeni ya da organizasyonunu ifade etmektedir Ne izole olmaktadır ne de dış sosyal davranıştır. Sosyal hareket örneklerine cevap olarak düşünülemeyen eylemin hayali düzenlemesidir.

Sosyal ilişkiler ayrıca grupta, organizasyonlarda ya da sosyal kurumlarda iki kişi arasında olan sosyal pozisyonların, sosyal etkileşimin sonucu olarak da tanımlanmaktadır (Etki, yararlanılabilirlik, ya da bağışlama) (Halil. 1999: 77).

Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal ağ siteleri internetin kullanımıyla arkadaşlıkları biçimlendirmek için aynı ilgi ve istekte olan bireylerin ağıdır. Sosyal ağ siteleri kendi sitesini oluşturmak için onay veren ve sonra onu aynı ilgi ve hobilere sahip olan diğer üyelerle e-sosyal sistemiyle bağlayan elektronik ağlar sistemi olarak tanımlanabilmektedir.

Facebook

Facebook, kullanıcıların yorum yazabileceği, Web'de haberlere veya diğer ilginç içeriklere ait fotoğraf ve bağlantılar paylaşabileceği, oyun oynayabileceği, canlı sohbet edebileceği ve canlı video yayımlayabileceği bir sosyal ağ sitesi ve hizmetidir. Facebook, ailenizi ve arkadaşlarınızı çevrimiçi olarak bağlayıp paylaşmanızı kolaylaştıran bir sosyal paylaşım sitesidir. Başlangıçta üniversite öğrencileri için tasarlanan Facebook, Harvard Üniversitesi'nde kayıtlı iken Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kuruldu. 2006 yılına kadar, 13 yaşın üzerindeki herkes geçerli bir e-posta adresiyle Facebook'a katılabilirdi. Bugün, Facebook dünyanın en büyük sosyal ağıdır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SOSYAL İLİŞKİLERİN KAVRAMI VE TÜRLERİ

İnsanlar birbirlerine sosyal ilişki ile bağlıdır ki bu da aralarındaki ilişkinin doğal sonucudur. Bireyle toplum arasındaki bu sosyal ilişki doğumda başlayıp ölüme kadar devam etmektedir. Sosyal ilişki kişiden kişiye bulunduğu statüye toplumdaki görevine ve ait olduğu gruba göre değişiklik göstermektedir. Fakat bugünlerde insanların birbiriyle doğrudan iletişim yerine akıllı telefonlar ve sosyal medya sayesinde iletişime geçmesi dikkat çekmektedir. Hatta bazı insanlar yüz yüze hiç görüşmeyip sosyal medya üzerinde tanışıp iletişimde olmaktadır. Ve son olarak bu bölümde sosyal ilişkinin geniş kapsamlı tanımının ve onu etkileyen türlerin üzerinde durulmaktadır.

1.1. SOSYAL İLİŞKİLERİN KAVRAMI

Sosyal hayat, ilişkiler kurmadan devam ettirilemez bir köprü olmaktadır ve ilişkiler çok geniş kapsamda çeşitlilik göstermektedir. Ön plana çıkan iki tanım vardır: Birincisi, sembolik bağlaşımcılıkta, kişiler arası ağ saptamında ve günlük yaşayış anlayışında "ilişkiler" toplumsal faktörler arasındaki var olan bağlam olarak tezahür edilmektedir; İkincisi ise, Bourdieu'nün yaptığı araştırmalar da ilişkiler toplumda yer teşkil eden kaynakların dağılımının, toplum paraleline uzaması olarak tanımlanmaktadır. Nick Crossley'e göre bu iki belirleme arasında tahlil yapılacak olursa birinci belirlenen tanım ön plana çıkmaktadır (Christophe ve Depelteau, 2013: 193).

Sosyal ilişki, bir şahsın yahut birbirlerine kenetlenmiş şahısların kendi dışındaki şahış veya şahısları göz önünde bulundurarak ortaya koydukları hareket

biçimidir. Sosyal ilişkide adapte olmak ve kontrol çok önemlidir. Sosyal ilişkiler, iki farklı düşünen kişi, sosyal kurum yada bir organizasyonun bir arada kalabilme başarısı sosyal etkileşim sonucu olmaktadır (Erkal, 1998: 170).

Sosyal ilişkiler kişiler, etkileşim varlıkları ve yönelimleri hakkında farkında olmalıdırlar. Bireyler, etkileşim varlıklarını tanıdıklarında yönelim kalıplarını tanımlar ve bu kalıplar sınırında hareket etmektedirler (Halil, 1999:77). Sosyal ilişkiler sınırsız olmaktadır. Patron ile işçi, doktor ile hasta, amir ile memur, pizzacı ile sipariş veren vb. sosyal hayattaki örneklerden sadece bir kaç olmaktadır. Sosyal anlamda bizi kazançlı kılacak en önemli olgu, karşındaki kişinin var olduğunu kabul etmektir. Bu kabulleniş sadece dost kavramı ile değil düşmanca bir kabullenişte olabilmektedir. Toplum, canlılar için genel manada değil, sadece insanlar için tanımlanmış bir terim olmaktadır. İnsanların, birbirlerinin haklarının var olduğunu bilmeleri ise, toplumu doğurmaktadır (Bahar,2008:33).

Sosyal ilişkiler yeterlilik artısının meydana gelebilmesi yönünden tahlile açık ve doğru bir analiz aracı olmaktadır. Toplum için de maddi ve manevi olarak herkim ne yapıyorsa, bütününe sosyal ilişki denmektedir. Toplumsal etkileşimler, toplumu meydana getiren bireylerde benzerlikler, farklılıklar ve bir topluluğa ya da bir şahsa aidiyet duygusu ve bu olaydan karşılıklı olarak haberdar olma isteği ile desteklenmektedirler. Bu bağlamda sosyal ilişkiler sosyal vakalar zincirinin en tepe vurgusu ve toplum yaşamı kuramının direğidir. Sosyal ilişkiler kapsamında, kişilerin ve toplumun sosyal vakalar, oluşumlar, gerçekler, üstlenilen rol ve oluşan gruplara tutumları kolayca tahlil edilebilmektedir (Günay, 1998:20).

Bilgiseven'e göre sosyal ilişkiler, benzerlik ile farklılıklardan meydana gelmektedir. Ona göre, sosyal münasebetler topluluğu, mevcut olan insanlar arasındaki benzerliklerden ve farklılıklardan zuhur eden aynı cemiyete aidiyet olma duygusu ve bu anda karşılıklı olarak haberdarlığı duygusu ile destek bulan bir ilişki biçimidir (Bilgiseven,1976: 22)

Marx'a göre toplum, bireylerin karşılıklı bağlantılarının ve ilişkilerinin tezahürü olmaktadır. Toplumu oluşturan insan canlısının maddesel ve fikrinsel hayatlarını ömrünce devam ettirmek için sosyal ilişkiye girmektedirler. Bu ilişkiyi

ortaya koymak sadece ve sadece etkileşim ile imkan bulmaktadır (Aktaran İrfan, 2007: 199).

Sosyolog Max Weber'e göre (2007: 41), insan canlısı için her münasebet bir yeterlilik taşımamaktadır. Yolda yürüyen iki şahsın çarpışması tabiatın hediyesi gibi olmaktadır. Weber, bu sebeple çarpışmanın sosyal ilişki kabiline girmesi için, yol verme gayreti, olayın vukuunun peşine özrün dilenmesi gibi hareketlerin öneminin haizliğini söylemektedir.

Sosyal ilişki, toplumsal hayatın en temel ve en önemli öğelerinden biri olmaktadır. Bu önem örgütlü toplumlarda çok daha belirleyici bir özellik sergilemektedir. Sosyal ilişki biçimlerimizi, tutumlarımızı, davranışlarımızı, inançlarımızı, kültürümüzü ve kimliğimizi oluşturmaktadır. Alan, Tönnies'in sosyal ilişkilerin toplumsal yaşam için önemli olduğuna değinenlerden biri olduğunu ifade etmektedir. Tönnies'e göre sosyoloji perspektif, esasen "karşılıklı taahhüt" olarak, her bireyin başka kişi ya da kişilerin belirli bir davranışıyla ilgili taleplerde bulunacağı, karşılıklı toplumsal ilişkilerle ilgili olmaktadır (Aktaran Akınhay, 1998: 165).

1.1.1 Sosyal İlişki Çeşitleri

1.1.1.1 İç (kapalı) sosyal ilişkiler ve dış (açık) sosyal ilişkiler:

İç sosyal ilişkiler, grup içindeki üyeler ve duyguları arasındaki ilişkilerdir. Dış sosyal ilişkiler, grubun kendisini çevreleyen çevre ile ilişkileridir.

Max Weber'e göre, iki tür sosyal ilişki vardır: iç sosyal ilişkiler ve dış sosyal ilişkiler. Bölünme, psikolojik bir temele dayalı olmaktadır, yani bize ait olan her şey dâhili ve diğerlerine ait olan her şey dıışsaldır olmaktadır (Al-Fawal, 1996: 98).

Açık sosyal ilişkiler, yabancılar, ebeveyn olmayanlar, belirli bir sosyal sınıfın üyesi olmayan, dini bir topluluk veya bir sendikanın kabul edildiği dernekleridir. Genellikle karşılıklı maddi menfaate sahip değildir; ancak sevgi ve karşılıklı saygı olmaktadır (Holtkrans, 1973: 240).

İçsel sosyal ilişkiler “kapalı”, her partinin varlıklarını hissettiği ve kendisine ait olma önemini anladığı ve hedeflerine ulaşmaya çalıştığı ilişkiler türüdür. Kapalı sosyal ilişki, birinin bağlı olduğunu düşünen bir ilişkidir. Kapalı sosyal ilişkilerin, grup içindeki üyelerle duygular arasındaki ilişkiler olduğu söylenebilmektedir (Maan, 1999: 81).

İlk ilişki (iç kapalı ilişki) "biz" ilişkisidir. İkinci ilişki (dış veya açık) "onlar" arasındaki ilişkidir. İçsel ilişki kendimizi ve bizler "biz" dediğimizde insanlar tarafından ifade ettiğimiz her şeyi içermektedir. Dış (açık) ilişki "biz" kelimesine dâhil olmayan herkesi kapsamaktadır (Awad Sayed, 1996: 154).

1.1.12 Birincil İlişkiler

İnsanların en önemli özelliklerinden biri de gruplar halinde yaşamalarıdır. İnsanlar birbiriyle etkileşim ve bağımlılık içinde olmaktadır. Grup yaşayışının sosyolojik olarak incelenmesi insan davranışlarının anlaşılmasında önemli bir yere sahip olmaktadır. Birbirlerinden farklı gruplar vardır. Aile, kalabalık, okul, meslek, dinleyiciler vb. hepsi birer grup olmaktadır. Sosyal hayat, grup davranışları sayesinde kalıplaşmış ve tahmin edilebilir hale gelmiştir. İnsanlar, gruplar içinde sosyalleşme süreçlerini yaşamaktadırlar (Bahar, 2008: 33).

Sosyal bilimciler genelde toplumsal ilişkileri şu şekilde bölmektedirler; Birincil sosyal ilişkiler, uzun bir zaman kategorisinde doğrudan ve yakın ilişkileri olan bir grup bireyden oluşan bu ilişkiler ve sosyal bağlar anlamındadır.

Bu sosyal ilişkiler; cinsiyet, yaş, renk, coğrafi konum ve diğer ilişkiler gibi ortak kökene dayalı olmaktadır. Bu tür sosyal ilişkiler, bireyler arasındaki kişisel bilgiye ve aralarında günlük birliğe dayalı doğrudan ilişkiler veya yüz yüze ilişkiler ile ilişkilendirilebilmektedir. "Bu ilişkiler, hayatında göreceli olarak uzun bir süre için bireyle ilişkilendirilebilir ve bazıları hayat boyunca ona eşlik edebilmektedir" (İbrahim Najm, 2000: 43).

İlişki, bireyler arasındaki aşinalık ve yakınlığa dayanıyorsa bireyler arasındaki açık ve kişisel temasla karakterize edilen birincil sosyal ilişkiler kabul edilmektedir. Öncelikle gereklidir, çünkü bireyin sosyal doğasını ve davranışını şekillendirmede

gerekli ve hayati önem taşımaktadır. Bireyler arasındaki yakın ilişki, bireysel kişiliklerin bütün bir birime kaynaştırılmasıdır ve bireysel benlik, grubun yaşamının ve hedeflerinin bir ifadesi olmaktadır (Ghaith, 1990: 55).

Bireyin kimliği, ait olduğu toplumun inanç, değer ve hedefleriyle şekillenmektedir. Birey o topluma aidiyet duygusuyla bağlı olmaktadır. Birincil ilişkilerin analizinde de birtakım noktaların ele alınmasında fayda vardır. Fiziksel olarak farklı yerlerde olan ve iletişim araçlarıyla etkileşimde bulunan aile üyeleri birincil grup kapsamında mı ele alınacaktır. Aynı evde olan fakat sürekli çatışma içinde yaşayan aile üyeleri hangi grup kapsamında değerlendirilmelidir (Bahar, 2008: 34).

Aile, birincil gruplara verilecek en iyi örnektir. Aile, yaş ve otorite konusunda eşit olmayan bireylerden oluşmaktadır. Başta sevgi ve nefret, uyum ve çaba olmak üzere aile en fazla duygusal bağlar oluşturabilecek bir gruptur.

İkincil sosyal ilişkiler konusunda ise şu söylenebilmektedir: İkincil ilişkiler, büyük gruplarda, özellikle modern toplumlarda ortaya çıkan ve endüstriyel toplumlarda çoğaltılan yüzey ilişkileridir. İkincil sosyal ilişkiler, "bireyin politik yönelimleri, faaliyetleri ya da eylemleri ile yönlendirildiği" birincil sosyal ilişkilerin özelliklerinden neredeyse tamamen farklı olmaktadır (Timmachev,1893: 184).

Bu demektir ki, birey, kendi iradesine ve tercihine ikincil olan, dayatılan veya otomatik olarak bağlı olmadan, toplumsal ilişkilere sahiptir (Husseini,1986: 101).

Resmi, kişisel olmayan ve kısmi ilişkilere "ikincil ilişkiler" denmektedir. Buna paralel olarak, üyeleri arasındaki ilişkilerin ikincil ilişkiler seviyesinde olduğu gruplara da "ikincil gruplar" adı verilmektedir.

Görüldüğü gibi sosyal ilişkiler birincil ve ikincil tip ilişkilerde farklılık göstermektedir. Sosyal ilişkilerin cemaat ve cemiyete farklı bir şekilde görülmelerinin yanı sıra hem cemaat hem de cemiyet özelliği taşıyan yapılarda bir arada görülebilmektedir. Özellikle hızlı şehirleşmenin görüldüğü büyük şehir bölgelerinde cemiyet ve cemaat niteliğine uygun sosyal ilişkiler birlikte izlenebilmektedir (Husseini,1986: 102).

Knoxley, birincil ve ikincil ilişkileri ayırmak için aşağıdaki gibi dört standart değer kullanmaktadır;

Standart değerler	Birincil ilişkiler	İkincil ilişkiler
Fiziksel Koşullar	Birkaç kişi ile oluşur. Uzun sürer. Dar bir alan alır. Etkileşim doğrudandır. Kendisine tabi olan kişiler arasında güçlü bir bağlantı ve doğrudan iş birliği kurar. Güçlü ve doğrudan bir bağlantıya sahiptir.	Birincil gruplardan daha büyüktür. Çok sayıda bireyle oluşur. Uzun sürmez. Geniş bir uzamsal alana yayılır. Yüzeysel etkileşimi, direkt olsa dahi geçicidir. Formellik kişiliksizdir.
Sosyal Özellikler	Kendi değerlerini kristalleştirmek için çalışır. Birbirlerini açıkça bilirler ve hem kendileri hem de kendiliğinden diğerine karşı hissederler. Resmi işlem yapılamaz. Birincil topluluk, insan yaşamına ve güvenlik duygusuna rehberlik etme ve kişilik unsurlarını edinme konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu gruplar, tüm sosyal organizasyonlarda bulunur; üyeleri arasında "biz" denilir ve bu duygu kişiyi grubun içinde ve dış gruba ayırır.	Hedeflerinde farklıdır. Onlardan doğan toplumsal değerler tesadüfi ve önemsizdir. Her birini diğer biri için bilmek mesleki yetkinlikleriyle sınırlıdır.
Küçük ve Sınırlı İlişkiler	Arkadaş ve arkadaş, eşler, ebeveynler ve çocukları, öğretmenleri ve öğrencileri gibi.	Mağaza sahibi ve müşteri, spiker ve dinleyici, oyuncu ve görüntüleyici, başkan ve takipçiler, yazar ve okuyucu gibi.
Küçük Gruplar	Oyun grubu, aile, köy, komşu ve takım gibi.	Meslek örgütleri ve kooperatif şirketleri gibi. Organizasyonlar.

Tablo 1: Birincil sosyal ilişkiler ile ikincil sosyal ilişkiler arasındaki farklar.¹

1.1.2 Bireyin ve Toplumun Yaşamındaki Sosyal İlişkilerin Önemi

Sosyal olarak bireylerin birbirleriyle kaynaşmalarını ve onlara uyum sağlamalarını amaçladıkları bulunmaktadır. Etik olarak; sosyal ilişkiler, (bireye ve özgürlüklerine saygıya dayalı) ve (toplumsal değerlerin takdirine dayanan) genel toplumsal ilkelerin oluşturulmasını amaçlamaktadır. Psikolojik olarak; "güvenlik-

¹ Knoxley'den aktaran Omer, 2001: 23.

güven- ve başkalarıyla ilişki kurma" duygusu sağlamayı amaçlamaktadır. Toplumsal ilişkiler, bireyin kendisinde ve kişiliğinde yeni yönler keşfetmesini sağlamaktadır.

Marken Olsen, sosyal ilişkilerin önemini beş noktada özetlemektedir: (Aktaran Awad Al Sayed, 1996: 146).

Birey başkalarıyla ilişkiler kurmaya çalışmaktadır; çünkü psikolojik isteklerini yerine getirmekte ve bu ilişkiler olmadan hayatında zevk ve mutluluk hissedilmemektedir. Bireyin sosyal çevresi ile olan bağının seviyesi ile davranış bütünlüğü ve toplumdaki etkililik derecesi arasında yakın bir bağlantı bulunmaktadır.

Bazı düşünürler ve araştırmacılar, toplumdaki bireyin sosyal çevresi arasındaki zayıflığın etkileri hakkında konuşmaktadırlar; bunlar mevcut tüm olanaklara rağmen, depresyon ve diğer zihinsel hastalıklar gibi olumsuz ve suç olaylarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Toplumsal ilişkiler, bireylere toplumsal bir temel sağlamaktadır; bu da toplulukların ortak menfaatlerinden kaynaklanmaktadır. Sosyal ilişkilerin sayısı, bireyin ihtiyaçlarını ve onu farklı kişilik türlerine, durumlara ve koşullara göre işlemlerini sağlayan farklı insan türlerine duyarlılığını tatmin etmektedir. Dolayısıyla sosyal ilişkiler tek bir ilişkiyle sınırlı değildir, ancak ilişkiler ne kadar çeşitlilik gösterse o kadar iyi olmaktadır. Böylece bireyin yaşamı, yaşlılar ya da yetimhaneler için hayır kurumlarına veya evlerine ait olmak gibi sosyal hizmetlere katılımın yanı sıra arkadaşlar, iş arkadaşları, komşular, sınıf arkadaşları, aileler için bir yerdir. Toplumsal ilişkilerdeki bu çeşitlilikle, birey bir tür bağımsızlık, olgunluk ve verimlilik kazanmaktadır (Aktaran Awad Al Sayed, 1996: 146).

Kuvvet: Bireylerin, toplumsal ilişkilerde egemenliği sağlamak için davranışlarını olumlu bir şekilde kontrol etmelerine ihtiyaç vardır.

Karşılıklı Bağımlılık: Toplumsal yaşam, toplumsal örgütlenmeyi sağlamak için bireyler arasında toplumsal ilişkiler kurmak için bir dizi süreç alışverişi ilkesine dayanmaktadır. (Aktaran Awad Al Sayed, 1996: 147).

Bununla birlikte, sosyal ilişkiler var olmaya devam etmekte ve bireylerin yaşamlarında önemli olmaya devam etmektedir; çünkü insan doğası gereği bir

toplumsal varlıktır ve başkalarıyla ilişki kurmadan yaşayamamaktadır. Bu nedenle topluluk ve birlikte yaşama hayatın temelidir (Aktaran Awad Al Sayed, 1996: 147)

1.2 SANAL TOPLULUKLAR KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

Yirmi yıldır dünyamız yapısal dönüşüm sürecini girmektedir, bu çok boyutlu süreç bilgi ve iletişim teknolojilerini temel olarak kullanan yeni teknolojik modellerin ortaya çıkmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bugün toplumumuz bireyler ve toplum üzerinde potansiyel etkiye sahip olan bu teknolojinin kullanıcılarının istek ve temel ihtiyaçlarına göre teknoloji yapmaktadır.

İnternet Endüstrisinin hızlı gelişimi, doğal toplumu simüle eden sanal toplum kavramı, sosyal ilişkilerde ve ayrıca sosyal gruplarda birçok yeni kavram ve terim ortaya çıkmaktadır. İkinci nesil intranet'in ortaya çıkması ve sayısız sosyal paylaşım sitesi nedeniyle bireyler sanal dünyaya daha fazla entegre olmaktadır. İnternetin yoğun kullanımı çoğu insanı gerçek dünyadan kaçma duygusuna yönlendirmektedir, paralel gerçeklikte yaşama olasılığını yaratabilmektedir. Dolayısıyla bu bölümde doğal toplumu ve sanal toplumu tanımlayıp, aralarındaki farklar da gösterilmektedir. Klasik ve sanal ilişki arasındaki farklar ortaya konmaktadır.

1.2.1 Topluluğun Tanımı

"Topluluk" teriminin genel kavramı, kendi varlığı, sistemleri ve kültürü ile toplumsal bir grup içerisinde birbirine bağlanan her iki cinsiyetten ve her yaş grubundan insanlar ya da herhangi bir grup arasındaki toplumsal ilişkilerin toplamı olmaktadır (Ebu Hamam, 2011: 68).

Belli bir coğrafyada, belli bir otoriteye bağlı olarak ortak ve temel çıkarlarını korumak için bir araya gelen, bu amaçla toplumsal ilişkiler kuran ve ortak bir kültürü paylaşan insanların oluşturduğu bütünlüğe toplum denmektedir.

Toplum; sosyal gereksinimlerini karşılamak için etkileşen ve ortak bir kültürü paylaşan çok sayıdaki insanın oluşturduğu bir birlikteliktir. Ortak bir mekânda yaşama ve temel sosyal ihtiyaçlar gerçekleştirmek için çeşitlidir. İnsan topluluklarının belirlenmesi, kültürlerin belirlenmesine bağlıdır. Topluluklar

oluşturan bireyler arasındaki dayanışma özellikleri, ortak inanç ve değerlerin sonucudur (Bozatay, 2011: 05).

Sosyolojinin konusu, hangi biçimde olursa olsun topluluk, yani insanların birlikte var olmaları, başka deyişle, birlikte yaşamalarının gerçekliğidir. İnsan, birlikte var olan ve birlikte var olduğunun da bilincinde olan, birlikteliğin değişen ihtiyaçlarını karşılarken aynı zamanda yeni bir dünya yaratan varlıktır. Topluluk da insanların birlikteliği olması nedeniyle bir varlık biçimidir (Fichter, 2002). Bazı sosyologlara göre toplum, insanları etkileyen gerçek ilişkiler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Özkalp ,2016: 6).

Toplum, insan davranışlarını düzenleyen toplumsal kurumların oluşturduğu bir sistemdir. Bu yaklaşım, toplumu, eylem ve ilişkileri belli kurallara bağlanmış olan insanlar topluluğu olarak görmektedir. Toplum, kendi kendini devam ettiren, belli bir fiziksel yeri olan, varlığını uzun zaman sürdüren ve bir yaşam biçimini paylaşan insanlar topluluğudur (Kongar, 1985).

Toplum, birçok küçük grubun oluşturduğu insan kitesidir. Bunlar aile, okul, arkadaş grupları, dernekler, meslek kuruluşları vb.

Topluluk, bir coğrafi bölgede yaşayan ve sosyal, kültürel ve dini ilişkilerle bağlantılı olan bir oluşumdur. Dolayısıyla, toplumu oluşturan bazı unsurların bulunduğu görülmektedir.

- Topluluk üyelerinin algısı ve birlik olma duygusu.
- Topluluk üyelerinin ve gruplarının bir araya getiren bir coğrafi kapsam.
- Topluluk mensuplarının görüşlerini ifade etmesini sağlayan bir sistem.
- Topluluk üyelerinin temel ihtiyaçlarını bir dereceye kadar karşılamasını sağlaması.
- İş birliği, dayanışma ve çatışma gibi toplumsal davranışların varlığı.
Kendi toplumsal yapısı (Ebu Hamam, 2011: 66).

12.1.1 Toplumun Özellikleri

- Toplumlar insanlardan çok daha uzun ömürlüdürler. Toplumun belli bir coğrafi yeri vardır ve fiziksel sınırlar toplumu çevrelemektedir..

- Toplumu oluşturan bireyler ortak duygu ve düşüncelere sahiptir ve ortak çıkarlarını korumak için birlikte hareket etmektedir.. Yani birlikte yaşama isteğine sahip olmaktadırlar. Toplumların görelî bir sürekliliği vardır, adı değişmezken birçok niteliği değişebilmektedir.
- Toplumu oluşturan bireyler ortak kültürel (örf, adet, gelenek, görenek, töre, dil) öğelere sahiptir.
- Her toplumda belli kurallar, simgeler, kalıplaşmış davranışlar vardır. Bunların içerik ve anlamları her toplumda aynıyken, görünüşleri değişmektedir. Örneğin selamlaşma gibi. Her toplumun kendine özgü bir kültürü vardır.

Her toplum belli bir tarihe ve tarihi birikime sahiptir. Yani belli bir sürekliliğe sahiptir (Rahouma, 2008: 74).

1.2.2 Sanal Toplum Tanımı

Hayatta genel bir şekilde kullanılan bir kavram olmasının yanında, örfî toplulukların belirlenmesinde olduğu üzere, sanal topluluğun belirlenmesinde de anlaşma sağlanan bir tanım olmadığı denilebilmektedir. Hakikaten de sanal toplulukları bahs edinen çalışmalar bu toplulukların benzemeyen tanımlarını gün yüzüne çıkarmaktadır.

Sanal topluluklar, web ortamında nitel sayıda bireyin toplanmasıyla oluşan bireysel bağlantı yoludur. Bu yolun birlikteliğini sağlayanlar bilgi işlem teknolojileriyle, karakterist olarak web ile birbirlerine bağlanan sanal bir cemiyetlere, online cemiyette denilmektedir. Böylelikle topluluk koşulları ortaya koyulabilmektedir. Bu web ortamı bilgisayar iletişimlerinde mekan bulmaya, devamlılığa ve çok taraflı yeniliklere yer açmaya mecbur olmaktadır. İletişim ve mahiyetindekilerin toplanmasıyla, sanal cemiyet bireylerine bilgi yenilenmesinde birliktelik, birbirlerinden ve birbirleri gıyabında bilgi edinme alanı yaratmaktadır (Rothaermel and Sugiyama, 2001: 299).

Sanal bir topluluk umum manada benzeri gaye, istek, çalışma yahut öngörü ile birlikte paydaş sanal bir mekânda ve vakitte birbirlerini daha iyi tanımak gayesiyle toplanan insan canlısı oluşturmaktadır. Bu sanal mekanda düşüncelerini web aracılığı

ile aktaran bireyler, reelde yüz yüze gelmekte yahut gelmemektedir. Bu topluluklardaki insan canlıları kelimeleri, görselleri, markaları bilgisayar monitöründe münakaşa yada münazara şekline sokarak paylaşmakta ve aktarmakta, bilgi alışverişi, duygusal paylaşım, gıybet yapmakta, maddesel ilişkiler yahut dostluklar oluşturmaktadır (Wamalwa, 2007: 69).

Sanal topluluk fertlerinin, farklı olmayan bilgiler çevresinde toplandığı ve web üzerinde biçimlenen bir topluluk şeklidir. Bilgisayar vesilesi ile vücut bulduğundan yer ve vakitten uzak bir serbestlik sağlamaktadır. Web aygıtları desteği ile sanal topluluklara itilmişlerin arasında sosyal bağlaşım sağlanmakta ve öylece umum cemiyet koşulları ve maddeleri belirlenmektedir. Bu cemiyetlerin meydana gelişi web iletişimlerinde meydan bulmaya, devamlılığa ve çok taraflı yenilenmeye yaslanır. İletişim ve mahiyetindeki unsurların toplanmasına olanak sağlamaktadır. Sanal topluluklar sadece bilim, bilgi ve endekslerin toplanması ile değil, insan canlılarının sosyal ve ticari gereksinimlerini gidermeyende meydan açmaktadır. (Deniz, 2010: 46-47).

Medya ve İletişim Sözlüğü (Dictionary of Media and Communication) sanal topluluğu, sohbet odaları gibi internette etkileşime giren ve ilgi duyan bir grup olarak tanımlar (Danesi, 2009).

Karasar'a göre, sanal topluluğu, tartışma forumlarında veya elektronik sohbet forumlarında çevrimiçi iletişim ve etkileşimlere entegre olmuş bir grup insan olarak tanımlamaktadır. W. Schramm için, sanal toplum, bilmediğimiz kişilerle iletişimde uzay paylaşımı sürecidir. Bu gerçek zamanlı olarak yapılır ve gerçek toplumun bir yansımasıdır. Ancak gerçekte sanal olduğu gibi gerçek insanlar ve bağlantılar yoktur. Ona göre, sanal toplum, dünyanın dört bir yanından gelen, bilgisayar ekranının önünde oturan ya da birbirleriyle iletişim kurmak için akıllı telefonlarını veya elektronik tabletlerini taşıyan bir izleyicidir (Beziz, 2008: 73).

Bu sanal topluluk aniden ortaya çıkmadı, ancak bunun ortaya çıkmasına yol açan bir dizi faktörün sonucu, en önemlisi İnternet ve sanal alan olmaktadır. Bununla birlikte bu toplum henüz tamamlanmamıştır. Çünkü iletişim teknolojisi ve küresel bilgi toplumu ile bağlantılıdır. Bu toplum şekil almış ve çok hızlı bir şekilde

gelişmiştir. Hiç kimse, çeşitli nedenlerle, gelecekte sanal toplumun temel imajını tahmin edememektedir:

- Bu sanal toplumdaki değişim hızı.
- Sanal bağlamda sık karşılaşılan etkileşim, üst düzey seviyede başlar ve bilgisayarla uğraşmanın temellerini öğrenen herkesle anlaşma sağlamaktadır.
- Sanal topluluğun etkileşimleri konusunda tereddüt yaşayanların yaşı, tek bir yaş grubuyla ilişkili değildir. Çocukluktan yaşlılığa kadar her yaş bu bağlamda etkileşime girmektedir.

Bir sanal topluluğun üyeleri arasında bazı farklı etkileşim özellikleri vardır. Örneğin, pek çok sanal topluluk, üyelerin, etkileşim frekansı, gerçek kimliğin ifşa edilmesi ve katılım yükümlülüğü kısıtlamaları olmaksızın herhangi bir zamanda diğerleriyle etkileşime girmesine izin vermektedir. Üyeler, metin, grafik ve video kullanarak simetri ve / veya asimetri iletişimi sunmaktadır. Bazen ortak bir hedefe ulaşmak, üyeler arasındaki ilişkileri güçlendirmek ve topluluklarla güçlü bir bağ kurmak için üyelerle yüz yüze buluşma veya etkinlikler düzenlemektedirler.. Sanal topluluktaki bireysel katılım, yaşıt baskısı altında veya kişisel irade altında çok agresif veya asgari düzeyde olabilir. Sanal toplumun modeli kolayca oluşturulamamakta ve uygulanamamaktadır. Çünkü üyeler genellikle sıkı bir şekilde kontrol edilmedikçe gidip gelmekte özgürdürler. Sanal toplumu sağlamlığı güçlü ya da güçsüz olması amaç, değer, liderlik, yönetim, üye sayısı, iç ya da dış müdahale ya da rakip olmasına bağlı olmaktadır (Dholakia, Bagozzi ve Pearo, 2004: 241-243).

1.2.2.1 Doğal Toplum ve Sanal Toplum Arasındaki Farklar

Sanal topluluk, doğal toplum tarafından büyük ölçüde simüle edilmesine rağmen, aralarında birçok farklılık vardır. Bu farklılıklar şunlardır:

Doğal bir toplumun en önemli özelliklerinden biri, uzun süren bir toplum olmasıdır. Buna karşın sanal toplumun internet bağlantısının kesilmesi veya elektriğinin kesilmesiyle her an tehdit altında olmasıdır. Sanal toplum evrenseldir; doğal toplum ise yerleştirilmiştir. Öte yandan, sanal toplumlardaki insanlar genellikle doğal toplumun aksine ortak çıkarları paylaşmaktadırlar. Doğal

topluluktaki iletişim yüz yüzedir, ancak sanal toplumda bir iletişim araçları vasıtasıyla yapılmaktadır.. Doğal bir toplum, bunu beş duyumuz vasıtasıyla anlarken bir yandan da bir dizi fikir, kavram ve görüş yoluyla sanal toplumu fark ettiğini söyleyebilmekteyiz (Banister, 2004: 52).

	Doğal toplum	Sanal topluluk
Var oluşu	Kalıcıdır	Kalıcı değildir ve yok olma korkusu vardır
Mekân	Coğrafi bölgeye sınırlı	Coğrafi bölgeyle sınırlı değildir
Yerel / küresel	Yerel	Küresel
Algı	Beş duyu organı vasıtasıyla	Fikirler, görüşler, kavramlar vasıtasıyla..
Temas	Yüz yüze	Bir iletişim aracı ile
İlişkiler	Gerçek	Sanal

Tablo 02: Doğal toplum ve sanal toplum arasındaki temel farklılıklar ²

Doğal toplumdaki etkileşim, kahkaha, kaygı, karmaşa ve yüz ifadeleri gibi beden dilinin içinde olan fakat dilsel olmayan semboller ve duyguların ifadesi gibi bir takım özelliklerle karakterizedir. Sanal topluluk etkileşimcilerin etkileşimine dayalı, duyguların doğasını teknoloji ile etkileşime giren diğer tarafa duyurmaktadır ve duygusal semboller denilen bir ifadesine dönüşmektedir (Banister, 2004: 53)

1.2.2.2 Sosyal Ağlar ve Sanal Toplulukların Oluşumu

Sosyal paylaşım sitelerini kullanan insanlar kendi aralarında bağlantılar kurmakta ve her biri kendi çıkarları ve karakteristikleri olan farklı gruplar halinde toplanmaktadır. Bu gruplar, üye sayısının ve oluşum biçiminin değişimi açısından dinamizm ile karakterize olmaktadır. Gerçek hayatımızda büyük ölçüde gerçek gruplarla neredeyse benzerlik taşımaktadır. Birbirleriyle ortak özellikleri vardır (Rabah, 2007: 265).

Sosyal ağ siteleri, toplumun farklı bileşenleri arasındaki etkileşimi mümkün kılan özellikleriyle ve bu ağların farklı belirleyicileriyle birlikte büyüyen bir sanal topluluğun standartlarını açıkça göstermektedir. Objektif analiz, internet üzerindeki sosyal ilişkileri veya başkaları ile iletişim kurmak ve onlarla sanal bir dünyadaki ortak menfaatler veya etkinlikler hakkında etkileşimde bulunmak için elektronik servislerin kullanılmasını gerektiriyorsa; Hobileri takip etmek, yeni dostluklar

²Banister, 2004: 53.

kurmak ve halihazırda oluşan fikirleri güçlendirmek için mükemmel bir yol sağlayabilmektedir (Abdo, 2009: 28).

Doğal toplum, birbiriyle etkileşime giren bireylerden ve gruplardan oluştuğu bir zamanda, sosyal ağlar bu etkileşimi kolaylaştıran pek çok norm ve kural sunmaktadır. Bu gerçek etkileşimler, etkileşim, iletişimin doğası, zaman ve alan sınırları vb. Birey, başka bir toplumdaki sosyal paylaşım siteleri vasıtasıyla, gerçek topluma paraleldir. Burada, toplumun bu varlığın internet üzerinde yaygınlaşmasına büyük katkısı olmaktadır (Rahouma, 2008: 65).

1223 Sanal İlişkiler ve Klasik İlişkiler Arasındaki Farklar

Modern iletişim teknolojisi, internet, sosyal ilişkilerin nasıl oluştuğunu kökünden değiştirmiştir. Bu ilişkilerin gücünü ve sürdürülebilirliğini ölçme kriterleri de değişmiştir. Geçmişte coğrafi boyut, bireyin ilişkilerinin oluşumunda büyük rol oynamıştır; yani, coğrafi yakınsama ve farklı yerlerde sürtüşme (pazar, okul, işyeri) bu sosyal bağların temelini oluşturmaktadır. İnternet tamamen farklıdır. Herkes, dünyanın farklı yerlerinden insanlarla tanışabilir ve onlarla coğrafi olarak uzak olsa bile ve onlarla yüz yüze görüşme de onlarla ilişki kurabilmektedir.

Birçok yazar ve bilim adamları, ilişkilerin doğasındaki bu değişime ve oluşumuna rağmen, bu yeni bağlantının var olan klasik bağlantıların bir uzantısı olduğunu, yani onların tabi olduklarını söylemektedirler (Rabah, 2008: 16).

Sanal ilişkileri ve klasik ilişkileri iki temel boyutla ayırt edilebilmektedir: İşlevsel yakınlığın ilk boyutu ile iletişim ve etkileşimin ikinci boyutu (Hassan, 2003: 35).

İlk Boyut: İşlevsel Yakınlık: Diyalektik İlişki (İnsan ve Yer) Sürtünme ve sosyal iletişimin başlangıcına yakınlığın internet çağında önemi hayali ve alansal boşluk değildir. Gerçek yerin yerine sanal bir yerdir.

İkinci Boyut: İletişim ve Etkileşim: Diyalektik İlişki (İnsan ve Zaman) Geleneksel iletişim doğrudan iletişim üzerine kurulu olmaktadır. Katılım belirli bir zaman ve yerde yapılmaktadır. İnternette katılım, eş zamanlı olmaktan ziyade eş

zamansız ve uzaktır. Etkileşim her yerde, her zaman mümkündür ve sanal ilişkiler ile klasik ilişkiler arasındaki temel farklılıklar şunlardır:

Klasik Sosyal İlişkiler	Sanal Sosyal İlişkiler
Yüz yüze fiziksel varlığı olmasıdır.	Yüz yüze fiziksel varlığın olmamasıdır.
Bireyler arasında genellikle coğrafi yakınsama vardır.	Kesin coğrafi bir yakınlık yoktur.
Klasik ilişkilerdeki etkileşimler, birbirleriyle ilgili her şeyi bilir.	Bu ilişkilerin çoğunluğu yanlış bilgilere dayanabilir. Onlarla etkileşime giren kişiler hakkında bilgiye erişmek kolay değildir.
Kimlik, çoğunlukla belirli belirleyicilerle gerçektir.	Sanal ilişkilerde, varsayılan kimliğe güvenmek, profil sayfasındaki kullanıcıya bir bağlantı sağlamayan kişi hakkında bir dizi bilginin sağlanmasına dayanabilir. Dolayısıyla bir kişi sanal topluluk aracılığıyla gerçekte var olmayan biriyle etkileşime girebilmektedir.
Yüz yüze temas ve sabit sürtünme sayesinde, ilişki güçlüdür.	Sanal bir topluluk ortamında etkileşim doğası verilen geçici ve düşmanca bir ilişkidir.
Teknik aracın eksikliği.	Teknik bir aracın varlığı. (İnternet)
Duyguların karşılıklı olarak yüzde şekil alabilecek çeşitli mimikler ile ifade edilir.	Duygular internet kullanıcıları tarafından değiştirilen kısa mesajlarla ifade edilmektedir.

Tablo 03: Sanal ilişkiler ve klasik ilişkiler arasındaki en önemli farklar .³

Sanal ve klasik ilişkiler arasındaki tüm bu farklılıklara rağmen, ilki ikincisinin tamamlayıcısı olmaktadır. Önerilen korkulara rağmen yalnızca bir uzantı vardır. Çünkü yüz yüze geleneksel iletişim özelliklerle diğer bazı özellikler eklemek için modern teknolojilerle iletişimle karakterize edilmektedir. Muhammed Mahfouz'un dediği gibi, iletişim teknolojisinin tarihsel gelişimi, kişisel iletişimde eksik olan uzak iletişimin boşluklarını ve kusurlarını her zaman doldurduğunu göstermektedir. Uzaktan iletişimde kusurlarının, yüz yüze iletişimle karşılaştırıldığında, arayan kişinin zaman veya coğrafi sınırlar olmaksızın bağlı olduğunu hissettiren araçların, tekniklerin ve koşulların sağlanmasıyla ortadan kaldırıldığı anlamına gelmektedir (Abdo, 2009: 57).

1.3 SOSYAL AĞLARIN KULLANIMI VE YÜKSELTİKLERİ KONULAR

Sosyal ağ siteleri, ilk ortaya çıkışlarının başlangıcından beri yaygın olarak kullanılmaktadır ve bu siteler sundukları çeşitli hizmetler aracılığıyla daha fazla kullanıcı kazanmayı başarmışlardır. Bu kullanım, kullanıcıyı etkileyen birçok konu

Hassan, 2003: 36³

ile başlamaktadır. Bu etki, kullanım saatlerine, cinsiyete, kullanıma göre değişiklik göstermektedir. Fakat bazen, genel olarak internetin ve özellikle sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı ile ortaya çıkan önemli konular vardır ve bu verilen hizmetlerin niteliği bakımından bu ağlar ile üç ana konu üzerinde odaklanılmaktadır: Kimlik, gizlilik ve sosyal izolasyon.

1.3.1 Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı

Sosyal paylaşım siteleri, kullanıcıya birçok farklı uygulama ve etkinlik kazandıran sanal alanlar haline gelmekte ve bunlar aşağıdaki şekilde listelenmektedir:

Aile ve Arkadaşlarla bağlantı: Bu, çeşitli aile ve arkadaşlar ile devamlı ve sürekli iletişim yoluyla gerçekleştirilmektedir (Abdel Hamid, 2008: 66).

Siyasi uygulamalar: Sosyal paylaşım siteleri, görüş ve tutumlarını ve bu sosyal siteler aracılığıyla birçok konuda referandum süreci gibi çeşitli uygulamaları ifade ederek kullanıcının siyasete girdiği alan haline gelmiştir (Abdel Hamid, 2008: 66).

Birçok arkadaşı yapılandır: Sosyal ağ siteleri, bir kullanıcının seçtiği ölçütlere göre arkadaş olabileceği sanal ortam haline gelmiştir (Abdel Hamid, 2008: 66).

Eğlence ve hobiler: Sosyal ağ siteleri, kullanıcının boş zamanlarını çeşitli oyun ve eğlence siteleri aracılığıyla geçirme aracıdır. Buna ek olarak, sosyal paylaşım siteleri, bireyin aynı oyuna diğer bireylerle ve doğrudan katılmalarını sağlar. Öte yandan, bu siteler kullanıcının hobileri ve ilgi alanlarını uygulama ortamı haline gelmektedir (Abdel Hamid, 2008: 66).

Pazarlama ve reklamcılık: Çeşitli ekonomik kuruluşlar, çeşitli ürünlerini tanıtım yoluyla tanıtmak için sosyal ağlara bağımlı hale gelmiştir. Ayrıca, çeşitli pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirildiği yer haline gelmiştir (Abdel Hamid, 2008: 67).

Tıbbi hizmetler: Sosyal ağ siteleri, yönergeler ve tıbbi tavsiyelerle ilgili çeşitli sayfalar sunmaktadır (Abdel Hamid, 2008: 67)

Sosyal ağ sitelerinin kullanımı, kullanıcının bilgisine, psikolojik, sosyal veya kültürel olarak elde etmeyi istediği beklentilere göre değişmektedir. Birçok genç ve ergen, bu sosyal ağlarda birbirleriyle etkileşim kurmak için çok zaman harcamaktadır. Gençler, büyük topluluklarla olan bu sürekli etkileşim sayesinde, daha iyi bir kültürel anlayış ve güçlü liderlik nitelikleri geliştirebilmektedirler. MySpace gibi ünlü siteler, gençlerin bugünün toplumunun siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarına ciddiyetle katkıda bulunmaları için gerekli olan toplumsal gelişme için bir araç olabilmektedir. Bununla birlikte, bu sitelerin kullanımı ile sağlanan olumlu hizmetlere ek olarak, aşırı kullanım birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir (Abbas Mustafa, 2008: 214).

1.3.2 Sosyal Ağların Kullanılmasıyla Ortaya Çıkan Sorunlar

1.3.2.1 Kimlik

Kimlik, sosyal paylaşım sitelerinde kilit rol oynamaktadır. Kullanıcıların iletişim kuran kişileri tanımalarını sağlayan ilk adımdır. Kimlik, sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı ile ortaya çıkan en önemli konulardan biridir. Kullanıcının oluşturduğu kişisel sayfalar ve arkadaş ağları, sosyal paylaşım sitelerinin temelidir. İnternet üzerinden kullanıcı, sitenin yapısına bağlı olarak değişen kimliğini tanımlayan kişisel sayfasını oluşturmaktadır. Örneğin "Facebook", kullanıcıların kendileri hakkında çok detaylı bilgi oluşturmaya izin veren ve aynı zamanda kullanıcının bu bilgilerin kamuya açık mı yoksa özel mi olacağını seçmesine izin veren bir sistem sağlamaktadır. Bu alan genellikle kullanıcının fotoğrafını, yaşını, ikamet yerini ve kişisel çıkarlar içeren bilgiler taşımaktadır. Dosya oluşturulduktan hemen sonra kullanıcı topluluğa üye olmakta ve bu ağın temelini oluşturacak bir arkadaş listesi oluşturmaktadır. Bununla birlikte, farklı gruplar tarafından sosyal paylaşım sitelerinin artan kullanımıyla birlikte kimlik teması bu kullanımın getirdiği en önemli konulardan biri haline gelmiştir. Bazıları gerçek kimliğini ağlarda temsil etmeyi tercih ederken bazıları karakter kimliğine bürünme veya farklı amaçlar için yeni kimlikler oluşturma eğilimi göstermektedirler (Harrison ve Thomas, 2009: 85).

Sanal bir toplumdaki kimlik her zaman güvenilir olmamaktadır. Hesap adı yanlış olabilmekte, sahte kimlik kaydedilebilmekte ve bu nedenle sosyal profiller belirsiz olmaktadır. Bilginin güvenilirliğini ve iletişimin etkililiğini değerlendirmek

sanal toplumun bir ölçüsüdür ve yakın arkadaşlar arasında güven oluşturmak için çok gereklidir ve bu toplumun inşası, kişiliği ve itibarını korumak için bir önlem olmaktadır. Bu nedenle sosyal ağların kullanılmasıyla şimdiye kadar ortaya çıkan en önemli sorunlar bunlardır (Donath, 1998: 1).

1.3.2.2 Gizlilik

İnsanoğlunun var olduğu ilk günden beri ortaya çıktığına inanılsa da tıpkı güvenlik kavramında olduğu gibi mahremiyet kavramının da üzerinde uzlaşmış evrensel bir tanım mevcut değildir. Bunun sebebi mahremiyet algısının zamansal, kültürel ve toplumsal açıdan değişkenlik göstermesidir. Yine de mahremiyetin “gizli olması ve gizli kalması gereken şey” anlamına geldiği söylenebilmektedir. Bu ifade aslında mahremiyetin en yalın tanımını oluşturmaktadır.

Alan Westin’e göre mahremiyet: “Bireylerin, grupların ya da kurumların sahip oldukları bilginin ne zaman, nasıl ve ne ölçüde diğerlerine aktarılabileceğini kendilerinin belirleme hakkı anlamına gelmektedir” (Tanılır, 2002, s.42).

Gizlilik; bir kişinin adını, kişisel adresini, telefon numarasını, işyerini, e-postayı ve üyesi olduğu sosyal ağlarda bulunan diğer kişisel kimlik bilgilerini içeren kişisel bilgilerdir.

Mahremiyet bir özerliktir ve yalnız bırakılma hakkını kapsamaktadır. Mahremiyet bizimle ilgili bilgiyi kontrol hakkını içermektedir.. Mahremiyet hakkı, sırlarımızı gizleme hakkını ve onları yalnızca özel konuşmalarda paylaşmayı kapsamaktadır (Flaherty, 1992).

Bazı sosyal ağlarda gizlilik ayarları

Gizlilik ayarları bir sosyal ağdan diğerine göre değişmektedir. Örneğin, Facebook aşağıdakileri içeren bir gizlilik ayarları sayfası içermektedir:

- Fotoğraflarınız, durumunuz ve yayınlarınız.
- Kariyeriniz ve favori teklifleriniz.
- Aile ve sosyal ilişkileriniz.
- Birisinin sizi eklediği fotoğraflar ve videolar.

- Din ve siyasi bakış açınız.
- Oturum açtığınız yerler.

Twitter aşağıdaki gizlilik ayarlarını sunar:

- E-posta arama özelliği, kullanıcıların sizi e-posta ile arayarak sayfanıza erişmesini sağlamaktadır.
- Güncelleştirmelerinize yer ekleyin. Bu özellik, bu güncelleştirmeyi gönderirken bulunduğunuz yeri eklemenize izin vermektedir.
- Güncellemelerinizi korumak. Bu özellik yetkili insanlara yalnızca güncellemelerinizi görmelerini sağlamaktadır.
- Bu bilgileri belirli kişiler için gizli tutmak veya kamuya açık yapmak isterse, her şahsın seçimi vardır.

Sosyal ağ alanında yapılan son çalışmalar, sosyal paylaşım sitelerinde gizlilik konusuna büyük önem vermektedir.. Bunun nedeni, kişisel bilgilerin büyük bir ağa yayılması ve bu sitelerin herhangi bir sorun yaşamadan en iyi şekilde kullanılması yollarının aranması riskidir ([Http://www.aleqt.com](http://www.aleqt.com)).

1.3.2.3 Sosyal İzolasyon

Birçok psikolog, bireyin günlük hayatındaki olumsuz etkileri nedeniyle insanların internete bağımlılığının tehlikeleri konusunda uyarıda bulunmaktadır (Abdel Hadi vd., 2005: 4).

Zaman ve mekân merhumunu ortadan kaldıran sosyal medya ortamları, yüz yüze iletişimin sanal iletişime dönüşmesine neden olmaktadır. Yüz yüze insan ilişkilerinin güç kaybetmesi, gerçek dünyadaki sosyal yaşam aktivitelerini azaltırken, psikolojik olarak da depresyon ve yalnızlık gibi duyguları tetiklediği yönündeki tartışmalar devam etmektedir (Kuşay; 2013: 116).

İnternet kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan psikolojik sorunlardan biri, bireylerin interneti bilinçsiz ve uzun süreli kullanımı sonucunda ortaya çıkan yalnızlık olgusudur. Bireyin yaşadığı sosyal ilişkilerin veya bu ilişkilerden aldığı doyumun yetersiz olması onu yalnızlığa itmektedir. Yalnızlık, bireyin çevresindeki kişilerle yakın ve anlamlı ilişkiler kuramaması ya da kurduğu ilişkilerden yeterli

doyumunu alamaması sonucunda hissettiği bir durumdur. Bireylerin internet üzerinden başkalarıyla kurduğu iletişim zamanı sebebiyle, birçok çalışma internet kullanımının fazlasının bireylerin hayatlarında gerçek insanlarla iletişimini azalttığını doğrulamıştır. Bu, sosyal ilişkileri etkiler ve bilhassa en çok sosyal ayrışmalarda problemlere neden olmaktadır (Sharif Darwish, 2000: 195).

Yalnızlık, bireyin sosyal ilişkilerinde önemli eksiklikler olduğunun bir işaretidir. Bu bağlamda kişilerarası ilişki tarzlarının önemi devreye girmektedir. Birçok yaşamsal zevk ve mutluluk, diğer insanlarla kuracağımız ilişkilere bağlıdır ve ne kadar iyi bir iletişim kurduğumuza göre değişmektedir. İletişim en önemli gereksinimlerden birisi olmakla beraber, insanlar arasında etkili bir iletişimin söz konusu olduğunu söylemek güçtür. Kişilerarası ilişkilerdeki becerilerin yetersiz olması yalnızlık, aile sorunları, mesleki yetersizlik, doyumsuzluk, stres, fiziksel hastalıklar gibi birçok yaşamsal alanımızı olumsuz etkileyebilmektedir (Falhout ve El Buhari, 1999: 55).

İnternet bağımlısı olarak tanımlanan bireylerin sosyal ilişkilerinin azaldığı ve kişilerarası ilişkilerde sorunlar yaşadıkları da bildirilmiştir. İnterneti yoğun olarak kullananların aileleri ve arkadaşları ile daha az etkileşimde buldukları, onlara daha az zaman ayırdıkları belirtilmektedir.

Sosyal ağların iletişime getirdiği bir değişiklik de kişi ve aile, kişi ve toplum arasında geliştirilen iletişimi azaltmasıdır. Bu iletişim kopukluğunun iki sonucu, kişinin sadece sosyal ağlarda kendini ifade etme huyunu bir yaşam biçimine dönüştürmesi ve kendi ailesi ile arasında gittikçe artan bir yabancılaşma yaşamaya başlamasıdır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 4).

Sosyal ağlar internetteki sanal toplumun yapısında kilit rol oynamaktadır. Bu yüzden sanal sosyal toplumların ortaya çıkışı, gerçekte doğadan benzer yönleriyle ve bu ilişkilerin doğduğu çevre ile ayrılmaktadır. Toplumların varoluşları da bunu tetiklemektedir (Al-Dulaimi, 2000: 88).

Modernleşmeyle ortaya çıkan teknolojik atılımlar, sosyal hayat üzerinde dönüşümlere neden olmuştur. Bu dönüşümler bilhassa iş hayatımızda, eğitimde ve sosyal alışkanlıklarımızda değişimler yaratmaktadır. Geleneksel iletişimden sosyal

ađ iletifimine geçen toplumlarda yalnızlaşma ve kişinin kendisine yabancılaşması kaçınılmaz bir gerçektir. Sosyal medya üzerinden kurulan iletifimin yaygın hale gelmesiyle insanlar yüz yüze iletifim kurmak için yeteri kadar vakit bulamamaktadır. Hızlı iletifim beraberinde zaman ve mekân kavramının ortadan kalkmasına neden olmuştur. Yaşanan bu anlık iletifimle birlikte, bireylerin davranışları da sanal davranışlar ve sanal duygular olarak değişim göstermektedir. Jest ve mimiklerin olmadığı bir iletifim biçiminden bahsediyoruz. Bu kapsamda, sanal ortam üzerinde gerçekleştirilen iletifim, bireyi yalnızlaşma ve yabancılaşma evresine sürüklemektedir (Abdulla Shahri, 2003: 48-50).

Sosyal ilişkiler ve sosyal etkileşim, toplum içindeki özel rol ve pozisyonlardaki toplumsal beklentilerin özel bir sisteminin varlığı aracılığıyla bu iletifimi yöneten birtakım kriterlere dayanmaktadır. Sosyal etkileşim bireyler ve gruplar arasındaki iletifimin aracı olduğu için, şüphesiz o özel bir durum ile bağlantılı bir takım sosyal beklentilerin sonucudur. Sosyal ilişkiler karşılıklı birtakım beklentilere yol açmaktadır.

Fakat, modern araçların ortaya çıkması ve onların yaş ve cinsiyetlere rağmen toplumun farklı üyeleri tarafından kullanımı, bazı ilişkileri amaçsız, anlamsız kılmıştır. Sonuç olarak bazı ilişkiler yeni koşullara göre değişmek zorunda ve onların temel fikrini devam ettirmek zorunda ya da bu ilişkiler yerini yeni koşullara uygun yeni bir ilişkiye yerlerini bırakmaktadırlar.

İKİNCİ BÖLÜM

2.YENİ MEDYA VE SOSYAL PAYLAŞIM SİTELERİ NEDİR

Şimdiki zaman, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun bir şekilde kullanılmasından etkilenmiştir ve insanların yaşamları üzerindeki etkileri tanınmaktadır. “Bilgi ve İletişim Teknolojileri” insanların çalışma, iletişim, öğrenme ve yaşama şeklini büyük ölçüde değiştirmiştir. İkinci nesillerin ortaya çıkmasının ardından ileri bir gelişmişlik seviyesine ulaşan, internet teknolojisi, yani insan deneyiminin tüm bölümlerinde devrim yaratmıştır. Sosyal medya gibi çeşitli araçlarla çok sayıda fikir sunmuş ve birçok hizmet sağlamıştır. Son beş yılda sosyal medya fenomenleri ortaya çıkmıştır ve fikirlerin, düşüncelerin paylaşımını kolaylaştıran BİT (bilgi iletişim teknolojileri) olarak yayılmıştır. Sanal ağlar ve topluluklar oluşturarak veriler elde edilmiştir. Günlük faaliyetler, çok sayıda kullanıcının aynı ilgi alanlarını değiştirerek çok fazla zaman harcayarak ve aynı alanı paylaşarak, bu farklı kullanımların kullanımında kayda değer bir artışa yol açmasıyla değiştirilmiştir. Bir siteden diğerine değişen siteler MySpace, Facebook, LinkedIn, Twitter ve diğerleri. Bu gelişme, tekno-mantıksal bir evrimi ifade etmesine rağmen, kullanıcıya pek çok kişi sunmuştur; gizlilik ve sosyal izolasyon konusu dahil olmak üzere birçok eksinin yanı sıra, Kimlik ile sosyal ilişkiler sistemi üzerindeki potansiyel etkilerini etkilemiştir.

2.1 YENİ MEDYA

Yeni medya terimi genel olarak, etkileşimli olan, iki yönlü iletişimi içeren ve telefon, radyo ve televizyon gibi “eski medya”nın aksine bir tür bilgi işlem içeren dijital bir medyadır.

Yeni medya kavramı gelişen teknolojiyle birlikte yirmi birinci yüzyılda ortaya çıkmıştır. Medya terimi bilgi ile bütün durumlarda insanları birbirine bağlayabilen kavramdır. Medya için özel bir tanım yapmak zorunludur. Fakat hala belirsizdir. Genel olarak ortaya iki görüş atılmıştır. Birincisi, yeni medya geleneksel medyaya

alternatiftir. İkincisi ise geleneksel medyanın bir evrimi olmadıdır. Yeni medya iletişim devi omaktadır (Cloutier-Breault; 2011, 14).

Yeni medya için başka bir tanım ise, bilgisayarların birleşimidir. Leisceter'a göre, yeni medya bilgisayarlar ve geleneksel bilgi tarafından yaratılan iletişim topluluğudur. İletişim süreci bilgisayarlar ve ağlar tarafından oluşturulur. Buna ek olarak Jones yeni medyayı eski medyaya karşı olarak bilgisayar kullanma ihtimali olan gazete, dergi, televizyon, radyo gibi baskı içeren elektronik iletişimin biçimlerinin terimi olarak tanımlamaktadır (Abbas Mustafa, 2008: 65).

İki türlü yaklaşımla daha yeni medya tanımlanabilmektedir. Yeni medya kişisel bilgisayarların kullanımını ve bu anlamda iletişim ve mobil cihazlar için kablosuz uygulamaların kullanımını gösteren dijital iletişimin birçok uygulamasına ve disk türlerindeki elektronik yayım uygulamalarına kablosuz ağ sağlayan internete işaret etmektedir (Hicazi İbrahim, 2017: 12).

Yeni medya uygulamaları dijital entegre anlamındadır zira ses video sözcük işleme, çevirmeli ve diğer işlemlerle direkt olarak herhangi bir bilgisayardan oynatılabilmektedir. Bu kavram aynı zamanda dijital ortamda iletişim kurmanın yeni yollarını ifade etmektedir. Daha küçük grupların bir araya gelmesini veyahut internette toplanmasını ve faydalı bilgileri birbirleriyle paylaşmasını sağlamaktadır. Ek olarak da yeni medya kavramı bireylerin ve grupların kendi seslerini ve dünyadaki topluluklarının seslerini duymalarını sağlayan bir ortamdır (Hicazi İbrahim, 2017: 12).

Sheridan Teknoloji Koleji, yeni medyaya pratik tanım olarak dijital medya demektedir. Yeniyi eskisinden ayırmak için iki nokta vardır. İlki, yeni medya içeriğinin nasıl yayımlandığı ve ikincisi nasıl servis edildiğidir. Metnin, görüntünün, videonun ve sesin bilgisayarda üretim sürecine girdiği için bir bileşim halindedirler, önceki tanımla, yeni medya dört kısma bölünmektedir: (<http://www.sheridanc.on.ca>).

- Yeni medya internet ve onun uygulamalarına dayanmaktadır. Tamamen yeni özelliklerdir. Hızlı gelişmekte ve sayısız şeyler yapmaktadır.
- Yeni medya, kitap ve gazeteleri içeren uygulamalara dayanmaktadır ve mobil aletlerde kurulan birçok çeşitli yeni uygulamalar içermektedir.

- Platform, interaktiflik ve talebin cevaplanması gibi radyo ve televizyona eklenen geleneksel medyaya dayanmaktadır.
- Yeni medya bilgisayar platformuna dayanır ve örneği ağ tarafından ya da görsel sunumlar, video oyunlar, e kitaplar ve diğerlerini içeren farklı iletişimler tarafından işletilmektedir (Yeni Medyanın Çalışma Tanımı 1998, <http://www.sheridanc.on.ca>).

Wikipedia yeni medyayı bilgisayarlar sayesinde mümkün olan elektronik sistemlerin yeni biçimlerinin ifadesi olarak görmektedir Bu ifade ayrıca eski medya sistemleri ile de bağdaşmaktadır. Eğer eski medya basımı ile metinlerde ve görüntülerde nitelendirilen gazeteyi karşılaştırsak, dinamizmindeki farkı ve devam eden değişim görülmektedir. Bu açıklama ayrıca farklı mobil cihazlar arasında bağlantı becerisine hitap eder ve böylece aralarında geçiş olmaktadır (Sayed Rayan, 2012: 6-7).

Çeşitli tanımlamalar üzerinden tamamen ve açıkça şekillenmeyen uygulamalar ve özellikler açısından geçiş bölümüyle başlayan bu medyayla birçok sebepten dolayı anlaşılır tanım gerçekleştirilmek imkansız olmaktadır. Her geçen gün teknoloji gelişmektedir ve bizim tanım yapmamızı engellemektedir. Bu yüzden kati bir tanım yapmak doğru olmamaktadır (Saleh Yazar, 2003: 15).

Kitle iletişim araçları yaygın ve genel olmasına rağmen yirminci yüzyılda kişisel medya yeni çağın medyasıdır. Yeni medyanın araçlarından biri olan internet, bireyler için istedikleri zaman herhangi bir konuda araştırma ve iş yapma imkânı vermektedir (El-Laham ve Issam Salah, 2015: 28).

2.1.2 Yeni Medyanın Temel Özellikleri

Her ne kadar mevcut iletişim teknolojisi tarafından taşınan yeni medya araçları, birçok düzeyde geleneksel olanlara benzese de insan iletişimini etkileyen farklı formları ile çeşitlilik göstermektedir ve mevcut medyayı karakterize eden özelliklerden biri olmaktadır.

2.1.2.1 İnteraktiflik

İletişim cihazı ve alıcı rollerini değiştirdiklerinden dolayı iletişimin rolü karşılıklı hale gelmiştir. Tek yönlü olmak yerine iki alan arasında diyalog vardır. İnteraktiflik yeni iletişimin iki insan arasındaki konuşma sürecindeki gibi kullanıcıların konuşmasına cevap vermektir. Bu özellik güncel iletişimin örneklerine yeni boyut eklemekte ve genelde gazete, televizyon kanalı ya da radyo gibi tüketiciye birinci kaynaktan gönderilen tek yönlü üretimler içermektedir (El Din, 2000: 96).

2.1.2.1 Çeşitlilik

Çeşitlilik, iletişim sürecinin insanlara daha büyük rol sağlaması demektir. Bu çeşitlilik akıllı medyanın ve medya ajanslarının ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu, alıcılar tarafından seçilen özel programlar, görüntüler ve medya sitelerine dayanmaktadır ve bunlar tek halde zamanı ve yeri kişinin seçimine ve ihtiyaçlarına göre ayarlamaktadır (Hossauna, 2014: 8).

2.1.2.2 Farklı Zamanlama

Farklı zamanlama, bireyler için uygun zamanda iletişim süreci ile alıcı ya da gönderici olsalar bile karşılıklı etkileşim yeteneğidir.

Paylaşma ve gönderme: Yeni medya kişilere basit araçlarla diğerlerine mesajlar göndererek yayımcı olmalarına imkân verir. Farklı zamanlama için gerekli olan geçiş ve alım süreci olan senkronizasyonu göz önüne almayan ve e posta veya gazete, televizyon programları, eğitimsel ve eğlence siteleri gibi iletişim biçimleriyle ilişkili olmak doğaldır. Diğer bir yandan iletişim için, gruplarla ve konferanslarla diyalog, karşılıklı iletişim, sohbet veya anlık iletişim yapılmaktadır. Senkronizasyon iletişim süreçleri açısından mekân birliği gerektirmese de iletişim şartı için gerekli olmaktadır (El Din, 2000: 96).

2.1.2.3 Küreselleşme

Küreselleşme, dünya üzerindeki tüm kültür ve ürünlerle bağlantıda olabileceğimiz fikri anlamına gelmektedir. Kurumsal şirketler yıllardır bunu amaçlıyorlar ve dünyanın oluşumundan beri insanlar kendilerine uzak olan şeylerle daha fazla bağlantılı olmak için çaba sarfetmektedirler. Ticaret yolları, elektronik

para transferi ve küresel kurumsallaşma sayesinde insanlar birbirlerine daha önce olduğundan daha yakın hale getirmiştir. İletişim çevresi zaman ve kontrol engellerin üstesinden gelen bir küresel olgudur. (Shaikhani,2010: 448).

2.1.2.4 Birleşme

Bireyin e-posta ile ne yedeklemek istediği anlamına gelmektedir. Zira yenilikleriyle dijital sistemler sunumların yöntemlerini, kullanılabilirliğini ve internetin belirli zamanları boyunca tam bir şekilde biriktirmeyi sağlamaktadır (Hossauna, 2014: 9).

2.1.2.5 Hareketlilik ve Esneklik

Kullanıcıların cep telefonları gibi hareket halindeyken herhangi bir yerde iletişim kurabilecekleri birçok iletişim yöntemi vardır. Bunlara ek olarak el cihazları, kablosuz ağlar, faks makinaları, video kayıt cihazları ve dizüstü bilgisayarlar gösterilebilmektedir (Hossauna, 2014: 9).

2.1.2.6 Yığınlaşma

Geçmişte büyük bir kitleye hitap etmek yerine iletişim mesajının birey ya da belirli bir gruba gönderilmesi anlamına gelmektedir. Ayrıca iletişim sistemleri üzerinde kontrol sağlanması demektir. Böylece mesaj göndericiden alıcıya direkt olarak ulaşmaktadır (El Din, 2000: 96).

2.1.2.7 Medya Bütünü/Multimedya

Multimedya geniş anlama sahip olan bir terimdir. Metin, ses, görüntüler, animasyonlar, video gibi farklı içerik formlarını kullanmakta ve etkileşimli içerik yalnızca salt metin veya geleneksel basılı veya el yapımı materyal formları gibi ilkel bilgisayar ekranlarını kullanan medyaya göre farklılık göstermektedir.

Multimedya, bilgisayarlı ve elektronik cihazlar gibi bilgi içerik işlem cihazlar tarafından kaydedilebilmekte, oynatılabilmekte, görüntülenebilmekte, etkileşime girebilmekte veya bunlara erişebilmektedir, ancak aynı zamanda canlı performansın bir parçası olabilmektedir. Multimedya cihazları, multimedya içeriğini saklamak ve deneyimlemek için kullanılan elektronik medya cihazlarıdır. Multimedya, web

sayfalarını ve sosyal medyayı canlı kılar ve kullanıcı eğlence alanında önemli bir rol oynamaktadır (Shikhani, 2010: 447).

2.1.2.8 Değişkenlik/Bağlılık

Değişkenlik, sesli medyayı yazılı medyaya dönüştüren teknolojiler gibi bir medyadan diğerine bilgi aktarımı yapmadır. Bağlılık, bağlanan iletişim aletlerinin diğerleriyle birleşme olasılığına atıfta bulunurken, üretilen firmayı da göz önünde bulundurulmaktadır (Shikhani, 2010: 447).

2.1.2.9 Kültürel Sınırların Üstesinden Gelme

İnternet, her yıl artan yüzlerce uluslararası ve bölgesel ağın sayıları ve gelişmeleri hakkındaki beklentileri gerçekleştiren bir ağ olarak adlandırılmaktadır. Buna ek olarak iletişim araçlarının bolluğu ve düşük maliyeti sayesinde her ülkedeki internet kullanıcısı sayısı, benzeri görülmemiş şekilde artmaktadır. Bu da coğrafi sınırların aşılmasına ve iletişim sürecinin taraflar arasındaki kültürel engellerin düşmesine yardımcı olmaktadır. Evrendeki farklı dillere rağmen altı kıtadaki milyonlarca kişi internet, televizyon kanalları sayesinde sürekli iletişim halinde olmaktadır (Abdel Hassib ve Alaa El Din, 2001: 36).

2.1.2.10 Dikkat ve Odaklanma

Bu, bireyin e-posta görünümünde kayıtlı olarak görmek istediklerini seçme yeteneğine sahip olduğunu, inovasyonlu dijital sistemin, farklı internet sitelerinde serbest zamana maruz bırakılmış entegre bir tarzda görüntüleme ve kullanılabilirlik yöntemleri sağladığı gerçeğini göstermektedir. Yeni medyadaki alıcılar içerikte seçme ve etkileme olarak aktif rol sahibi olduğu için yüksek odaklanma ve dikkat ile karakterize edilmektedir (Hossauna, 2014: 9).

2.1.2.11 Analogdan Dijitalliğe Geçiş

Dijital sistemde bilgi, tek ya da çift olarak transfer edilir. Bilgi alıcıya ulaştıktan sonra ses, metin ya da görüntü olarak yansıtılmaktadır. Diğer bir yandan analog sistem bilgiyi dalgalar halinde aktarmaktadır. Dijital sinyaller değerli olsa da

olmasa da daha açık ve özgürdür. Analog sistem ise belirli değerler içermektedir (Falah Shak Allah, 2013: 15).

2.2 GELENEKSEL MEDYA İLE YENİ MEDYA ARASINDAKİ FARKLAR

Yeni medya terimi modern bilgi ve iletişim teknolojileri ile sıkça ilişkilendirilmektedir. Bu gelişmeler sadece medya teknolojilerinin gelişimi ile değil, medya içeriğinin tüketimi, üretimi ve dağıtım biçimini değiştirmesiyle değişmiştir. Böylece yeni medya belirli bir şekilde dijital interaktif, sanal ve yakınsal olma özelliği ile geleneksel veya eski medyadan farklı olmaktadır. Buradan, yeni medya ve eski medya arasındaki farklar aşağıdakiler gibi açıklanabilmektedir.

2.2.1 Dijitallik

Yeni medyayı eski medyadan ayıran en göze çarpan özelliği dijital olmasıdır. Eski medya analog iken yeni medya dijitaldir.

Lister'e göre analog terimi bir fiziksel biçimin başka bir fiziksel biçimde saklanabileceği bir yöntem olarak ifade edilmektedir. Analog, aslını andıran bir nesnenin temsilidir. M.Holztsche analogun fiziksel dinamiklerde öncü bir dalga biçimi olarak tanımlamıştır. Bu yüzden analog fiziksel değişiklikler arasındaki orana dayanmakta ve temsil ettiği bilgiyi de değiştirmektedir.. Aslında dijital teknolojilerin gelişinden önce birçok medya içeriği analog sürecinde üretilmiştir (Lister vd., 2008: 14-15).

Sonuç olarak geleneksel medya dünyayı saran bir beşerî unsurdur. Yeni ve eski medyayı ayırt edici karakteristik özelliklerine baktığımızda dijital medyanın tamamen yeni fenomen olduğu anlamına gelmemektedir. Zira iki medyanın da paylaştığı birçok özellik vardır. Yeni medya bütünlüğü ifade etmemektedir, fakat geleneksel medyanın açılımı anlamına gelmektedir. Analog ve dijital medyanın arasındaki fark bir nesnenin sembolik biçimsel gerçekliğin içindeki fiziksel biçimden değişik olarak görülebilmektedir. Bu değişiklikler medya metinlerinin manevileştiğini, fiziksel biçimlerinden ayrıldığını, küçük alanlara sıkıştırıldığını ve analog formdan daha kolay manipüle edildiği belirtilmiştir. Bu yüzden bu değişim

dijital teknolojileri büyük bir veri topluluğu ve üretim, tüketim, alım ve medya biçiminin niteliğidir (Lister vd., 2008: 16).

Yeni medyayı, olgun medyadan ayıran bir diğer değişim ise analog medyanın karma olması ve dijital medyanın akışın saptandığı yerde fiziksel obje olarak var olmasıdır. Analog medya sabittir. Çünkü dijital bir şekilde üretilen içerik manipüle edilecek konuları yoktur. Dijital metinler akışta kalıcı olmakta, kolayca yayına hazırlanmakta ve üstünde oynama yapılabilmektedir (Lister vd., 2008: 17).

2.2.2 İnteraktiflik

Rice yeni medyayı kullanıcıların karşılıklı olarak ve kullanıcı ile bilginin interaktifliğini sağlayan ya da kolaylaştıran iletişim teknolojileri olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda, yeni medya insanlar arasında daha büyük etkileşim kapısı açmaktadır. Diğer bir yandan geleneksel medya merkezden gönderilen bir mesajdır ve büyük bir iletişim birliğidir. Bir metnin içeriği uzmanlar tarafından üretilmekte ve üretim sürecinde kullanıcı uğraşı olmamaktadır. Başka bir taraftan yeni medya önemli bir artış ortaya koymaktadır. Bu çeşitli fırsatlar çoğunlukla yeni medyanın interaktif potansiyeline refer edilmektedir (Lister vd., 2008: 19).

2.2.3 Yayılma

Yayılma yeni medyayı yığın medyadan ayıran diğer anahtar özelliktir. Değişim merkezi üretimden gelmekte ve oldukça yüksek bireysellik içermektedir. Buda tüketicileri üretim sürecine dâhil etmektedir. Yeni medya tüketicilere interaktiflikten aktüel üretime geleneksel medyayı kıyaslayarak daha büyük seviyede katılımını sağlamaktadır. Junkin makalesinde interaktif izleyicilerin yeni icatlar ve teknolojilerin tüketicilere arşiv, dipnot, uygunluk ve medya içeriğinin yeniden dolaşımını söylediğini belirtmektedir. Yeni teknolojiler tüketicilere sadece tüketimde değil, üretimde, dağıtımda ve yayımda da yardım etmektedir. Tüketicilere duyma, görme, okuma imkânları sağlamaktadır. Kullanıcının katılımı için diğer nokta üretim teknolojisidir. Kayıt ve teknolojik olarak iyidirler, fakat aynı zamanda karşılanması ucuz olmaktadır. Sonuç olarak tüketiciler medyaya karşı artık yabancı değildirler. Aktif olarak yaratma, yeniden üretme, kopyalama, değiştirme ve medya metinleri yazmada varlardır (Gary Hall; 2008, 22).

2.2.4 Sanallık

Sanallık, yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran bir terimdir. Yeni medya teknolojilerine ne şekilde sanal olduklarının söyleneceği aşağıda belirtilmektedir. Modern dünyada birçok durumda deneyimler her gün teknolojik olarak benzer şeyler üretirler. Sanal dünyalar, boşluklar, nesnelere, çevre, gerçeklik, benlik ve kimlik yeni medya hakkında hitap konusu olmaktadır. Aslında diğer birçok uygulamalarda yeni medya teknolojileri 3D gibi sanallıklar üretmektedir. Multimedya dayandırmakta ve eski medyanın birleşimi olmaktadır (Lister vd., 2008: 34-36).

2.2.5 Yakınsama

Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran diğer özellik yakınsamadır. Yakınsama medya içeriklerinin yeni teknolojilere doğru tek bir çatı altında birleşen çeşitli biçimleri ifade etmektedir. Örneğin çevrimiçi olarak gazete okuyabilmekte, iPhone ile müzik dinleyebilmekte ve eş zamanlı olarak aynı küçük cihazlar üzerinden fotoğraf çekilebilmektedir. Yakınsama çeşitli medya platformlarının içerik akımı ya da diğer bir deyişle farklı medya sisteminin karşısında medya içeriklerinin dolaşımı olmaktadır. Yakınsama var olan teknolojilerin, endüstrilerin, marketlerin, cinsiyetlerin ve dinleyicilerin arasındaki ilişkiyi değiştirmektedir (Gary Hall, 2008: 24).

	Geleneksel Medya	Yeni Medya
Kaynak bakımından	Bireyler ve kurumlar için birliğin merkezidir. Bu konu bazı medya edebiyatlarında merkezileştirme anlamına gelmektedir.	Toplu medyanın merkezileştirilmiş halidir ve herkes başkalarına doğrudan merkezi yönetim olmadan birtakım şeyler gönderebilmektedir.
İçerik bakımından	Geleneksel medya için yüksek seviyeli profesyonellik gerektirmekte ve içerik hazırlanması için sağlam bir kontrol gerekmektedir.	Yeni medya ayrıca medya içeriğini hazırlıktaki profesyonelliğini azaltarak köklü değişiklikler yapmıştır. Bu şekilde amatörler geleneksel medya tarafından gereksinimlendirilen karmaşık içerik hazırlayabilmekte ve bu çok ucuz bir meblağ tutmaktadır. Bu da medya içeriğinin hazırlanmasındaki üstün kontrolün üstesinden gelmektedir.
Dağıtım açısından	Pahalı gereçleri gerektirmektedir.. (Radyo, yayın aracı)	İnternet gibi ucuz maliyetlidir, yüksek maliyet gerektirmemektedir. Dünya çapında dağıtımı gayet kolaydır. Bu yüzden kullanımı git gide artmaktadır.
Alım açısından	Burada kullanıcı istediği zaman mesaj alamamaktadır. Bu özellik eski medyanın olduğu yerde kullanılmamaktadır.	Yeni medya ile kullanıcı istediği zaman mesaj alabilmektedir.. Dünya dönerken bile ağır herhangi bir yerinde mesaj saklanmaktadır.

Cevap açısından	Geleneksel medya iletişim sürecinde alıcıya tek yönlü iletişim sağlamaktadır.	Alıcının yeni medyayla bağlantısı çok genişletilmemiştir, fakat birçok seçeneği vardır. Forumların, yeni grupların ve posta listelerinin görünümü ile alıcı daha çok özgürlüğe kavuşmaktadır.
------------------------	---	---

Tablo 4: Geleneksel medya ve yeni medya arasındaki en önemli farklar .⁴

2.3 SOSYAL AĞLARIN SİTELERİNİN TANIMI

İnternetin ortaya çıkışından bu yana, insanlarla tanışıp bilgi ve deneyim alışverişinde bulunmak için bir alan olmuştur. Günümüzün teknolojik gelişimi, ağı sosyal boyutlarını ve insan iletişiminde devrim yaratan bir dizi uygulamanın ortaya çıkmasını derinleştirmiştir. Bireyler arasında sosyal ağlar, normal topluluklara paralel sanal toplulukların oluşturulmasına katkıda bulunan en popüler uygulamalardan biridir, sosyal ağlar dünyadaki insanlarla etkileşimi de kolaylaştırmıştır.

Sosyal ağlar, kullanıcının diğer kullanıcılarla büyük ölçüde var olanla eşleşecek şekilde etkileşime girmesini sağlamaktadır; bu ağların kullanıcıları arasında özel bir ortak dil oluşturulması sayesinde, kullanıcıların dünyanın farklı yerlerinden iletişim kurmasına ve fiziksel sınırları ortadan kaldırmasına yardımcı olmaktadır. Buradan; sosyal ağlar, aynı ilgi alanlarını paylaşan kişilerin bir araya gelmelerini, bilgi, fotoğraf ve videoları paylaşmalarını sağlayan web siteleridir.

Bir sosyal ağ, özel bir amaç için farklı kuruluşlarla veya bireylerle ağ geliştiren insanların aktif olarak karşılaştığı bir birliktir. Organizasyonlar, komiteler, topluluklar forumlar ya da gruplar gibi bağlılık zinciri oluşturmaktadır. Bu dallar bireyin katılmaya niyetli olduğu çeşitli grup, komite ve forum gibidir. Bu yüzden, bir sosyal ağ insanlar ve grup, komite veya organizasyonların arasındaki ilişkiyi temsil etmektedir.

Danah M. Boyd sosyal ağ sitelerini sınırlandırılmış sistemin içinde resmi ya da yarı resmi bir şekilde profil oluşturmalarına izin veren, diğer kullanıcıların paylaştıklarını açık bir şekilde görüntüleyen ve sistemin içinde bağlantı listelerini

⁴Gary Hall; 2008, 22-2

gösteren, aynı zamanda karşılıklı ağ kullanımına dayalı servisler olarak tanımlamaktadır(Rohani ve Hock, 2009: 42).

Aktif sosyal ağlar birçok amaç barındırır ama üç temel işlev yaygın olarak bütün sitelerde göze çarpmaktadır. Birincisi, aktif sosyal ağlar var olan sosyal ağları sağlamak için ya da yeni bağlantılar sağlamak için kullanılmaktadır. Bu siteler kullanıcılara kendi ağlarını görünür hale getirmeye izin vermektedir, zaten bu da hayatlarının parçalarından biri olan sosyal ağ olan insanların iletişim kurabilmesi demektir. İkincisi, aktif sosyal ağlar kendi içeriğini yükleyen her bir üye tarafından kullanılmaktadır. İçerikler siteden siteye göre değişmektedir. Üçüncüsü, aktif sosyal ağlar, yeni ve ilginç içerikleri filtreleyerek, önerme yaparak ve organize ederek kullanıcılar tarafından yüklenmektedir (Rosen And Laihanen, 2017: 7).

Sosyal ağ sitelerini eşsiz yapan şey kullanıcıların yeni insanlarla tanışması değil, kendi ağlarını oluşturmasıdır. Bireyler çoğu sitelerde zaten sosyal ağ kullanan kişilerle muhatap olmaktadır. Kullanılan sosyal ağ siteleri çeşitli teknik özellikler sağlarken, kullanıcılar için arkadaş listesi oluşturulmaktadır. Arkadaş listesinin yanı sıra, kullanıcılara ait olan sayfalar kendileri için eşsiz olmaktadır. Katılım gerçekleşikten sonra bireylere bir dizi sorular yöneltilmektedir. Bu sorular kişisel bilgileri içermektedir. Sosyal ağ siteleri kullanıcılara profil fotoğrafı yükletir ve daha da zenginleştirmek için multimedya özelliği koymaktadır. Ek olarak, üye olan bir kişi diğer arkadaşlarını da teşvik etmektedir (Rohani ve Hock, 2009: 43).

Sosyal ağ siteleri iki tür bağlantı sunmaktadır. İlki direkt bağlantıdır. Direkt bağlantı takipçi olarak adlandırılmaktadır. İkincisi ise, her iki tarafında birbirleriyle etkileşim içine girdiği bağlantıdır.

2.3.1 Sosyal Ağ Sitelerinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Sosyal ağ siteleri terimi ilk defa Amerikan antropolog John Barnes tarafından 1954 yılında bireylerin birbirleriyle ilişkileri doğrultusunda, bağlantıların ve etkileşimlerin karmaşık hale geldiğini, iletişimin içinde karışıklığa sebep olduğunu, sosyal ağın toplum içinde sosyal ilişkilerin varlığını temsil ettiğini ve sosyal iletişimin bu sitelerin temelini oluşturduğunu açıklamak için kullanılmıştır (Cachia Romain, 2011: 22).

Sosyal ağ siteleri, bireylerin, grupların ya da kurumların yaptığı elektronik sosyal yapı olarak sınıflandırılabilir. Bireysellik gibi basit yapılar düğüm (node) olarak adlandırılmaktadır. Böylece anlaşma, bu dünyada bir ülkenin belli bir grubunu cesaretlendirme, bir şirkete ait olma ya da bir ülkenin kimliğini taşıma gibi çeşitli ilişki tiplerine bağlı olma ve bu ilişkiler bireylerin ait olduğu sosyal ilişkilerin, inançların ya da sınıfların doğası gibi daima derin derecelere ulaşabilmektedir (Shakra, 2014: 150).

İlk başta, ABD'deki sosyal etkileşim bazı iş arkadaşları arasındaki etkileşimden ortaya çıkmıştır. Öğrenciler arasındaki ilk etkileşim 1995 yılında ortaya çıkmıştır. Bu iş arkadaşları ve site Amerikan İletişim Birliği Bölümü olarak birçok bölgenin birçok okulunda adlandırılmıştır. Bireysellik kişinin ait olduğu, arkadaşlarıyla bulunduğu ya da yeni insanlarla tanıştığı okulda kendini bulabilmektedir (Shakra, 2014: 151).

Bu isim sixdegrees.com olan ve 1997'de oluşturulan başka başarılı sosyal ağ sitesi olarak takip edilmektedir. Bu site insanlar arasındaki bağlantıya odaklıdır. Dinleri ya da etnik grupları gözetmeksizin, kullanıcılara profil oluşturma ve mesaj gönderme özelliğini içeren servisler sunmaktadır. Sağlanan servislerin ekonomik yetersizliklerinden dolayı kapatılmasına rağmen, sınırsız iletişime kapı açmak için 1997 ve 1999 yılları boyunca bu tarz sosyal ağ siteleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Asyalı ve Amerikan siteler gibi ilişkilendirilen belirli gruplarla oluşturulur ve bu sitedekiler esmer tenli olur. 1999/2001 yılları arasında bu etnik grup içeren site kurma girişimi başarısız olmuştur (Shakra, 2014: 153-154).

Bu siteler sohbet odaları ve e posta kullanımına odaklı olan erken zamanlardaki web teknolojilerine dayalı sitelerdir. Bu dönem boyunca etkileşim, bağımlılık, silme, tartışma ve görüşlerin değişimi olarak ikinci jenerasyon teknolojileriydi. 2002'nin başında (Friendster.com) küresel birliğin çeşitli bölümleri arasında arkadaşlık ve tanışma anlamı olarak ortaya çıkmıştır. 1 ayda başarıya ulaşmıştır. Aynı yılın ikinci yarısında (skyrock.com) Fransa'da blog sitesi kurulmuştur. Webin ikinci sınıf teknolojilerinin ortaya çıkışıyla sosyal ağa dönüştürülmüştür (Shakra, 2014: 154).

2003'ün ilk zamanlarında (myspace.com) Website ortaya çıkmıştır ve dünyadaki açılan en popüler sosyal ağ sitelerinden biri olmuştur. Ayrıca 2012'nin

sonunda 250 milyon kullanıcıya ulaşan LinkedIn sitesi bulunmaktadır. Resmi olarak 2004'te ortaya çıkan ve 2006'da uluslararası hale gelen Facebook'un gelişen uygulamalar yaptığı için kullanıcı sayısı artmıştır ve dünya çapındaki sosyal ağ kullanıcıları sayısı bakımından en popüler olmuştur. Bundan sonra 2006'da ilk kez ortaya çıkan sosyal ağ siteleri fikri, Twitter'in gelişiyile küçük bloglar halinde yayılmıştır. Bu web sitesi resmi olarak Kasım 2006'da kurulmuştur ve aynı yılda yeni sosyal ağ servisi olarak yayılmaya başlamıştır. 2009'da Odeo, Twitter adını verdiği yeni şirketini servisten ayırarak oluşturdu. Sosyal ağ siteleri kesintisiz iletişim ve arkadaşlar arası iletişim, dünya çapındaki kullanıcı niteliklerinin tartışılması hedefiyle yaratılmıştır (Rami, 2003: 23).

Hobiler ya da müzik sitelerinde alt yazılı şarkıları içeren sitelerle, bilgisayar oyunları (wakoopa.com), youtube ya da belirli bir şarkıcıya ait olan sitelerle ilgilenenler için özel birçok sitelerde vardır. Ayrıca Hristiyan kiliseleri için özel bir site olan (Mychurch.com) ve eğitim alanlarının önemi ve önemli kurumların öğrencilerin izleyicilerini çekmek için dini konularda uzmanlaşmış bazı sosyal paylaşım siteleri de bulunmaktadır. Özellikle sosyal ve eğitimsel iletişimi sağlamak için öğretmen ve öğrencinin hizmetine adanmıştır. Öğretmen ve öğrenci arasında iletişimi mümkün kılan ünlü "Edmodo.com" sitesidir. Ek olarak ilköğretimden ortaöğretime kadar dünyanın her yerinden öğretmen ve öğrenciler tarafından eğitim veren "twiducate.com" adlı bir okul sitesi görülmektedir (Rami, 2003: 24).

Bir dizi sosyal paylaşım sitesi kurarak eğitim sisteminin en önemli unsurlarından biri olarak, kitapseverler ve kütüphaneler ile ilgilenen "libraryThing.com" sitesi kütüphanelerde sosyal ağlar olarak halen ilgi görmektedir (Rami, 2003: 24).

2.3.2 Sosyal Paylaşım Sitelerinin En Önemlileri

İnsanlar arasında merkezden uzak yaygın eski bir mekanizma olan sosyal ağlar, ağ tarihinin hüküm süren tarafı olmuştur. Bireylere arkadaşlarını takip etme olanağı sağlayan ara yüzlerle bu yüzyıldan beri artarak ilerlemiştir. Facebook, LinkedIn ve Myspace gibi siteler buna örnektir. Burada insanlar birbirlerini izlemektedir, ihtiyaç olduğunda da ticari amaçlı kullanılmaktadır. Dahası ticari atılımlar ve reklam amaçları için onları kullanmayı denerler, çünkü talebe göre üretim gerçekleştirilir.

2321 Twitter

Twitter sosyal ağ olarak bilinen kısa mesaj servisinin adıdır. JackDorsey tarafından 2006 yılının temmuz ayında New York'ta kurulmuştur. Twitter'i popüler yapan olgulardan bir tanesi Amerika Hava Yolları jetinin Hudson Nehri'ne düşerek parçalanmasından sonra ilk fotoğraf, basından önce burada sergilenmiştir. Böylece kendine toplumda yer bulmuştur. İnsanlar birbirlerini karşılıklı olarak takip etmekte ya da takip edilmektedirler. Karşılıklı etkileşim gerektirmez. Twitter da kullanıcılar takip ettiklerinden, tweet olarak bilinen tüm mesajları almaktadırlar. RT tweetin tekrar paylaşılması ve orijinal tweetin başkalarına iletilmesi, # ise bir konu hakkında yorum belirtmek demektir. İleti paylaşmak ise 140 ile sınırlı olan karakterden 160'a çıkarılmıştır. Son araştırmalara göre, twitter hayatın bir yansıması olarak görülmektedir. Aile, arkadaş ya da sanal ortamda bağlantı kurmak ve yorumlamalarda bulunmak için üretilmiş bir ağ sitesidir. Güncel fikirler belirtilmekte ve bu sayede toplumun görüşleri hakkında kanılar ortaya çıkarmaktadır. Fakat bunlar yapılırken filtreleme devreye girer. Bazen de kullanıcıları teyakkuzda tutmak için çekici imkanlar sunulmaktadır. Twitter ayrıca sohbet ve mesajlaşmada kilit bir rol oynar. Kendine has özellikleri vardır. Sonuç olarak, Twitter, ana sayfadan hikâye paylaşılan anlık özellik gibidir (Akar, 2010: 62-63).

Twitter dünya çapında milyonlarca insanlar tarafından arkadaşlarıyla, aileleriyle ve iş arkadaşlarıyla telefonlarından ve bilgisayarlarından kontakta halinde kalmak için kullanılan aktif bir sosyal ağdır. Twitter, çeşitli cihazlardan gönderilen mesajları tercih ettikleri ortamdan almayı seçip insanlara yönlendiren esnek bir sistemdir (Akar, 2010: 63).

Twitter, kamu politikası için öncelikli alanları seçici olarak dinlemeye yönelik filtreler ve araçlar sağlamaktadır. İnsanlara ve organizasyonlara, takipçilere bağlanmak, katılımı kolaylaştırmak ve o sırada gerçekleşen konuşmaları etkilemek için bir iletişim aracı sunmaktadır. Biraz açarsak, başkalarıyla dünya olayları hakkında direkt olarak konuşabildiğin küresel sohbet odalarına benzemektedir (Youssef Kâfi, 2016: 64).

Twitter, ayrıca farklı sosyal medya ağları arasında bir iletişim noktası olduğundan dolayı, anlık mesajlaşma ve sohbetin evriminde önemli bir rol

oynamaktadır. Fakat diğer mesajlaşma veya sohbet uygulamalarıyla örtüşmemektedir.

Sonuç olarak Twitter, hikâyeleri zaman çizelgesinde paylaşmak için kullanılan Moments gibi güncellemeleriyle daha fazla anlık mesajlaşma ve sohbet işlevi eklemiştir. Bu satırdaki diğer fonksiyonlar, daha dinamik direkt mesajlaşmayı, sohbetlerin ve göstergelerin bağlantılarının ön izlemelerini içermektedir (Youssef Kâfi, 2016: 65).

2017 yılının üçüncü yarısında micro blog servisi ayda 330 milyon aktif kullanıcıya ulaşmıştır. 2016'nın başında Twitter 310 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. 2019 yılında sosyal medya kullanıcı sayısının aylık 275 milyona ulaşması beklenmektedir. Kullanıcıların artışı büyümesine rağmen, Twitter tek olarak sosyal ağ ve pazarlama alanında öncü olmaya devam etmektedir (<https://www.statista.com>).

2322 Myspace

Myspace 2003'te hizmete açıldıktan sonra hızlıca büyümüştür. Bu büyümenin nedenlerinden biriside herkese açık olmasıdır. Myspace, kullanıcılarına arkadaşlık kurmalarına ve dünyadan farklı insanlarla bağlantıda olmalarına olanak sağlamaktadır. İsteyen herkes eğer on dört yaş üzeri ise ve fotoğrafı varsa siteye üye olabilmektedir. Üye olduktan sonra bu hizmet kullanıcıların profillerini diğerleri tarafından görülmesini sağlamaktadır. Bunu üye olmayanlar gerçekleştirememektedir (Alakuşu, 2014: 26).

Myspace hizmeti kullanıcılarına dünyanın her yerinden diğer kullanıcılarla iletişim kurmasına olanak vermektedir. Üyeler favori film, kitap, şarkı, spor, aktivitelerini sayfalarına ekleyebilmektedir. Buda ücretsiz bir olanaktır. Aynı zamanda Myspace bu olanakları kısıtlama hakkını kendinde saklı tutmaktadır. Üyeler de kendi hesaplarını kontrol etme hakkına sahiptir. Bilgiler yasa dışı kullanılıyorsa, Myspace bunun önüne geçmek için üstün bir hukuk yetkisine sahiptir. Myspace profilleri, birçok bilgisel bölüm içermektedir. Bu bölümlerde sabit iki yazı vardır; Hakkımda ve kiminle tanışmak istediğim. Kullanıcılar bu ek yazıları ilgilendikleri kısma ekleyebilmektedirler. Myspace profilleri ayrıca birçok multimedia özelliklerini bir araya getirmektedir. Özellikle kullanıcılar sayfalarına fotoğraf, müzik ya da dosya

yükleyebilmektedirler. Özele saygı bakımından daha yaşlı kullanıcılar için ayarlardan gizli seçenek aktif hale getirilebilmektedir (<http://www.jstor.org/stable/pdf>).

2323 LinkedIn

2003'te Kaliforniya'da kurulan bu sosyal site, iş dünyası ve profesyoneller için bir hizmet şeklindedir. 20 farklı dil de ve 200 farklı ülkede hizmet vermektedir. 2016 yılı verilerine göre en çok üyelik 128 milyon kişiyle Amerika, 35 milyon kişiyle Hindistan, 25 milyon kişiyle Brezilya 'dır (<https://www.statista.com>).

LinkedIn'in profesyonel anlamda paylaşım yapma, iş bulma ve soruları cevaplama anlamında büyük bir alan olduğu için gizli değildir. Bireyleri küçük organizelerde kendi kimliklerini tanıtmak için en iyi bilinen yol budur. Direkt ya da kullanıcıların bağlantılarıyla insanlar birbirlerini tanımaktadır (Güleç, 2016:190).

Yayın açısından Facebook ile az çok benzerlik taşımaktadır. Fakat LinkedIn' de daha çok profesyonel anlamda bağlantı kurmak isteyen insanlar bulunmaktadır. Facebook kullanmasını biliyorsanız, LinkedIn size zor gelmemektedir (Güleç, 2016:190).

LinkedIn birçok noktada tanımlanabilir:

- 1- Özgeçmişteki profesyonel özellikler ve iş ağı.
- 2- Kişisel gelişim için bireyler tarafından kullanılması.
- 3- İşçi, müşteri veya partner bulmak için iş veren tarafından kullanılması.
- 4- Özgeçmişini paylaşacak yer bulma.
- 5- Şirketlerin özgeçmişini ve insanların özel alanlarına göre araştırma yapmaya yardımcı olma
- 6- İş bulmada uzmanların şirketler hakkında tavsiyeleri
- 7- Endüstride gelişen ve değişen bilgilerden haberdar olma
- 8- İnsanların yeteneklerine ve deneyimlerine göre faydalı bir alan oluşturma ve bütün bunlar bir araya geldiği zaman kişiyi veya şirketini küresel anlamda en iyi şekilde temsil etme imkânı bulunacak (Arca, 2012: 50-53).

2324 Instagram

Instagram, Foursquare tarzı bir platform yaratmaya çalışırken, dikkatleri birden fotoğraf paylaşmaya giden Kevin Systan ve Mike Krieger tarafından San Fransisco’ da kurulmuştur. Instagram kelimesi instant ve telegram kelimelerinin birleşiminden meydana gelmektedir. IOS işletim sistemi 2010, Android işletim sistemi 2012 yılında bu uygulamayı kullanıma açmıştır. Facebook 2012 yılında 1 milyar dolar ödeme yaparak Instagramı satın almıştır (<http://searchcio.techtarget.com>).

Facebook’un satın alınımından sonra aylık kullanıcı sayısı 150 milyona ulaşmıştır. Ve bu sayede Facebook’u bile geçmiştir. Popülerliği ve üyeleri her geçen gün artmaktadır. Instagram kullanan insanlar akıllı telefonları sayesinde bu uygulamadan fotoğraf ve video paylaşma olanağına erişmektedirler. Mobil cihazlarda özel olarak kurulmuştur. Mobil cihaz, iPod touch ya da diğer tablet cihazlar gibi hücresele teknolojiyi kullanan cihazlara tekabül etmektedir. Instagramın güzel olan noktalarından bazıları da seçimlerinin basit olması, navigasyonunun açık olması ve anlaşılması kolay olmasıdır (Güleş, 2016: 93).

Instagram, kullanıcılar için yaşamlarını paylaşmada ya da ürünlerini tüketicilerle paylaşmada popüler bir alan olma yolunda ilerlemektedir. Instagram akıllı telefonun fotoğraf hafızasından kullanıcılara seçenek sunarak onlara efekt verme ve daha çekici bir şekilde paylaşım yapmaya olanak vermektedir. Paylaşılan fotoğraf ya da videoların gizli olup olmadığı kullanıcının yapacağı ayarlara bağlı olmaktadır. Facebook, Twitter, Tumblr gibi diğer sosyal ağ platformlarında da içerik esinlenmesi görülmektedir. Instagramda, paylaşılan fotoğraflardan kullanıcıların moral olarak beslendiğine inanılmaktadır. Diğer bir deyişle, beslenme, kullanıcı veya kullanıcı tarafından yüklenen fotoğraf ve videolar içermektedir ve bunların sırası kullanıcının ilişkileriyle ve paylaşan kişiyle alakasız olmaktadır. Çünkü ona göre bu kullanıcının zaman akışında gözükmektedir (<https://weziwezi.com>).

2325 Youtube

Youtube dünyanın en popüler aktif video topluluğu olduğu iddia edilmektedir. 2005 yılında fotoğraf bulmanın ve paylaşmanın birçok yolu ve sitesi vardı. Fakat

video paylaşacak bir site yoktur. Bu yüzden Chad Halley, Steve Chen ve Javed Kavim tarafından Youtube kuruldu. Chad Halley Pensilvanyadaki Indiana Üniversitesinde eğitim görmekteydi. Diğer arkadaşı ile birlikte mezun olduktan sonra Kaliforniya’da ki Paypal şirketinde çalışmaya başladılar. Şubat 2005’te logo ve tasarım Hurley tarafından yapıldı. 3 ay sonra Mayıs 2005’te site kullanıma açıldı. Youtube aynı senede Kaliforniya’da resmi site statüsü kazanmıştır. Paylaşılan ilk video, “Ben hayvanat bahçesindeyim ve 19 dakika sürmektedir”. (Ayarekar, 2015: 125)

2017’de 88 ülkeden daha fazla 1 milyar kullanıcıya ulaşılmıştır ve bu da Youtube’u dünyadaki en popüler site haline getirmiştir. Youtube insanlara videoları görüntüleme, paylaşım, televizyondan ve sinemadan kırıma yaparak paylaşım imkân vermiştir (Rosen ve Laihanen, 2017: 8).

Özellikle çoğu insanın paylaştığı şey video blog şeklindedir. Bu video bloglar reklam maiyetindedir. Vlogging diğer youtube içeriklerinden ve ana akım medyadan ayrılmaktadır. Vloglar konuşmaya ve interaktif olmaya dayalıdır. Onu izleyenlere konuşmaya davet etmekte ve katılımlarını sağlamaktadır. Ve yorumlama imkânı da doğmaktadır (Rosen ve Laihanen, 2017: 8).

Bir Youtube sayfasının genellikle izlediği yol şöyledir: Ana video, videonun başlığı, video etiketleri, benzer video linkleri, her bir videodaki yorumlar, görüntülenme sayısı, izlenme oranı (Rosen ve Laihanen, 2017: 9).

Kayıtlı kullanıcılar kendi videolarını oluşturup yükleyebilmektedir, kayıtlı olmayan kullanıcılar ise video ve içeriklerin çoğunu görüntüleyebilmektedir. Buna ek olarak kayıtlı Youtube kullanıcıları kendi kanallarını oluşturabilmektedir ve diğer kullanıcıların kanallarına yazabilmektedir. Youtube bugün internetin ikinci büyük sitesi olmaktadır ve insanların zamanının en çok geçirdiği sitedir. Facebook kullanıcıları günde 35 dk, IG kullanıcıları günde 15 dk, fakat Youtube kullanıcıları ortalama 40 dk geçirebilmektedir (<https://www.statista.com/>).

2326 Google Plus

Google Plus ya da G+ tarafından kurulup geliştirilen sosyal medya platformudur. İlk bakışta FB ve Twitter benzer görüntü sergilese de paylaşım

yapmak yerine ne ile ilgiliyse onun hakkında görüntüleme yapılmaktadır. G+ ayrıca, reklamlara asla müsaade etmemektedir. İletişim ve Hangout programlarıyla ilgili kişileri birbirlerine bağlamaktadır. G+ ile circle kullanmak kullanıcıya ilgilendikleri alanları depolama imkânı sunmaktadır. Topluluklar bu yörünge ile kurulabilmektedir, soru sormak için ya da ilgi alanlarındaki iletişimi kolaylaştırmak için kullanılabilir. Dahası G+ kullanıcıları birbirleriyle bağlantı kurma, yorum, video ve fotoğraf paylaşma olanağı vermektedir (Vardarlıer, 2016: 34).

G+ ayrıca Hangout ve toplu siteler gibi kullanmak için birçok özelliğe sahiptir. Topluluk siteleri kullanıcıya toplulukta belirli konuları tartışabileceği alanlara kendini katmasını sağlamaktadır. Bir kez eklendiğinde kullanıcı güncellemeleri almakta ve topluluk sitesine katkıda bulunabilmektedir. Hangouts özelliği yoğun bir şekilde kullanılmaktadır ve 10 kullanıcıya kadar video konferans görüşmesi yapması olanağı sunmaktadır. Circle'lar bağlantılardaki kategoriler gibidir. Böylelikle farklı gruplarla güncellemeleri seçici bir şekilde paylaşılabilir. Bu tür grup örnekleri aile, arkadaş, iş arkadaşlarını içerebilir. Circles fazla ya da aşırı olabilir. Belki bu sayede kendi gruplarının dışında başka gruplarla da güncellemeler alınabilir. Google'ın gerçek dünyada yaratmaya önem vermektedir. Huddle grup mesajları, android ve kısa mesaj için bir seçenektir (Vardarlıer, 2016: 35).

Sabit yükleme, bir cep telefonuyla çekilen fotoğrafların ve videoların özel bir fotoğraf albümüne otomatik olarak gönderilmesi için bir seçenektir. Kullanıcılar daha sonra bunları paylaşıp paylaşmayacağına ve hangi çevrelerin paylaşılacağına karar verebilir (http://whatis.techtarget.com).

2327 Facebook

Facebook, ilgilendiğimiz insanları, reklamları ve organizasyonları bir araya getirip bizi bağlayan bir sosyal birliktir. 2004 yılında kurulmuştur ve tüm yaşta insanların arkadaşlarıyla iletişim kurmak, bağlantı halinde kalmak için ve çalışıp okuyanlar için en çok ziyaret edilen platform olmuştur (Güleç, 2016: 37).

Kişiler Facebook'ta hesap oluşturabilirler. İsim, doğum tarihi, cinsiyet ve e posta adresi gibi bazı kişisel bilgileri verdikten sonra, kullanıcı adı ve şifre ile hesap

açılmaktadır. Facebook, kullanıcılar için yüksek nitelikler sunmaktadır. Ekranda birçok özellik belirlemektedir ve hatırlamak çok daha kolay olmaktadır. Aradığımız veriye kolay bir şekilde erişilmektedir. Önemli iki sayfa vardır. Bunlar: Ana sayfa ve profildir. Profil sayfası duvar olarak da adlandırılabilir ve kullanıcılar burada paylaşım yapmaktadırlar. Küçük bir profil fotoğrafı, temel bazı bilgiler ve beğeni butonu bulunmaktadır. Bu bölgede durumları güncellemek için bir buton vardır. Kullanıcılar durumlarında ne isterse onu paylaşabilmektedir ya da yazabilmektedir. Arkadaşlarda bunlara yorum yazabilmekte ya da beğenilerini bırakabilmektedirler. Ana sayfa da ayrıca haber gönderileri olmaktadır ve kullanıcılar güncellemeler ile bilgilenmektedir ya da arkadaşlarından diğer gönderileri almaktadır. Bu kronolojik olarak ana sayfada sıralanmaktadır (Güleç, 2016: 45-46).

Profil oluşturulduğu zaman kullanıcı arkadaşlarını aramaktadır ve istek göndermektedir. Onaylandığı zaman Facebook, bu iki kullanıcının profillerini görmelerine, birbirlerinin gönderileriyle ilgilenme olanağı vermektedir. Facebook aktif bir uygulama iken aynı zamanda üretmekte ve tüketmektedir (Güleç, 2016: 46).

2327.1 Facebook Sitelerinin Tarihi ve İlerleme Süreci

4 Ocak 2004'te Facebook, ilk başta sosyal ağ sitesi olarak Harvard Üniversitesi öğrencileri için kurulmuştur. Fakat yıl içinde popülerliği diğer üniversitelerde de artmıştır.

Facebook yaratıcısı bu özelliği sağlamıştır, ama yine de onlar sitenin özel olmasını, ağ özelliğini kullanarak korumuştur. Bu özellik, öğrencinin üniversitesinin sitede üyeliği varsa katılabileceği bir özelliktir. Ayrıca okullarından resmi bir e posta adresi almaları gerekmektedir. Eğer bir e posta adresi sağlanamıyorsa yönetici, üyeliklerini onaylamak zorundadır (Toprak vd, 2009: 37).

Facebook'un kurulumundan önce diğer birçok sosyal ağ siteleri (Myspace ve Friendstar gibi) internet kullanıcıları arasında popülerdi. Ama hiç kimse Facebook gibi aynı şekilde üyeliklerini ön hazırlığa dayandırmıyorlardı. Bu Facebook'a farklı bir nokta sağlar (Boyd) ve sitenin üyeliğinde hızlı bir artış sağlamaktadır. Var olan kapalı ağlarla FB kullanıcıları canlı sosyal sitelerin bir parçası olmuştur. Bu kapalı ağlarda kullanıcılar diğer kullanıcılar ile bağlantı kurabilmekte, içerikler

paylaşabilmekte ve birbirleriyle oldukları için rahat hissedebilmektedirler (Toprak vd, 2009: 37).

Facebook'un popülerliği giderek arttığı için süregelen değişimler, insanların daha çok katılım yapması için ağın yapısında meydana gelmiştir. Kasım 2005'te Güney Amerika dışındaki öğrencilere giriş hakkı verilmiştir. Büyük şirketlerde çalışanlar ancak Mayıs 2006'da giriyorken (Facebook 2014), 26 Eylül 2006 tarihinden yani kurulumundan tam 2,5 sene sonra Facebook üyeliği 13 yaş civarı herkese açılmıştır. Bu vakitte üyeliğin akışının durmasına rağmen ağ yapısı korunmuştur ve kullanıcılara kapalı ağa katılmaları önerilmiştir. Kuruluş gibi ya da açık ağa (şehir, bölge, ülke) 2009'da büyük geniş ağlarda gizlilikle paylaşım yapma özelliği yitirilmiştir. Bu noktada kullanıcıların kontrolüne bırakılmıştır (Toprak vd,2009: 38).

2572 Facebook'un Avantajları ve Dezavantajları

2572.1 Facebook'un Avantajları

Facebook ücretsizdir: Facebook kullanıcılarına ücretsiz servis sağlar. Buda Facebook'un en büyük avantajıdır. Çünkü ücretsiz olan herhangi bir şey, daha güçlü olmaktadır. Bunun dışında Facebook tasarımı iyi olan bir sitedir ve kullanıcıları uzun süre bağlama kapasitesi vardır. Son günlerde ücretli bazı servisler facebook tarafından başlatılmıştır, lakin bu ücretli servisler kullanıcılar için zorunlu değildir ve seçme özgürlüğü sunmaktadır.

Facebook ağ anlamında yardımcı olmaktadır: Facebook eski arkadaşları, iş arkadaşları, akrabaları bulmada yardımcı konumundadır. Ayrıca kullanıcılara dünyanın farklı yerlerinden arkadaş edinme imkânı vermektedir. İnsanlar mesajlaşma ve grup aracılığıyla farklı insanlarla ilişkilerini geliştirmede bunları araç olarak kullanabilmektedirler. Bu yüzden Facebook kullanıcıları Facebook'un sağladığı çeşitli avantajlardan yararlanmaktadırlar. Sadece video paylaşmakla kalmamaktadır, blog kurulmakta, makale yazılmakta ve bunlar paylaşılmaktadır (Ayarekar, 2015: 115).

Facebook iş hayatını kolaylaştırmaktadır: Facebook dünyanın her bir tarafından milyonlarca kullanıcıya sahiptir, bu yüzden iş insanları için ürünlerini pazarlama alanında en iyi servistir. Reklam verecek olan insanlar reklamlarını bu tür sosyal alanda değerlendirebilmektedirler. İş verenler ürünlerini ya da servislerini hedefledikleri kitleye Facebook üzerinden pazarlama yapmaktadır (Ayarekar, 2015: 115).

Facebook videolu sohbet sağlamaktadır: Facebook'un videolu sohbeti kullanıcılara arkadaşları ve akrabaları ile görüşme olanağı sağlamaktadır. Skype üzerinden Facebook hesabı ile görüntülü sohbet gerçekleştirilebilmektedir (Ayarekar, 2015: 116).

Facebook video sohbeti: Facebook kullanıcıları videolarını ya da fotoğraflarını albüm haline getirebilmektedir ve tanıdıklarıyla kamu alanında paylaşabilmektedir. Ya da Facebook'un gizlilik ilkesiyle gizli tutabilmektedir (Ayarekar, 2015: 116).

Facebook güvenliği: Facebook oldukça yüksek standartlı gizlilik politikasına sahiptir ve kullanıcı hesaplarına güvenliği sağlamaktadır. Gizlilik ayarlarını çok basit bir şekilde tutmaktadır. Böylelikle kullanıcılar kolayca hesaplarını koruyabilmektedirler. Kullanıcılar gönderileri spamlayabilmekte ya da Facebook'a rapor edebilmektedirler.

Facebook ücretsiz oyun ve uygulama sağlamaktadır: Facebook tarafından kullanıcılara sağlanan ücretsiz uygulama servisleri kullanıcıların arkadaşları ile birlikte kullanabildiği şeyler olmaktadır. Facebook ayrıca milyonlarca Facebook uygulamalarının kullanabildiği ücretsiz servis sağlamaktadır.

Haberler için Facebook: Facebook ayrıca birçok kullanıcı tarafından haberleri öğrenmede ve bilgi kaynağı olarak almada kullanılmaktadır (Ayarekar, 2015: 116).

25.7.22 Facebook'un Dezavantajları

Facebook faydalarla dolu olsa bile bazı dezavantajları vardır. Fakat avantajları daha fazladır; Sahte Profiller: Sahte profiller Facebook'un en büyük dezavantajlarından birisidir. Birçok insan sahte profille insanların sevmediği olaylar yaratabilmektedir (Ayarekar, 2015: 116).

Facebook Bağımlılığı: Facebook yüzlerce uygulama ve servislerle çok iyi tasarlanmış bir sitedir. Kullanıcının değerli zamanlarını tüketme gücüne sahiptir. Eğer Facebook ihtiyaç içinde kullanılırsa çok iyi olmaktadır. Fakat bunun dışında değerli zamanların çoğu elden gitmektedir (Ayarekar, 2015: 117).

Gizlilik Durumları: Çoğu zaman bilgi eksikliğinden ötürü, birçok insan Facebook tarafından sunulan gizlilik özelliklerini kullanamamaktadır. Bu direkt olarak herhangi bir kişi tarafından aşılacak kişisel bilgilerini etkilemektedir ve ciddi problemler yaratabilmektedir (Ayarekar, 2015: 117).

Sosyal medya siteleri son birkaç yılda hızlı değişimlere uğramıştır ve kullanmak kaçınılmaz hale gelmiştir. Günlük hayatının işlevi ve hizmetleri çeşitli yenilikler için sunulmaktadır, kullanımı kolaylaştırmak, her yaş grubundaki, kültürel seviyedeki ve sosyal statüdeki farklı kullanıcı kitlelerine yayılmasını on plana çıkarmayı amaçlamaktadır. Ayrıca internet, tüm dünyayı çok uluslu bir köye dönüştürmede teknolojik karakteristiğe ve iletişim hizmetlerine katkıda bulunmuştur (Marshall McLuhan'ın ifadesi), sosyal medya kullanıcılarının haberleri, bilgileri, sohbetleri ve tartışmaları paylaşan bir masada oturduğu tek bir odaya dönüşmesinde katkıda bulunmuştur.

Sanal dünyada, kullanıcı kendini bütün sanal dünyaya mutlak özgürlükte açıklamaktadır. Kullanıcı varlığını vurgulamayı, fikrini ifade etmeyi, haber, eğlence, zaman harcamayı ve bilgi edinmeyi amaçlamaktadır. Sosyal ağ siteleri tarafından sağlanan çoklu hizmetler ve sanal toplum kavramının güçlü bir düzenlemesi göz önüne alındığında, bireyler bu sanal topluma yüksek oranda entegre olmalarına ve böylece maddi toplumdan çekilmelerine neden olan farklı rolleri kullanmışlardır. Sosyal ağlar sanal toplulukların şekillenmesinde ve dolayısıyla gerçek ilişkilerden farklı olan sanal sosyal ilişkilerin ortaya çıkmasında büyük rol oynamıştır. Bu, iletişimin doğası ve türü ile bu ilişkilerin ortaya çıktığı çevre ve varlığıyla etkileşime giren toplum anlamına gelmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA VE BULGULAR

3.1 ÇALIŞMA GRUBU

Çalışmamızda Kocaeli üniversitesindeki Facebook kullanan öğrenciler örneklem olarak seçilmiştir.

3.1 VERİLERİN ANALIZI

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasının sonucunda elde edilen veriler istatistiki yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. SPSS 19.0 paket programı kullanılarak analizi yapılan verilerin öncelikle ifadelerin her biri için tanımlayıcı istatistiki analizler yapılmış daha sonra ise güvenilirlik analiz yapılmıştır.

3.2.1 Cinsiyet

Cevap Sınıfı	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Erkek	247	66,58
Kadın	124	33,42
Toplam	371	100

Tablo 05: Anketi cevaplayanların Cinsiyet Dağılımı.

Tablo 5'in incelenmesinden anlaşılacağı gibi, araştırmaya katılan 371 öğrenciden 124'sı (%33,42)'u kız, 247 (%66,58)'i erkektir ve Bunun nedeni toplumun doğası ve kültürüdür.

3.2.2 Yaş

Cevap Sınıfı	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
18-22	316	85,18
23-33	55	14,82
Toplam	371	100

Tablo 6: Anketi Cevaplayanların Yaş Dağılımı.

Tablo 6: Yaş, bireyin yaşamındaki farklı koşullarla başa çıkmasına yardımcı olacak bir dizi deneyim edinmesinde büyük öneme sahiptir. Yaş, bireylerin deneyimlerini ve bilgilerini gösterir aynı zamanda bireyin düşüncelerinde esnekliğini veya sertliğini de göstermektedir.

Sosyal ağlardan Facebook kullanım yaşlarının analizler incelendiğinde 18-22 ortalama %85,18 23-33 yaş aralığının ortalaması da 14,82'ye tekabül etmektedir. Bu farkın bu kadar fazla olmasının çoğunluklu sebebi anketi yaptığım kitlenin yaş standartının 18-22 yaş aralığında olduğundan kaynaklandığı söylenebilmektedir. Ayrıca yeni bir ortama giren 18 yaş öğrencileri bu tür sosyal paylaşım sitelerinde daha aktif rol almaktadır. Bu da dolayısıyla anket analiz sonucuna yansımıştır.

3.2.2 Okuduğunuz lisans bölümü?

Bölümler	Cevaplayan Sayısı	Bölümler	Cevaplayan Sayısı
Besyo	4	Jeoloji	1
Bilgisayar Müh.	20	Makina Müh.	18
Bilişim Sistemleri Müh.	3	Maliye	1
Çeko	13	Matematik	7
Çevre Müh.	2	Mekatronik Müh.	6
Elektrik Elektronik Müh.	30	Metaroloji Müh.	10
Endüstri Müh.	7	Otomotiv	4
Fen Bilg. Öğretm	2	PDR	4
Fizik	2	Psikoloji	4
Gazetecilik	14	Radyo Televizyon Sinema	10
Halkla İlişkiler	12	Reklamcılık	1
Hemşirelik	5	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	18
Hukuk	25	Sosyal Hizmetler	2
İktisat	14	Tarih	8
İlahiyat	12		
İng. Dili ve Edebiyatı	5	Tıp	30
İnşaat Müh.	26	Türkçe Öğrt.	20
İşletme	12	Uluslararası İlişkiler	16
Kimya	3		
	Total	371	

Tablo 7: Anketi Cevaplayanların Bölüm Dağılımı.

3.2.3 Eğitim seviyesi

Eğitim Seviyesi	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdellik
Lisans	347	93,53
Yüksek Lisans	20	5,39
Doktora	4	1,08
Toplam	371	100

Tablo 8: Anketi Cevaplayanların Eğitim Seviyesi Dağılımı.

Tablo 8: Facebook analizleri yansıtmasını incelediğim zaman araştırma anketine katılan kitlenin en çok kullanım sağlayan grubu lisans grubu olmuştur. Lisans %93,53, yüksek lisans %5,39, doktora %1,08 oranlarla sıradaki gibi bir dağılıma sahiptir. Lisans kullanıcılarının bu kadar açık ara ortalamaya sahip olmasının en büyük sebebi araştırma gerçekleştirdiğim Kocaeli Üniversitesi'nde yüksek lisans ve doktora eğitimi alan katılımcıların sayısının az olmasından kaynaklanmaktadır.

3.2.2 Medeni durum

Medeni Durum	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdellik
Bekâr	371	100
Evli	0	0
Toplam	371	100

Tablo 9: Anketi cevaplayanların medeni durum dağılımı.

Tablo 9: İkinci ve dördüncü sorudan “yaş ve eğitim seviyesi” elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların büyük bir kısmının daha genç ve lisans seviyesinde olduğunu göstermektedir. Bu yüzden ankette katılımcıların 100% bekârdır.

3.2.2 Facebook kullanıyor musunuz?

Facebook Kullananlar	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdellik
Evet	371	100
Hayır	0	0
Toplam	371	100

Tablo 10: Anketi cevaplayanların facebook kullanıyor musunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 10: Facebook'un sosyal ilişkiler üzerindeki etkisi ile ilgili araştırmamızın konusu, Anket katılımcılarının hepsi Facebook kullanmaktadır.

3.2.3 Ne zamandan beri "facebook" kullanıyorsunuz?

Facebook Kullanım (Yıl)	Cevaplayan Sayısı	% Yüzelik
3 Yıdan Az	75	20,22
4 ile 6 Yıl Arası	116	31,27
6 Yıdan Fazla	180	48,52
Toplam	371	100

Tablo 11: Ne zamandan beri "facebook" kullanıyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 11: Anket katılımcılarına yöneltilen "Ne zamandan beri Facebook kullanıyorsunuz?" sorusuna; Facebook kullanımı 3 yıldan az olanlar %20,22, Facebook kullanımı 4-6 yıl arası %31,27, Facebook kullanımı 6 yıldan fazla olanların da %48,52 oranı olduğu görülmektedir. Yıllara bakıldığı zaman Facebook uygulamasının en popüler olduğu zaman aralığına denk gelen dönemin kullanıcılarının fazla olduğunu gözlemlenmektedir. Bundan 6 yıl öncesinde facebook uygulamasının karşısında facebook kadar popüler olan alternatif başka bir sosyal paylaşım sitesi bulunmamaktadır. Olanlarda kitleye hitap etmemektedir. Dolayısıyla kuruluş zamanının yanı sıra android telefonlarında revançta olduğu 6 yıl ve öncesindeki oranda bulunan 4-6 yıl aralığında facebook kullanımının arttığını beyan etmek mümkündür.

3.2.3.1 Ne zamandan beri "facebook" kullanıyorsunuz yaşa ve cinsiyete göre.

Yaş Aralığı	Ne Zamandan Beri "Facebook" Kullanıyorsunuz?
18-22	316
Erkek	210
3 yıldan az	35
4 ile 6 yıl arası	65
6 yıldan fazla	110
Kadın	106
3 yıldan az	33
4 ile 6 yıl arası	35
6 yıldan fazla	38
23-33	55
Erkek	37
3 yıldan az	4
4 ile 6 yıl arası	10
6 yıldan fazla	23
Kadın	18
3 yıldan az	3
4 ile 6 yıl arası	6
6 yıldan fazla	9
Genel Toplam	371

Tablo 12: Ne zamandan beri "Facebook" kullanıyorsunuz yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 12: 18-22 ve 23-33 yaş aralığındaki Erkeklerin, aynı yaş aralığında ki Kadınlara oranla yaklaşık 2 kat daha fazla kullanım gösterdiği görülmüştür. 18-22 yaş aralığındaki Kadınların yıllara göre katılım oranında bir değişim olmazken, Erkeklerin 6 yıldan fazla olan kullanıcı sayısının son yıllara oranla daha fazla olduğu görülmektedir.

3.2.4 Günde kaç saat “facebook” kullanıyorsunuz?

Günlük Facebook Kullanımı (Saat)	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
1 Saatten Az	268	72,24
1- 2 Saat Arası	86	23,18
2- 3 Arası	17	4,58
Toplam	371	100

Tablo 13: Günde kaç saat “Facebook” kullanıyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 13: Gösterdiği Gibi Öğrencilerin %72,24’ü Bir Saatten Az Facebook’ta harcıyor ve %23,18’i 1-2 Saat Facebook’ta harcıyor ve %4,58’i 2-3 Saat Arası Facebook’ta harcadığı görülmüştür.

3.2.4.1 Günde kaç saat “facebook” kullanıyorsunuz? (Yaşa ve cinsiyete göre)

Günde Kaç Saat “Facebook” Kullanıyorsunuz?	Erkek	Kadın	Genel Toplam
Yaş Aralığı			
1 ile 2 saat arası	53	33	86
18-22	44	30	74
23-33	9	3	12
1 saatten az	182	86	268
18-22	158	74	232
23-33	24	12	36
2 saatten 3 saate	12	5	17
18-22	8	2	10
23-33	4	3	7
Genel Toplam	247	124	371

Tablo 14: Günde kaç saat “facebook” kullanıyorsunuz, yaşa ve cinsiyete göre, sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 14: Günde kaç saate facebook kullanıyorsunuz sorusuna kadın ve erkeklerden alınan cevaplar 18-22 23-33 yaş aralığı verileri ile tabloda yer almaktadır. 1-2 saat aralığında facebook kullanımında bulunan kadınların oranı

erkeklerle oranla daha azdır. Tabloda değerleri verilen diğer (1 saatten az, 2-3 saat) verilerde de durum değişmemektedir.

3.2.5 Gün içinde kaç kere facebook'u kontrol edersiniz?

	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
1 kez	167	45,02
2 ya da 3 kez	124	33,42
3 kez ve daha fazla	80	21,56
Toplam	371	100

Tablo 15: Gün içinde kaç kere Facebook'u kontrol edersiniz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 15: Gün içerisinde 1 kez Facebook'a giriş yapanların %45,02, 2 ya da 3 kez 33,42, 3 kereden fazla giriş yapanların %21,56 oranında olduğu görülmüştür. Gün içerisinde 1 kez giriş yapanların 2 ya da 3 kez ve 3 kezden fazla giriş yapanlara oranla yaklaşık 2 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Tabloya göre gün içerisinde Facebook'a 1 kez giriş yapanların çoğunluğu oluşturduğu söylenebilmektedir.

3.2.5.1 Gün içinde kaç kere facebook'u kontrol edersiniz? (Yaşa ve cinsiyete göre)

Gün İçinde kaç kere Facebook'u Kontrol Edersiniz?	Sütun Etiketleri		
Yaş Aralığı	Erkek	Kadın	Genel Toplam
18-22	210	106	316
1 kez	99	49	148
2 yâda 3 kez	63	43	106
3 kez ve daha fazla	48	14	62
23-33	37	18	55
1 kez	12	7	19
2 yâda 3 kez	12	6	18
3 kez ve daha fazla	13	5	18
Genel Toplam	247	124	371

Tablo 16: Gün içinde kaç kere Facebook'u kontrol edersiniz yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 16: Tabloda "gün içinde kaç kere Facebook'u kontrol edersiniz?" sorusu için yaş aralıkları belirlenmiştir. Bu yaş aralıkları 18-22 ve 23-33 'dır. 18-22 yaş aralığına baktığımızda 210 erkek ve 106 kadından oluşan ankete göre hem erkekler hem de kadınlar mutlaka günde 1 kere Facebook 'a giriş yapmış ve bu oran en yüksek kişi sayısına karşılık gelmektedir. Yine bu yaş aralığında 3 kez ve daha fazla Facebook 'a kontrol amaçlı girenlerin sayısı hem erkekler hem de kadınlar da en az oranı ifade etmektedir. 23-33 yaş aralığına baktığımızda günde 1 kez Facebook'a kontrol amaçlı girenlerin ve günde 2 ya da 3 kez sadece erkeklerde girenlerin sayısı

aynıdır. Aynı şekilde erkeklerde 3 kez ve daha fazla bu yaş aralığında daha çok giriş yapılmaktadır. 23-33 yaş aralığında kadınlar da ise en fazla günde 1 kez giriş yapıldığı görülmektedir. En az ise 3 kez veya daha fazladır. Böylelikle erkekler her iki yaş aralığında da kadınlara göre daha çok Facebook ‘a kontrol amaçlı giriş yapabilmektedir. Bu oranların çıkmasında erkeklerin ve kadınların toplam kişi sayısında etkisi olmuş olabilmektedir.

3.2.6 “Facebook” kontrolü için hangi zaman dilimini tercih ediyorsunuz?

	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Akşam	178	47,98
Gece	138	37,02
Sabah	55	14,82
Toplam	371	100

Tablo 17: “Facebook” kontrolü için hangi zaman dilimini tercih ediyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 17: Şemadan da görüldüğü üzere akşam facebook kullananlar diğer gün dönemlerine göre daha fazladır. Akşam facebook kullananların oranı 47,98 olurken gece saatlerinde 37,02 oranında sabah saatlerinde 14,82 oranlarındadır. Yani; Akşam facebook kullananlar sabah facebook kullananların neredeyse 3 katına yakındır. Bunun yoğunluklu sebebi yaptığım araştırmalara göre okuldan gelen bireylerin kendilerine bir deşarj alanı olarak gördükleri facebook ve benzeri uygulamalar ile vakit geçirmeleridir.

3.2.6.1 “Facebook” kontrolü için hangi zaman dilimini tercih ediyorsunuz? yaşa ve cinsiyete göre.

Yaş Aralığı	Sütun Etiketleri		Genel Toplam
	18-22	23-33	
Erkek	210	37	247
Akşam	107	17	124
Gece	72	18	90
Sabah	31	2	33
Kadın	106	18	124
Akşam	48	6	54
Gece	36	12	48
Sabah	22		22
Genel Toplam	316	55	371

Tablo 18: “Facebook” kontrolü için hangi zaman dilimini tercih ediyorsunuz? yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 18: Tablo, “Facebook Kontrolü İçin Hangi Zaman Dilimini Tercih Ediyorsunuz?” sorusunu yaşa ve cinsiyete göre karşılaştırdığımızda yaş aralığı 18-22 olan erkekler en çok akşam vakitlerinde, en az ise sabah vakitlerinde Facebook’a girmiştir. Yine erkeklerde 23-33 yaş aralığında en fazla Facebook'a giriş gece, en az ise önceki yaş grubundan da olduğu gibi sabah vaktidir. Sonuç olarak Facebook en fazla akşam en az sabah kontrol edilmiştir. Bu oranın böyle çıkması erkeklerde yaş aralıklarını seçerken oransız kişi sayı olarak seçilmesinden olabilmektedir. Kadınlar da ise 18-22 yaş aralığında 106 kadından en fazla akşam, en az ise sabah Facebook’u kontrol için girilmiştir. 23-33 yaş aralığında ise kadınlar da en fazla gece, en az ise sabah ve hatta 18 kadından hiçbiri sabah kontrol amaçlı giriş yapmamıştır. Bu oranlara bakıldığında 18-22 yaş aralığında hem erkekler hem de kadınlar en fazla Facebook’a giriş yapmıştır. Dolayısıyla en az ise 23-33 yaş arasında olduğunu görmekteyiz. Yine bunun sebebi anket için seçilen kişi sayısından dolayı olabilmektedir.

3.2.7 "Facebook'da" en çok hangi özelliği kullanıyorsunuz?

	Fotoğraf Paylaşımı		Bağlantı Paylaşımı		Video Paylaşımı		Oyunlar		Sohbet		Uygulama	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç	103	27,76	128	34,5	162	43,67	170	45,82	68	18,33	136	36,66
Nadiren	159	42,86	140	17,74	119	32,08	98	26,42	124	33,42	97	26,15
Sık	43	11,59	42	11,32	53	14,29	48	12,94	99	26,68	73	19,68
Çok Sık	26	7,01	32	8,63	22	5,93	39	10,51	44	11,86	47	12,67
Hep	40	10,78	29	7,82	15	4,04	16	4,31	36	9,7	18	4,85
Toplam	371	100	371	100	371	100	371	100	371	100	371	100

Tablo 19: "Facebook'da" en çok hangi özelliği kullanıyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 19: Anket katılımcılarına yönetilen “Facebook’da” En Çok Hangi Özelliği Kullanıyorsunuz? sorusuna; Fotoğraf paylaşımı Hiç olanların oranı %27,76 iken; Bağlantı paylaşımı olanların oranı 34,5; Video paylaşımı olanların oranı 43,67; Oyunlar’ın oranı 45,82 iken; Sohbet olanların oranı 18,33; Uygulama olanların oranı 36,66 ‘dır. Facebook’ta Oyunlar kategorisi diğer kategorilere göre hiç kullanılmıyor, yani en az bu kategoridir. Facebook’ta fotoğraf paylaşımı ise ‘HIÇ’ olarak en. Facebook’ta NADİREN Fotoğraf Paylaşım oranı %42,86 iken; Bağlantı Paylaşımı oranı %17,74; Video Paylaşımı oranı ise, %32,08; Oyunlar oranı ise %26,42; Sohbet kategorisinin oranı %33,42; Uygulama oranı ise, %26,15’tir. Facebook ’da SIK

Fotoğraf Paylaşım oranı %11,59 iken; Bağlantı Paylaşımı oranı %11,32; Video Paylaşımı oranı ise, %14,29; Oyunlar oranı ise %12,94; Sohbet kategorisinin oranı %26,68; Uygulama oranı ise, %19,68'tir. Facebook 'da ÇOK SIK Fotoğraf Paylaşım oranı %7,01 iken; Bağlantı Paylaşımı oranı %8,63; Video Paylaşımı oranı ise, %5,93; Oyunlar oranı ise %10,51; Sohbet kategorisinin oranı %11,86; Uygulama oranı ise, %12,67'tir. Facebook 'da HEP Fotoğraf Paylaşım oranı %10,78 iken; Bağlantı Paylaşımı oranı %7,82; Video Paylaşımı oranı ise, %4,04; Oyunlar oranı ise %4,31; Sohbet kategorisinin oranı %9,7; Uygulama oranı ise, %4,85'tir.

3.2.8 “Facebook’da” sıklıkla neler yapmayı tercih ediyorsunuz?

	Sadece arkadaşlarımın paylaşımlarını okurum		Özel olarak paylaşım yaparım		Arkadaşlarım la sohbet ederim		Arkadaşlarımın gönderilerine yorum yaparım		Kullanılabilir uygulamalar denerim		Arkadaşlarım la oyun oynarım	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç	28	7,55	110	29,65	64	17,25	95	25,61	141	38,01	167	45,01
Nadiren	84	22,64	144	38,81	115	31	134	36,12	96	25,88	96	25,88
Sık	107	28,84	52	14,02	98	36,42	61	16,44	64	17,25	61	16,44
Çok Sık	64	17,25	34	9,61	57	15,36	53	14,29	45	12,13	28	7,55
Hep	88	23,72	31	8,36	37	9,97	28	7,55	25	6,74	19	5,12
Toplam	371	100	371	100	371	100	371	100	371	100	371	100

Tablo 20: “Facebook’da” sıklıkla neler yapmayı tercih ediyorsunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 20: Facebook' da sıklıkla neler yapmayı tercih ediyorsunuz sorusuna, sadece arkadaşlarımın paylaşımlarını okurum diyenler, 28,84 oranla en çok “sık” ifadesini seçmişlerdir. Bu soruya özel olarak paylaşım yaparım diyenlerden 38,81 oranla “nadiren” i seçenler diğer ifadelerden oran olarak daha fazladır. Facebook'ta arkadaşlarımla sohbet ederek zamanımı sıklıkla geçiriyorum diyenler, 36,42 oranla en çok “sık” ifadesini seçmişlerdir. Arkadaşlarının gönderilerine yorum yaparak Facebook'u sıklıkla bu yüzden tercih ediyorum diyenler, 36,12 oranla en çok ' nadiren' i işaretleyerek Facebook'u bu sebepten dolayı sıklıkla değil nadiren kullandıklarını ifade etmişlerdir. Diğer bir cümleye bakacak olursak Facebook kullananlar, Facebook'u kullanılabilir uygulamalar denemek için pek tercih etmedikleri görülmektedir. Yukarıda verilen oranda en çok bu seçeneğe 38,01 oranla “hiç” denmesi sonucu bu sonuca ulaşılmaktadır. Ama diğer seçenekleri işaretleyenler de göz ardı edilmediği için herkes için böyledir denilememektedir. Son olarak Facebook'ta sıklıkla neler yapıyorsunuz sorusuna en yüksek oranda cevap

verilmiştir. Facebook sıklıkla arkadaşlarla oyun oynamak için tercih edilmemektedir. 11 oranla “hiç” ifadesini seçmiş olmalarından dolayı bu sonuca varılmaktadır. Facebook'ta sıklıkla neler yapmayı tercih ediyorsunuz sorusundan yola çıkarak kullanıcıların en fazla oranla Facebook'u arkadaşları ile sohbet etmek için kullandıkları görülmektedir.

“Facebook” kullanmak için sizi motive eden şey nedir?

Bilgili ve Eğlenceli Olduğu için	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdellik
Hep	82	22,1
Çok Sık	97	26,1
Sık	93	25,1
Nadiren	47	12,7
Hiç	52	14,0
Toplam	371	100,0

Tablo 21: Bilgili ve eğlenceli olduğu için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 21: Anketteki, “Facebook kullanmak için sizi motive eden şey nedir?” sorusuna bilgili ve eğlenceli olduğu için diye cevap verenler, 26,1 oranla “çok sık” olduğunu belirtmişlerdir. Bu oran diğer seçeneklerden daha çoktur. Buradan da anlaşılacağı üzere Facebook, bilgili ve eğlenceli olduğu için Facebook kullanıcıları tarafından motive eden bir unsur olarak görülmüştür.

Eğitimsel Olduğu için	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdellik
Hep	106	28,6
Çok Sık	115	31,0
Sık	73	19,7
Nadiren	46	12,4
Hiç	31	8,4
Toplam	371	100,0

Tablo 22: Eğitimsel olduğu için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 22: Facebook kullanmak için sizi motive eden şey nedir?” sorusuna verilen bir diğer cevap ise eğitimsel olduğu yönündedir. Ankete katılanların çoğu yine 31,0 oranla “çok sık” ifadesini işaretlemişlerdir. Facebook'un kullananlar tarafından, eğitimsel olduğuna dair bir sonuç ortaya çıktığını ankete verilen cevaplardan görülmektedir.

Daha Fazla Bilgi Alındığı İçin	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Hep	88	23,7
Çok Sık	95	25,6
Sık	103	27,8
Nadiren	61	16,4
Hiç	24	6,5
Toplam	371	100,0

Tablo 23: daha fazla bilgi alındığı için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 23: Bu ankette de Facebook daha fazla bilgi alındığı için insanları motive eder yargısı mevcuttur. Bu yargıya katılanlar en fazla oranla (27,8) “sık” olduğunu ifade etmişlerdir. Burada Facebook'un bilgiden ziyade içinde eğlenceyi buldurması, bu özelliği ile de insanları daha çok motive ettiği anlaşılmaktadır.

Arkadaş ve Aile İletişiminde Kolaylık Sağladığı İçin	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Hep	83	22,4
Çok Sık	95	25,6
Sık	95	25,6
Nadiren	60	16,2
Hiç	38	10,2
Toplam	371	100,0

Tablo 24: Arkadaş ve aile iletişimde kolaylık sağladığı için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 24: Facebook'u kullanan bireyleri motive eden nedenlerden biri de arkadaş ve aile iletişimde sağladığı kolaylıktır. Bu yargıya katılanların çoğu 25,6 oranla hem çok sık hem sık olduğunu ifade etmişlerdir. Bu ankete verilen cevaplarda Facebook' un insanlar arasında sağladığı iletişimin insanları motive ettiğini ve bunun sonucunda Facebook' u daha yoğun kullandıkları görülmektedir.

Yeni İnsanlarla Tanışma Olanığı Sağladığı İçin	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Hep	116	31,3
Çok Sık	112	30,2
Sık	75	20,2
Nadiren	43	11,6
Hiç	25	6,7
Toplam	371	100,0

Tablo 25: Yeni insanlarla tanışma olanağı sağladığı için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 25: Ankete katılanların, Facebook' u kullanmak için motive eden sebeplerden biri olan yeni insanlarla tanışma olanağını 31,3 oranla hep olarak işaretlediği görülmektedir. Bu oran anketteki diğer oranlardan daha yüksektir. Bu orana bakıldığında Facebook'u kullananların bir çelişki içinde olduğunu görülmektedir. Çünkü Facebook gibi birçok sosyal medya adresi kullananlar hem buradaki arkadaşlıkların gerçek hayattaki arkadaşlıklardan güvenilir olmadığını ifade etmekte hem de Facebook'daki yeni arkadaşlıkların motive edici bir unsur olduğunu dile getirmektedir.

Haberleri Okumak ve Güncel Olayları Takip Etmek İçin	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Hep	57	15,4
Çok Sık	73	19,7
Sık	110	29,6
Nadiren	67	18,1
Hiç	64	17,3
Toplam	371	100,0

Tablo 26: Haberleri okumak ve güncel olayları takip etmek için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 26: Motive edici olarak ortaya atılan diğer yargı ise dünyada gelişen haberleri okumak ve güncel olayları takip etmektir. Bu yargıya katılanlardan çoğu en fazla oranla (29,6) “sık” ifadesini işaretlemiştir. Dikkat çeken diğer bir unsur ise 1,4 oranla en az seçilen ifade, “hep “ifadesi olmuştur. Yani Facebook kullananlar her zaman haberleri okumak ve güncel olayları takip etmek için Facebook'u kullanmadıkları mı ifade etmişlerdir.

Duygusal ve Sosyal Boşluktan Kurtulmak İçin	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Hep	150	40,4
Çok Sık	92	24,8
Sık	68	18,3
Nadiren	39	10,5
Hiç	22	5,9
Toplam	371	100,0

Tablo 27: Duygusal ve sosyal boşluktan kurtulmak için sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 27: Son olarak ortaya atılan yargı ise Facebook'un duygusal ve sosyal boşluktan kurtulmak için kullanılması motive edici bir unsur olarak görülmüştür. Bu yargıya cevap verenlerin neredeyse yarısı “hep “ifadesini işaretleyerek kullanan kişilerin yalnızlık çektiğini göstermektedir. Facebook'ta kurulan iletişim ve

paylaşımlar sayesinde duygusal boşluktan ve sosyal boşluktan kurulduklarını ifade etmişlerdir. En az oran “hiç” ifadesinde görülmektedir.

3.2.10 “Facebook'a” giriş yaptığınız zaman, hesabınızı...

	Cevaplayan Sayısı	% Yüzelik
Gerçek Adımı Tercih Ederim	354	95,42
Takma Adımı Tercih Ederim	17	4,58
Toplam	371	100

Tablo 28: “Facebook'a” giriş yaptığınız zaman, hesabınızı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 28: Tabloda ve sütun şemasında görüldüğü üzere arada çok büyük oran farkı vardır. Gerçek adıyla hesap açanların oranı 95,42 iken takma ad kullanarak hesap açanların oranı 4,58'e tekabül etmektedir. Bu iki oran arasındaki farktan anlayacağımız üzere gerçek adıyla hesap açanlar ankete katılım sağlayanların %95'ini oluşturmaktadır.

3.2.10.1 Gerçek adımı kullanmayı tercih ederim

Gerçek Adımı Kullanmayı Tercih Ederim	Cevaplayan Sayısı	% Yüzelik
Diğerleriyle Etkili İletişim Kurabilmek İçin	131	35,2
Güvenli Takipçi Bulabilmek İçin	52	13,1
Kişisel Sorulardan Kaçmak İçin	11	4,0
Kolayca Bulabilmek İçin	157	42,3
Cevap Vermeyenler	20	5,4
Toplam	371	100

Tablo 29: Gerçek adımı kullanmayı tercih ederim sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 29: Ankete katılım sağlayanlardan gerçek adını kullananlara sorduğumuz diğer soru da gerçek ad kullanma sebepleridir. Oranları ve orana sabitlenen sütun şemasında soruların dönütleri bulunmaktadır. Bu dönütlere göre veriler analiz edilmektedir. Oranalara bakıldığında (42,3) kolayca bulunabilmek için adımı kullananlar en fazladır. (35,2) Etkili iletişim için kendi adını kullananlar ikinci olarak takip etmektedir. Sırasıyla (13,1) güvenli takipçi bulabilmek ve (4,0) kişisel sorulara cevap vermemek için kendi adını kullananlar takip etmektedir.

3.2.10.1.1 Gerçek adınız kullanıyorsanız, sebebi nedir? (Yaşa ve cinsiyete göre)

Gerçek Adınız Kullanıyorsanız, Sebebi Nedir	Sütun Etiketleri						
	Erkek		Toplam Erkek	Kadın		Toplam Kadın	Genel Toplam
Yaş Aralığı	18-22	23-33		18-22	23-33		
Cevap Vermeyenler	14	1	15	5		5	20
Diğerleriyle Etkili İletişim Kurabilmek İçin	75	12	87	41	3	44	131
Güvenli Takipçi Bulabilmek İçin	31	4	35	14	3	17	52
Kişisel Sorulardan Kaçmak İçin	3	3	6	5		5	11
Kolayca Bulabilmek İçin	87	17	104	41	12	53	157
Genel Toplam	210	37	247	106	18	124	371

Tablo 30: Gerçek adınız kullanıyorsanız, sebebi nedir yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 30: Tabloda, “Gerçek Adınız Kullanıyorsanız, Sebebi Nedir” sorusuna 18-22 yaş aralığında erkeklerde 210 kişiden en fazla kişi sayısı, yani 87 kişi kolayca bulabilmek için demiştir, en az ise 3 kişi, kişisel sorunlardan kaçmak için demiştir.23-33 yaş aralığında erkeklerde 37 kişiden 17 kişi kolayca bulabilmek için, en az ise 1 kişi cevap vermemiştir. Kadınlarda 18-22 yaş aralığında 106 kişiden 41 kişi her iki kategoriden, yani kolayca bulabilmek için ve diğerleriyle etkili iletişim kurabilmek için gerçek adını kullanmıştır. Toplam oranlara bakarsak hem kadınlarda hem erkeklerde gerçek adını kullananlar 157 kişi, bu kişiler en fazla oranla kolayca Facebook'ta bulunabilmek için ve en az oranla ise kişisel sorunlardan kaçmak amacıyla gerçek adını kullanmıştır. Seçilen yaş aralıkları kategorilerde kullanıma göre fark edilen büyük bir aralık gözlenmiştir.

3.2.10.2 Takma ad kullanmayı tercih ederim

Takma Ad Kullanmayı Tercih Ederim	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Esas Yapmak İstedğimden Farklı Bir Rol Yapmak İçin	4	1,1
Gerçek Kimliğimi Gizlemek İçin	6	1,6
Özgürce Dolaşmak İçin	13	3,5
Cevap Vermeyenler	348	93,8
Toplam	371	100,0

Tablo 31: Takma ad kullanmayı tercih ederim sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 31: Ankete katılım sağlayanlardan gerçek adını kullananlara sorduğumuz diğer soru da takma ad kullanma sebepleridir. Oranları ve orana sabitlenen sütun şemasında soruların dönütleri bulunmaktadır. Bu soruda dikkat çekmek istediğim en önemli durum soruyu yönelttiğim 371 kişiden 348'inin cevap vermemesidir. Özgürce dolaşmak için takma isim kullananlar %3,5 gerçek kimliğini gizlemek için takma ad kullananlar %1,6'yı rol yapmak amacı için takma isim kullananlarda ankete cevap verenlerin %1,1'ini yani bu soruya cevap verenlerin en az oranını oluşturmaktadır.

3.2.10.2.1 Takma adınız kullanıyorsanız, sebebi nedir? yaşa ve cinsiyete göre.

Takma Adınız Kullanıyorsanız, Sebebi Nedir?	Sütun Etiketleri						
	Erkek		Toplam Erkek	Kadın		Toplam Kadın	Genel Toplam
Yaş Aralığı	18-22	23-33		18-22	23-33		
Cevap Vermeyenler	196	36	232	98	18	116	348
Esas Yapmak İstedğimden Farklı Bir Rol Yapmak İçin	3		3	1		1	4
Gerçek Kimliğimi Gizlemek İçin	2	1	3	3		3	6
Özgürce Dolaşmak İçin	9		9	4		4	13
Genel Toplam	210	37	247	106	18	124	371

Tablo 32: Takma adınız kullanıyorsanız, sebebi nedir? yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 32: Tabloda, “Takma İsim Kullanıyorsanız Sebebi Nedir?” sorusuna yaş aralığı 18-22 olan erkek grubundan 196 kişi bu soruya cevap vermemiş. 3 kişi esas yapmak istediğimden farklı bir rol yapmak için, 2 kişi gerçek kimliğini gizlemek için, 9 kişi özgürce dolaşmak için yanıtını vermiştir. Yine erkeklerde 23-33 yaş aralığında cevap vermeyenler 37 kişi arasından 36 kişidir. 1 kişi gerçek kimliğini gizlemek için demiştir. Hiç kimse özgürce dolaşmak için seçeneğini seçmemiştir. Kadınlar da ise 18-22 yaş aralığında 106 kişiden 98'i bu soruya cevap vermemiş, esas yapmak istediğimden farklı bir rol yapmak için takma isim kullanan sayısı 1, gerçek kimliğini gizlemek için kullanan sayısı 3, özgürce dolaşmak için kullanan sayısı 4'tür. Yine kadınlarda 23-33 yaş arasında 18 kişiden 18'i cevap vermemiş, diğer seçenekler ise seçilmemiştir. Burada hem erkek hem de kadınlarda cevap vermeyenlerin oranı çok yüksek olmuştur. Bu oran en az esas yapmak istediğimden

farklı bir rol yapmak ifadesine aittir. Ayrıca ankette uygulanan erkek ve kadın arasındaki bariz sayısal farklılık göze çarpmaktadır.

3.2.11 Tanımadığınız kişilerden gelen istekleri onaylıyor musunuz?

	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Evet	106	28,6
Hayır	265	71,4
Toplam	371	100

Tablo 33: Tanımadığınız kişilerden gelen istekleri onaylıyor musunuz sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 33: Tabloda oranları verilen soru " tanımadığınız kişilerden gelen arkadaşlık isteklerini onaylıyor musunuz? " sorusudur. Yabancı arkadaşlık isteklerini onaylamayanlar soru yöneltilenlereimin %71,4'ünü oluşturmaktadır. Cevap verenlerin diğerleri yani %28,6'sı istekleri onaylıyor sonucuna çıkmaktadır.

3.2.11.1 Cevabınız evet ise sebebi...

	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Eğlenceli Vakit Geçirmek İçin	13	3,5
Karşı Cins ile İlişki Kurmak İçin	8	2,2
Yeni Bilgi Almak İçin	12	3,2
Yeni İnsanlarla Tanışmak İçin	75	20,2
Cevap Vermeyenler	263	70,9
Toplam	371	100,0

Tablo 34: Cevabınız evet ise sebebi sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 34: Diğer soruya cevap verenlere yönelttiğim diğer soru da verdikleri evet cevabına binaen onaylama sebepleriydi ve oranlardan da anlaşılacağı üzere yeni insanlarla iletişim kurmak için onaylayanlar (20,2) en fazla, arkasından ikinci olarak eğlenceli vakit geçirmek için (3,5) yeni bilgi almak için (3,2) ve en az oranda karşı cins ile ilişki kurmak için onay verenlerin (2,2) oranıdır.

3.2.11.1.1 Cevabınız evet ise sebebi, yaşa ve cinsiyete göre.

Cevabınız Evet İse Sebebi. Yaşa ve Cinsiyete Göre.	Sütun Etiketleri						
	Erkek		Toplam Erkek	Kadın		Toplam Kadın	Genel Toplam
Yaş Aralığı	18-22	23-33		18-22	23-33		
Cevap Vermeyenler	141	29	170	80	13	93	263
Eğlence Vakit Geçirmek İçin	7	2	9	3	1	4	13
Karşı Cins ile İlişki Kurmak İçin	6		6	2		2	8
Yeni Bilgi Almak İçin	9		9	2	1	3	12
Yeni İnsanlarla Tanışmak İçin	47	6	53	19	3	22	75
Genel Toplam	210	37	247	106	18	124	371

Tablo 35: Cevabınız evet ise sebebi yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 35: Tanımadığımız insanlardan gelen istekleri kabul ediyor musunuz diye sorduğumuzda ‘EVET’ cevabını verenler sebeplerini de belirtmiştir. Cinsiyete göre ayırdığımızda 18-22 yaş aralığında ki erkeklerin 141 tanesi ve 23-33 yaş aralığında olan erkeklerin 37 kişiden 29’ u cevap vermemiştir. Eğlence için vakit geçirenler 18-22 yaş aralığında 7 kişi,23-33 yaş aralığında olanlar ise 2 kişidir. Yine aynı yaş aralıklarında karşı cins ile ilişki kurmak için cevabını verenler 6 kişi,23-33 yaş aralığın da ise bu cevabı veren olmamıştır. Yeni bilgi almak için sırasıyla yaş gruplarında 9 ve hiç kimse cevabı verilmiştir. Yeni insanlarla tanışmak için ise 18-22 yaş aralığındaki 47 kişi,23-33 yaş aralığında olanlar ise 6 kişidir. Kadınlardan ise toplam yaş aralıklarında 93 kişi cevap vermemiştir. Eğlence için vakit geçirmek cevabını verenler 4 kişidir. Karşı cins ile ilişki kurmak için cevabını verenler 2 kişidir. Yeni bilgi almak için cevabını verenler 3 kişi, Yeni insanlarla tanışmak için cevabını verenler 22 kişidir. Ankete baktığımızda yaklaşık kadınlar erkeklerin yarısı kadar. Cevap vermeyenler 263 kişi bu rakam büyük bir rakam. En az ise karşı cins ile ilişki için cevabı olmuştur Yine çoğu insan yeni insanlarla tanışmak için tanımadığı kişileri eklemiştir ve bu rakam da yadsınamayacak kadardır.

3.2.11.2 Cevabınız hayır ise sebebi...

	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdellik
Diğer İnsanların Beni Tanıması İçin	27	7,3
İstedığimi Yayınlamakta Özgür Olmak İçin	34	9,2
Sadece Tanıdığım İnsanlarla İletişim Kurmak İçin	199	53,6
Cevap Vermeyenler	111	29,9
Toplam	371	100,0

Tablo 36: Cevabınız hayır ise sebebi sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 36: Yabancı arkadaşlık isteklerine onay vermeyenlerin sebepleri analiz edildiğinde sadece tanıdıklarıyla iletişim kurmak için yabancıları red edenlerin oranı %53,6 özgür paylaşım yapmak için red edenlerin oranı %9,2 yabancıların tanımaması için onay verenlerin oranı 7,3'tür.

3.2.11.2.1 Cevabınız hayır ise sebebi, yaşa ve cinsiyete göre.

Cevabınız Hayır İse Sebebi.	Sütun Etiketleri						
	Erkek		Toplam Erkek	Kadın		Toplam Kadın	Genel Toplam
Yaş Aralığı	18-22	23-33		18-22	23-33		
Cevap Vermeyenler	71	9	80	26	5	31	111
Diğer insanların beni tanıması için	16	2	18	7	2	9	27
İstedığimi yayınlamakta özgür olmak için	20	4	24	8	2	10	34
Sadece tanıdığım insanlarla iletişim kurmak için	103	22	125	65	9	74	199
Genel toplam	210	37	247	106	18	124	371

Tablo 37: Cevabınız hayır ise sebebi yaşa ve cinsiyete göre sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 37: Bireylerin tanımadığı kişileri eklememesi yani isteklerini kabul etmemişlerdir. Erkeklerden 80 kişi herhangi bir cevap vermemiştir. Diğer insanların tanınması için ise 18 kişi, istediklerini yayınlamakta özgür olmak için 24 kişidir. Sadece tanıdığı insanlarla iletişim kurmak için ise 125 kişidir. Kadınlarda ise 31 kişi cevap vermemiştir. 9 kişi diğer insanların tanınması için, 10 kişi istediğini yayınlamak ta özgür olmak için, 74 kişi ise sadece tanıdığı insanlarla iletişim kurmak için gelen istediği kabul etmemektedir. Toplama baktığımızda 111 kişi baştan cevap vermemiş bu oran fazladır.199 kişi sadece tanıdıkları insanlarla iletişim kurmak istiyor ki olağan bi durum. En az ise 27 kişi diğer insanların tanınması için kabul etmemektedir. Bu sonuçlarda psikolojik, kültürel, ritüeller gibi birçok şey etki etmiş olabilmektedir.

3.2.12 “Facebook” hangi alandan ihtiyacınız karşılıyor?

	Özgürce Fikrimi Belirtmeden		Gerçeklerden Kaçmadan		Merakımı Gidermeden ve bilgi almadan		Diğer kişilerle iletişim kurmadan	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	43	11,6	78	21,0	30	8,1	30	8,1
Katılmıyor	60	16,2	80	21,6	30	8,1	30	8,1
Tarafsızım	102	27,5	93	25,1	82	22,1	82	22,1
Katılıyorum	111	29,9	86	23,2	160	43,1	160	43,1
Kesinlikle Katılıyorum	55	14,8	34	9,2	69	18,6	69	18,6
Toplam	371	100,0	371	100,0	371	100,0	371	100,0

Tablo 38: "Facebook" hangi alandan ihtiyacınız karşılıyor sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 38: Facebook kullanıcılarına, Facebook'un onların hangi ihtiyaçlarını karşıladığı sorulduğunda 29,9 oranla” katılıyorum” diyerek Facebook’un özgürce fikirlerini belirtme hususunda ihtiyaçlarını karşıladığını ifade etmişlerdir. Kesinlikle katılmayanların oranı ise 11,6’dır. Facebook’un gerçeklerden kaçmaya yönelik ihtiyaçlarını karşıladığı yönünde ankete katılanlar ise 25,1 oranı ile en çok tarafsız olduklarını belirtmişlerdir. Burada bu unsura kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranı 21,0’dır. Bu da azımsanmayacak bir orandır. Gerçeklerden kaçma hususunda ihtiyacı karşıladığı yönünde ikinci büyük oranla (23,2) bu fikre katılanların da olduğu görülmektedir. Diğer verilen oranlara nazaran en büyük oranın 43,1 oranı ile Facebook’un merakı gidermeye ve bilgi almada merakı giderdiği yönündedir. Burada Facebook kullanıcıları bu Facebook’un bu yönde ihtiyaçlarını karşıladığını katılıyorum diyerek ifade etmişlerdir. Diğer bir unsur ise başka kişilerle iletişim kurma konusunda ihtiyaç karşıladığı yönünde olmasıdır. Burada da yine aynı ve diğer unsurlardan daha büyük bir orana sahip (43,1) bir sonuç görülmektedir. Kullanıcıların “katılıyorum” diyerek Facebook’u, iletişim ihtiyacını karşılayan bir site olarak nitelendirdikleri görülmektedir. Bu anket sonucunda da Facebook’un daha çok iletişim sağladığı için tercih edildiği yönünde bir çıkarım yapılmaktadır.

3.2.13 “Facebook” hangi sosyal isteklerinizi karşılıyor?

	Arkadaşlıklarda		Sosyal Problemleri Çözmede		Karşı Cins ile İlişkide	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	23	6,2	72	19,4	64	17,3
Katılmıyor	20	5,4	62	16,7	65	17,5
Tarafsızım	49	13,2	84	22,6	87	23,5
Katılıyorum	160	43,1	104	28,0	118	31,8
Kesinlikle Katılıyorum	119	32,1	49	13,2	37	10,0
Toplam	371	100,0	371	100,0	371	100,0

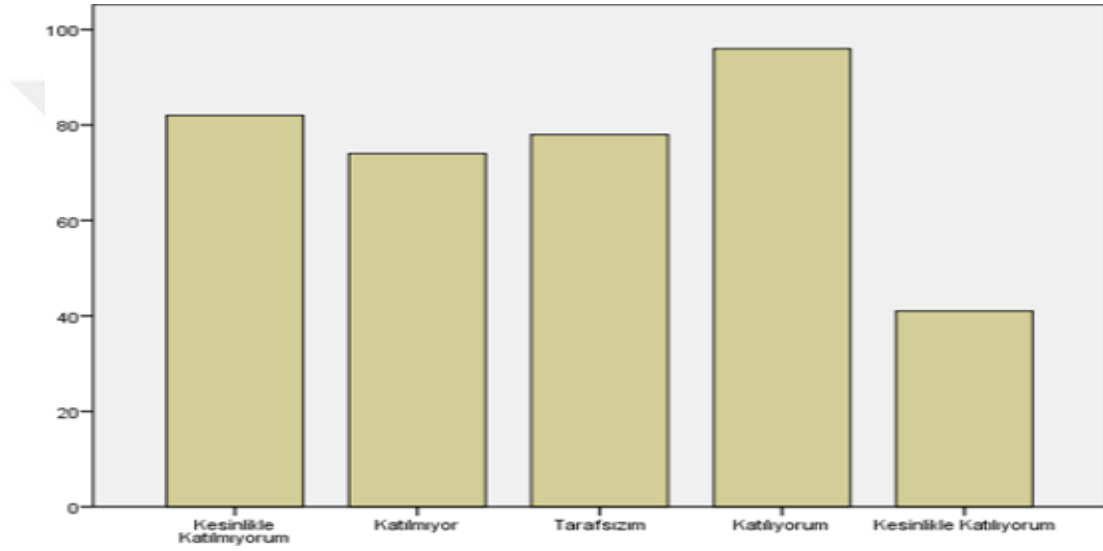
Tablo 39: “Facebook” hangi sosyal isteklerinizi karşılıyor sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 39: Facebook hangi sosyal isteklerinizi karşılıyor diye sorduğumuzda, Facebook’taki kurulan arkadaşlıkların sosyal istekleri karşıladığı yönünde bir yargı ortaya çıkmaktadır. Bu yargıya, kullanıcıların 43,1 oranla “katılıyorum” demesi sonucunda ulaşılmaktadır. Diğer bir unsur da sosyal problemleri çözdüğü için sosyal istekleri karşıladığı yönündedir. Kullanıcılar bu hususta en çok oranla (28,1) “katılıyorum” diyerek Facebook’un sosyal problemleri çözdüğü için sosyal istekleri karşıladığını beyan etmektedirler. Son olarak ise karşı cins ile ilişki kurulması sonucunda Facebook’un sosyal istekleri karşıladığı yönündedir. Bu yargıya katılanların oranı 31,8’dir. Sonuç olarak sıralamak gerekirse Facebook en çok arkadaşlık kurmada ikinci olarak karşı cinsle ilişkide ve son olarak sosyal problemleri çözmede, kullanıcıların sosyal isteklerini karşılamaktadır.

3.2.14 “Facebook” ve sosyal ilişkiler

Facebook Kullandığımda, Kendime Daha Özgür Hissediyorum	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdellik
Kesinlikle Katılmıyorum	82	22,0
Katılmıyorum	74	19,9
Tarafsızım	78	21,0
Katılıyorum	96	25,8
Kesinlikle Katılıyorum	41	11,0
Toplam	371	100,0

Tablo 40: Facebook kullandığımda, kendime daha özgür hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

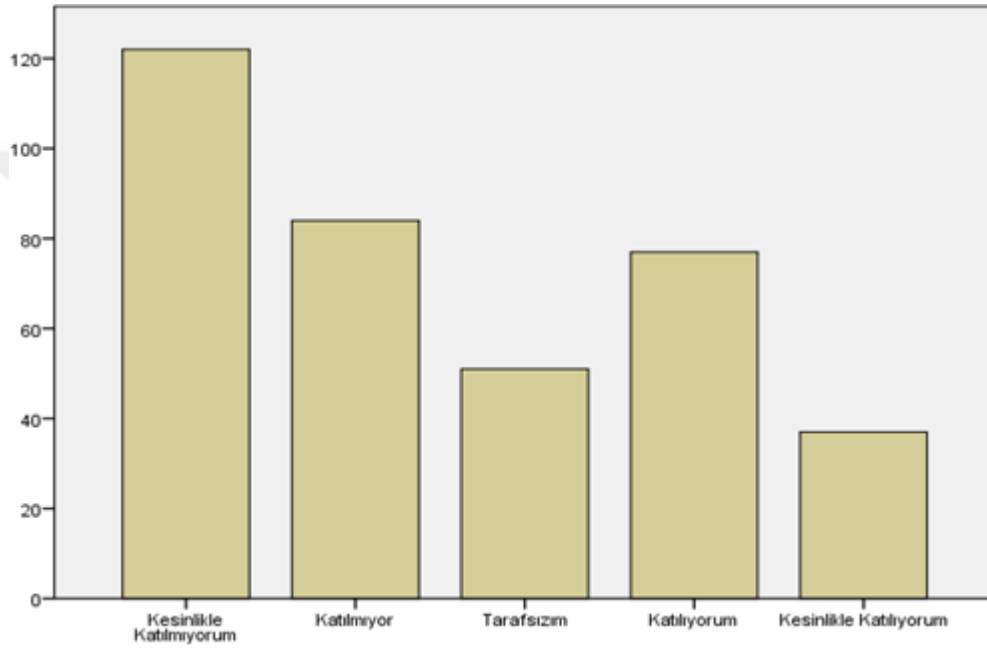


Grafik 2: Facebook kullandığımda, kendime daha özgür hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 40: Bu ankete katılanlar, 25,8 oranla Facebook kullandıklarında kendilerini daha özgür hissettiklerini katılıyorum diyerek Facebook’un özgür bir ortam olduğunu belirtmişlerdir. Bu oran diğer oranlardan daha yüksektir. Ancak ikinci yüksek orana sahip ifade ise “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur. Bu oran da yadsınamayacak bir orandır. Yani Facebook kullananların çoğu Facebook’un özgür bir ortam sağladığını düşünmektedir ancak bu ortamın özgür bir ortam olmadığına katılanlarda ankette görüldüğü üzere mevcuttur.

Ailemle Geçirdiğim Zamandan Daha Çok Arkadaşlarım ve Akrabalarım ile Facebook 'da Konuşarak Zaman Geçiriyorum.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzelik
Kesinlikle Katılmıyorum	122	32,8
Katılmıyorum	84	22,6
Tarafsızım	51	13,7
Katılıyorum	77	20,7
Kesinlikle Katılıyorum	37	9,9
Toplam	371	100,0

Tablo 41: Ailemle geçirdiğim zamandan daha çok arkadaşlarım ve akrabalarım ile Facebook 'da konuşarak zaman geçiriyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı

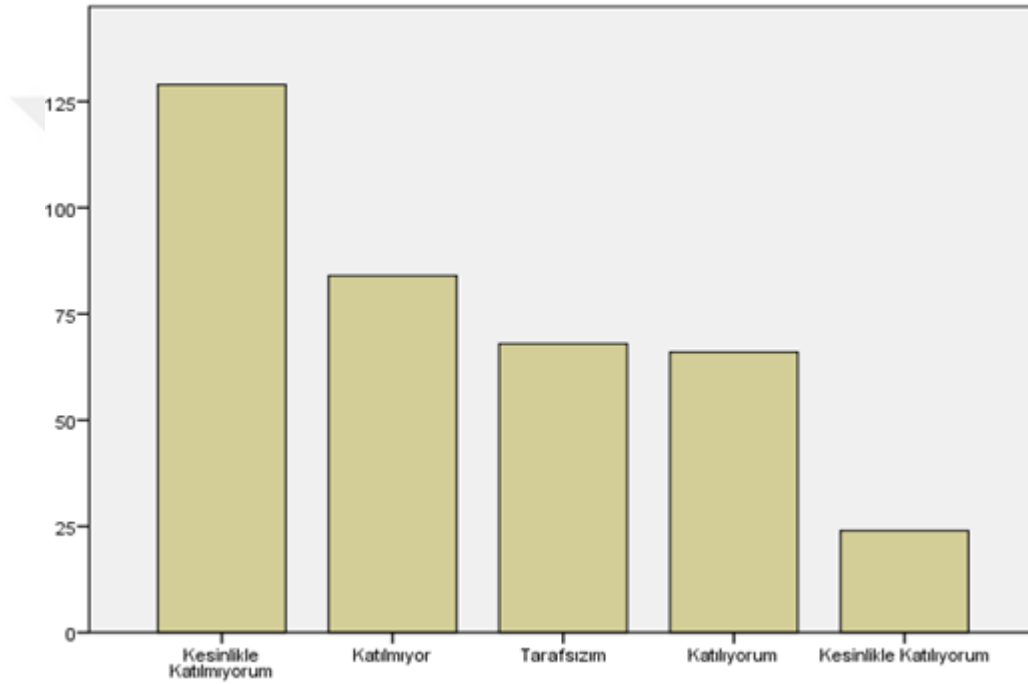


Grafik 3: Ailemle geçirdiğim zamandan daha çok arkadaşlarım ve akrabalarım ile facebook 'da konuşarak zaman geçiriyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 41: Ankette “Ailemle geçirdiğim zamandan daha çok arkadaşlarım ve akrabalarım ile Facebook 'da konuşarak zaman geçiriyorum.” diye kullanıcılara bir yargı yöneltilmiştir. Bu soruya verilen cevaplara bakıldığında genellikle kullanıcıların bu yargıya katılmadıklarını oranlardan yola çıkarak görmekteyiz. 32,8 oranla kesinlikle katılmadıklarını belirten anket katılımcıları 22,6 oranla bu yargıya “katılmıyorum” ifadesini de işaretleyerek aile kavramının önemini ortaya çıkarmışlardır. Bu oranlar diğer oranlardan yüksek olsa da üçüncü sıralamada olan ifade 20,7 oranla “katılıyorum” dur. Bu sonuçta gösteriyor ki aileyle zaman geçirmek yerine Facebook'taki arkadaş ve akrabalarla daha çok zaman geçirmeyi tercih edenler göz ardı edilemeyecek bir oranda vardır.

Ailemle ve Arkadaşımdan Gibi Daha Çok Facebook Grup Arkadaşımla Sosyal Bağlılık Hissediyorum.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzelik
Kesinlikle Katılmıyorum	129	34,7
Katılmıyorum	84	22,6
Tarafsızım	68	18,3
Katılıyorum	66	17,7
Kesinlikle Katılıyorum	24	6,5
Toplam	371	100,0

Tablo 42: Ailemle ve arkadaşarımdan gibi daha çok Facebook grup arkadaşarımla sosyal bağılılık hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

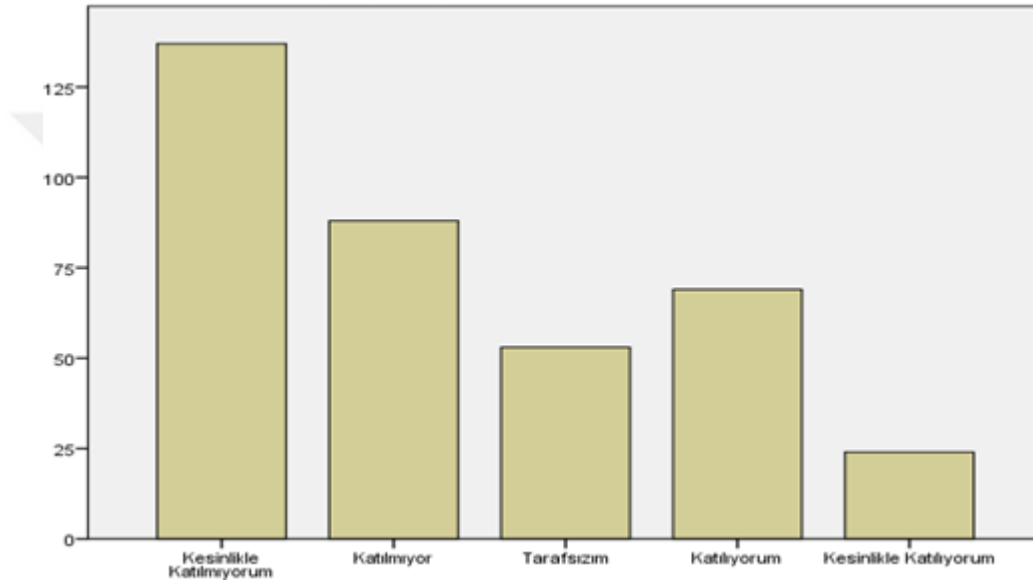


Grafik 4: Ailemle ve arkadaşarımdan gibi daha çok facebook grup arkadaşarımla sosyal bağılılık hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 42: Toplam oranda en fazla sayısal değere sahip olan orana (34,7) ankete katılanlar, ailesinden ve arkadaşarımdan ziyade Facebook grup arkadaşarımla sosyal bağılılık hissetmediğini ve bu yargıya kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. Bu yargıya kesinlikle katılanların oranı ise 6,5' tır. Bu anket sonucunda Facebook kullananların gerçek yaşamdaki aile ve arkadaş ilişkilerindeki sosyal bağılılığı daha yoğun hissettiğini görülmektedir.

Arkadaşlarımla Yüz yüze Görüşmektense İnternet Üzerinden Konuşmayı Tercih Ederim.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	137	36,8
Katılmıyorum	88	23,7
Tarafsızım	53	14,2
Katılıyorum	69	18,5
Kesinlikle Katılıyorum	24	6,5
Toplam	371	100,0

Tablo 43: Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmektense internet üzerinden konuşmayı tercih ederim sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

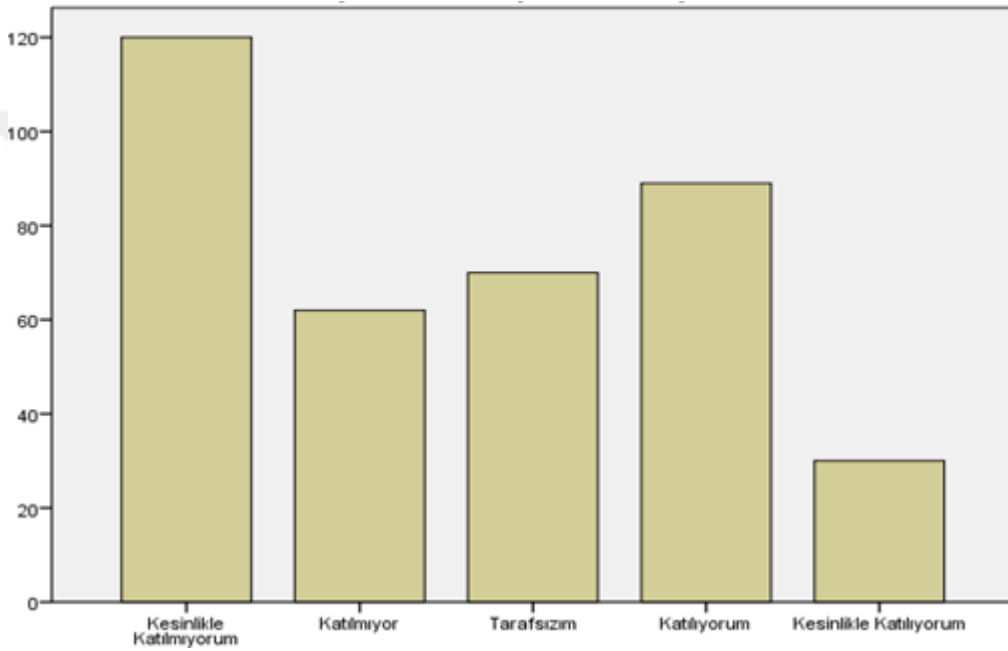


Grafik 5: Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmektense internet üzerinden konuşmayı tercih ederim sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 43: Bu ankete verilen cevaplardan yola çıkarak, Facebook kullanıcılarının kendi arkadaşlarıyla yüz yüze görüşmektense internet üzerinden görüşmeyi tercih etmediklerini en yüksek oranla (36,8) “kesinlikle katılmıyorum” verisi ortaya koymaktadır. Diğer ikinci yüksek orana sahip ifade ise “katılmıyorum” dur. En düşük orana sahip olan ifade ise kesinlikle katılmıyorum ifadesidir. Buradan yola çıkarak güven ve gerçek sosyal bağlılığı da içinde barındıran gerçek hayatın iletişim açısından daha çok tercih edilen bir yer olduğunu görülmektedir.

“Facebook’da” Daha Açık ve Cesur Bir Şekilde Konuşmama İmkân Tanınır.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	120	32,3
Katılmıyorum	62	16,7
Tarafsızım	70	18,8
Katılıyorum	89	23,9
Kesinlikle Katılıyorum	30	8,1
Toplam	371	100,0

Tablo 44: “Facebook’da” daha açık ve cesur bir şekilde konuşmama imkân tanınır sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

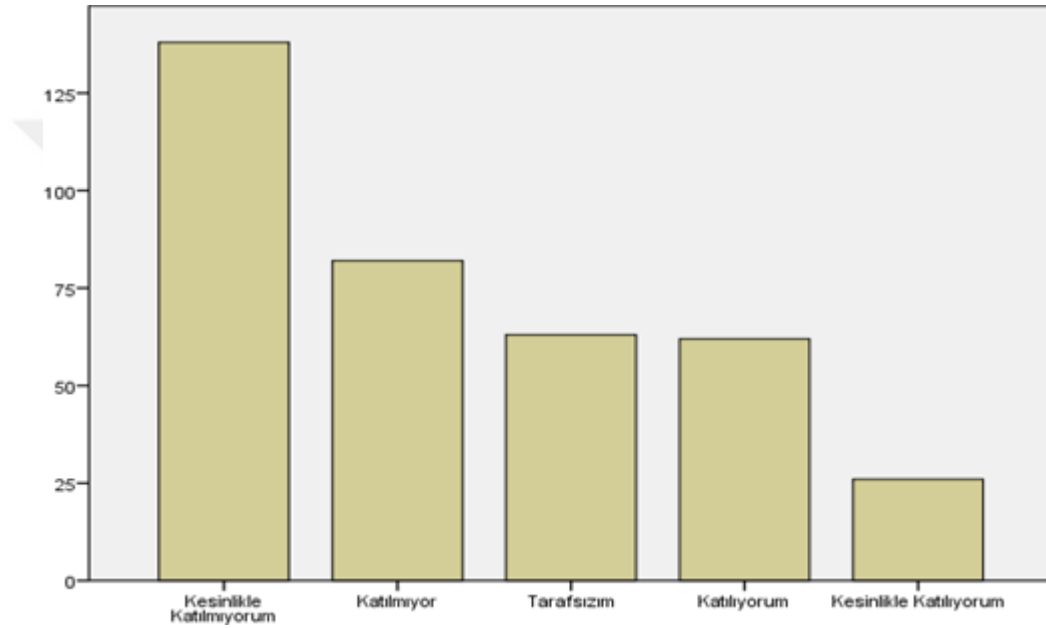


Grafik 6: “Facebook’da” daha açık ve cesur bir şekilde konuşmama imkân tanınır sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 44: “Facebook’da” Daha Açık ve Cesur Bir Şekilde Konuşmama İmkân Tanınır sorusuna verilen cevaplarda kesinlikle katılmıyorum diyen sayısı 120 katılıyorum diyenler 89 tarafsızım diyen sayısı 70 katılmayanlar 62 ve kesinlikle katılmayanlar 30 kişiden oluşmaktadır. Oranlarda incelendiğinde görüldüğü üzere bu görüşe kesinlikle katılmayanlar fazladır ancak katılanlarda onun takibinde yer almaktadır. Özellikle özgüveni gelişmiş kişilerin verdikleri yanıtlarda Facebook’un bu imkânı tanımadığını söyleyenler vardır. Zaten real hayatlarında böyle bir eksikliği hissetmemektedirler. Dolayısıyla bu görüşe kesinlikle katılmamaktadırlar.

Duygusal ve sosyal boşluk beni facebook kullanmaya itti.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	138	37,1
Katılmıyorum	82	22,0
Tarafsızım	63	16,9
Katılıyorum	62	16,7
Kesinlikle Katılıyorum	26	7,0
Toplam	371	100,0

Tablo 45: Duygusal ve sosyal boşluk beni facebook kullanmaya itti sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

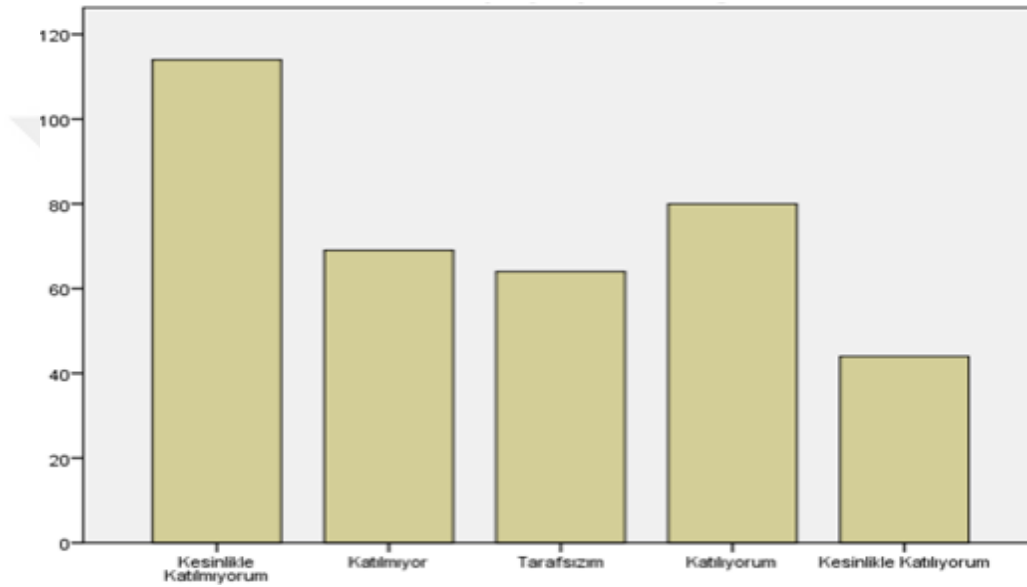


Grafik 7: Duygusal ve sosyal boşluk beni facebook kullanmaya itti sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 45: 37,1 oranı ile en yüksek orana sahip olan “kesinlikle katılmıyorum” ifadesiyle Facebook kullanıcılarının onları Facebook’u kullanmaya iten sebebin duygusal ve sosyal boşluk olduğuna katılmadıkları görülmektedir. Ankete katılanlar en düşük oranla (7,0) bu yargıya katılmadıklarını belirtmişlerdir. Facebook kullananların genellikle bu sonuçlardan yola çıkarak duygusal ve sosyal boşluk sebebiyle kullanmadıkları sonucuna varılmaktadır.

“Facebook’da Ki” Arkadaşlarımın Sayısı Yüzyüze Tanıdığım Eş Dost ve Akrabalarımın Sayısından Daha Çok.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	114	30,6
Katılmıyorum	69	18,5
Tarafsızım	64	17,2
Katılıyorum	80	21,5
Kesinlikle Katılıyorum	44	11,8
Toplam	371	100,0

Tablo 46: “Facebook’da ki” arkadaşlarımın sayısı yüzyüze tanıdığım eş dost ve akrabalarımın sayısından daha çok sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

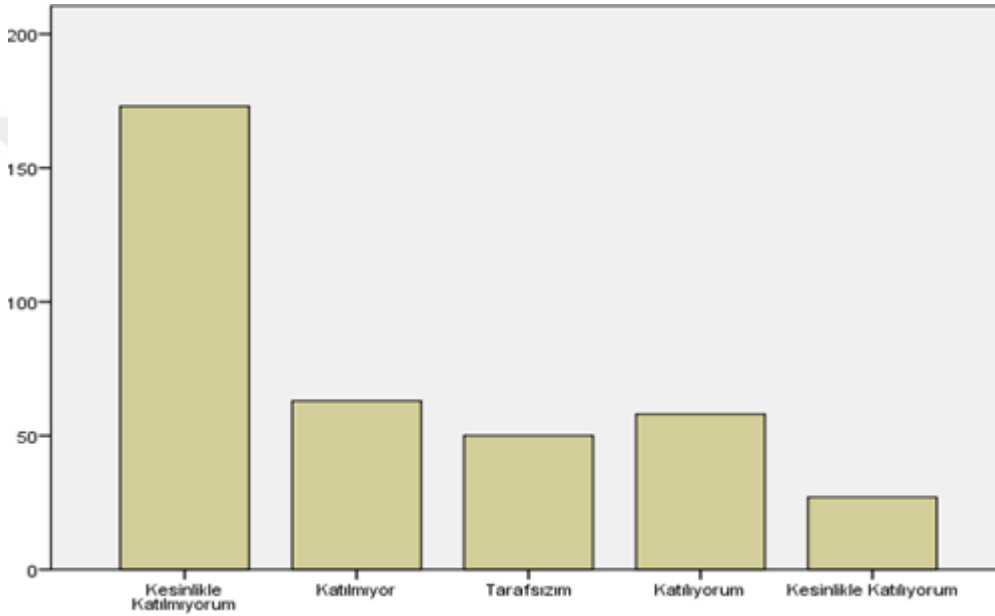


Grafik 8: “Facebook’da ki” arkadaşlarımın sayısı yüzyüze tanıdığım eş dost ve akrabalarımın sayısından daha çok sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 46: Ankete katılanlar Facebook’ daki arkadaş sayısının yüz yüze tanıdığı eş dost ve akrabalarından çok olduğuna katılmamaktadır. Bu sonuca anketteki oranlardan yola çıkarak ulaşılmaktadır. Ankete katılanlar 30,6 “kesinlikle katılmıyorum” u işaretlemiştir. Bu yargıya sadece katılmayanların oranı ise 18,5, tarafsız olduğunu ifade edenlerin oranı 17,2, katılanların oranı 21,5 ve son olarak kesinlikle katılanların oranı 11,8’dir. Bu yargıdan yola çıkarak her ne kadar Facebook kullanıcıları, Facebook’daki arkadaşlıklarının gerçek hayatta mevcut olan arkadaşlarından az olduğunu iddia etmeye çalışsa da Facebook’daki eklenen arkadaş sayısının gerçek hayattaki arkadaş sayısından fazla olduğu verilen rakamlar sonucu elde edilmektedir.

Gerçek Hayattaki Arkadaş ve Dostlarımdan Ziyade “Facebook’daki” Dost ve Akrabalarımın Güveniyorum.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	173	46,5
Katılmıyorum	63	16,9
Tarafsızım	50	13,4
Katılıyorum	58	15,6
Kesinlikle Katılıyorum	27	7,3
Toplam	371	100,0

Tablo 47: Gerçek hayattaki arkadaş ve dostlarımdan ziyade “facebook’daki” dost ve akrabalarımın güveniyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

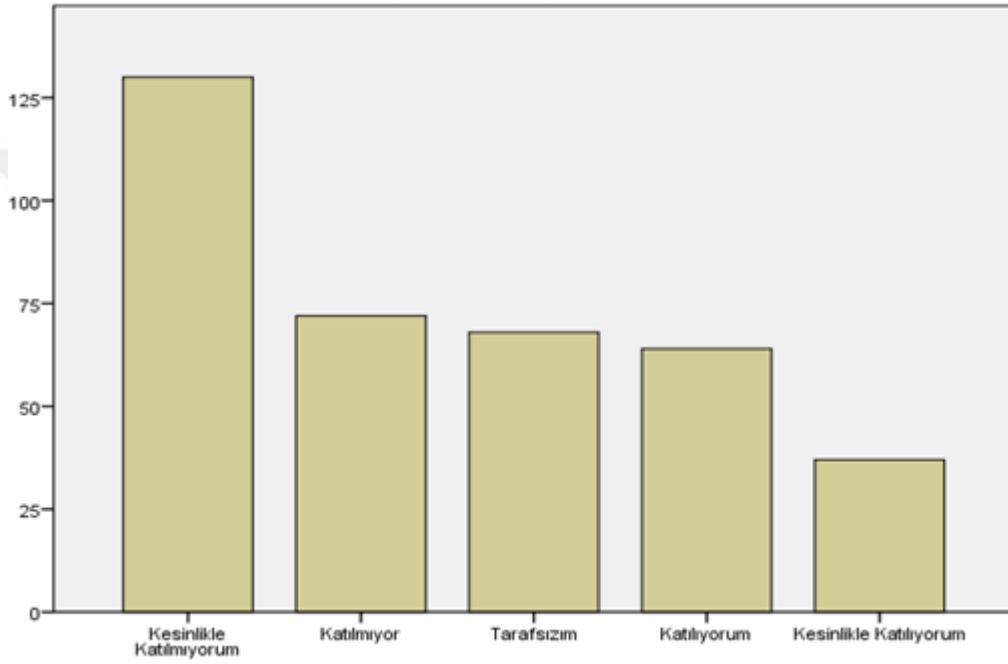


Grafik 9: Gerçek hayattaki arkadaş ve dostlarımdan ziyade “Facebook’daki” dost ve akrabalarımın güveniyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 47: Gerçek hayattaki arkadaş ve dostlardan ziyade Facebook' daki arkadaş ve dostlarıma güveniyorum yargısına ankete katılanlar; 46,5 oranıyla kesinlikle katılmadıklarını, 16,9 oranıyla sadece katılmadıklarını, 13,4 oranıyla tarafsız olduklarını,15,6 oranıyla katıldıklarını ve son olarak bu yargıya 7,3 oranıyla kesinlikle katıldıklarını beyan etmişlerdir. Burada en yüksek oranın “kesinlikle katılmıyorum” ifadesine ait olduğu görülmektedir Bu sonuçtan yola çıkarak kişilerin yüz yüze iletişim kurmadığı zaman karşıdaki bireye olan güvenin azaldığını ve sağlıklı bir iletişimin meydana gelmediği anlaşılmaktadır.

Facebook'da Ki Arkadaşlarımla Olan Yakınlık Hissi Beni Onlarla Yüzyüze Tanışmaya İtti.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	130	34,9
Katılmıyorum	72	19,4
Tarafsızım	68	18,3
Katılıyorum	64	17,2
Kesinlikle Katılıyorum	37	10,0
Toplam	371	100,0

Tablo 48: Facebook'da ki arkadaşlarımla olan yakınlık hissi beni onlarla yüzyüze tanışmaya itti sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

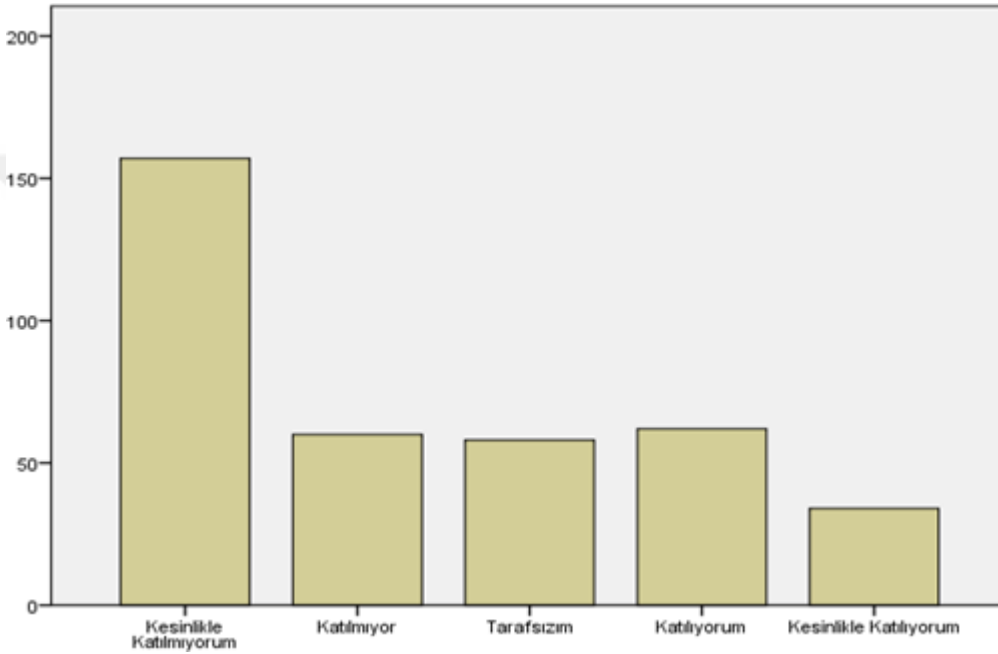


Grafik 10: Facebook'da ki arkadaşlarımla olan yakınlık hissi beni onlarla yüzyüze tanışmaya itti sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 48: Facebook 'da Ki Arkadaşlarımla Olan Yakınlık Hissi Beni Onlarla Yüz yüze Tanışmaya İtti. Kesinlikle katılmama oranı %34,9 katılmama oranı %19,4 tarafsızlık oranı %18,3 katılma oranı %17,2 kesinlikle katılıyorum oranı %10,0'a tekabül etmektedir. Facebook'da yabancı kişiler ile iletişim ne kadar sık olursa olsun güven bağı kurulma konusunda eksiklik gösterdiği için iletişimler sosyal ağda takılı kalmaktadır. Facebook çok geniş bir kitleye ev sahipliği yapar ve bu doğrultuda herkesin kullanabileceği bir ağ olduğu için ürkütmektedir. Bir taraftan cazip gözükse de bilinmeyen tarafı ürkütücüdür ve bu da iletişimi sınırlamakta yeterlidir.

“Facebook” Kullanmaya Başladığımdan Beri Ailem ile İletişiminin Azaldığını Hissediyorum.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	157	42,2
Katılmıyorum	60	16,1
Tarafsızım	58	15,6
Katılıyorum	62	16,7
Kesinlikle Katılıyorum	34	9,1
Toplam	371	100,0

Tablo 49: “Facebook” kullanmaya başladığımdan beri ailem ile iletişimimin azaldığını hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

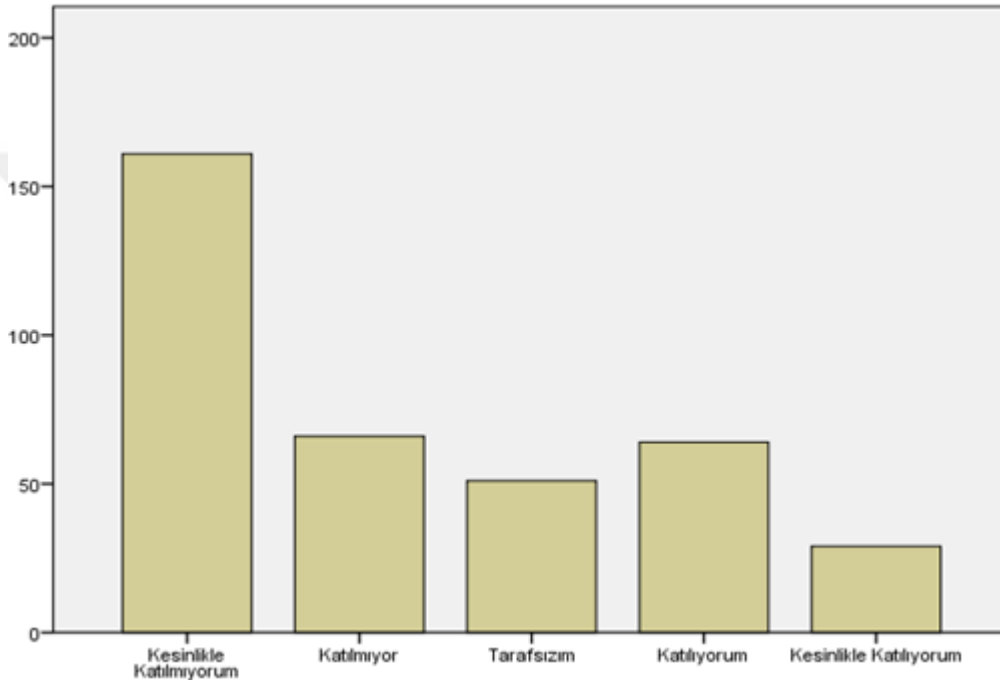


Grafik 11: “Facebook” kullanmaya başladığımdan beri ailem ile iletişimimin azaldığını hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 49: “Facebook” Kullanmaya Başladığımdan Beri Ailem ile İletişiminin Azaldığını Hissediyorum diyenlerde kesinlikle katılmama oranı %42,2 katılmama oranı %16,1 katılma oranı %16,7 tarafsızlık oranı %15,6 ve kesinlikle katılma oranı %9,1'dir. Çoğunluğunu ailesinden ayrı yaşayan kitlenin oluşturduğu anketimde kesinlikle katılmama kişi sayısı 371 kişiden 157'sidir. Zaten ailesinden ayrı yaşayan bu kişiler genellikle iletişime Facebook üzerindeki görüntülü konuşma vb. fonksiyonlarını kullanarak geçmektedir. Bu sebeple bu durum iletişimlerini kötü etkilememiştir.

“Facebook” kullanmaya başladığımdan itibaren akraba ziyaretlerim azaldı.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzelik
Kesinlikle Katılmıyorum	161	43,3
Katılmıyorum	66	17,7
Tarafsızım	51	13,7
Katılıyorum	64	17,2
Kesinlikle Katılıyorum	29	7,8
Toplam	371	100,0

Tablo 50: “Facebook” kullanmaya başladığımdan itibaren akraba ziyaretlerim azaldı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

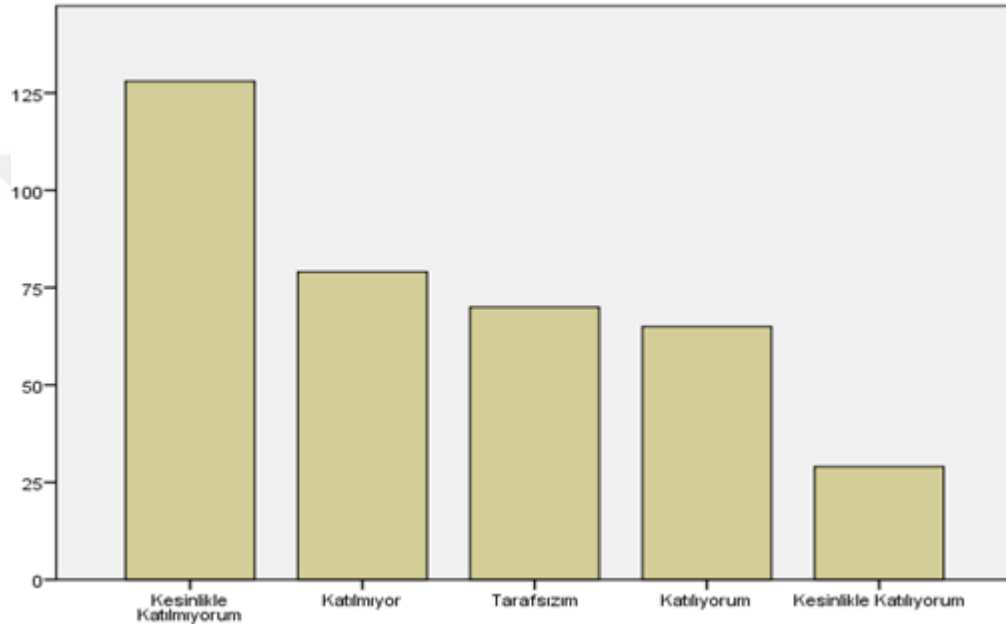


Grafik 12: “Facebook” kullanmaya başladığımdan itibaren akraba ziyaretlerim azaldı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 50: “Facebook” kullanmaya başladığımdan itibaren akraba ziyaretlerim azaldı. Bu soruda da diğer sorularda olduğu gibi kesinlikle katılmayanların yüzdeler oranı fazladır. Kesinlikle katılmayan oranı %43,3 katılan oranı %17,7 katılan oranı %17,2 tarafsızlar %13,7 kesinlikle katılmayanlar %7,8 oranlarındadır. Anketi yaptığım kitle üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır dolayısıyla birçoğu ailesinden ayrıdır ve okul dönemi boyunca akraba ziyaretleri yapamamaktadır ancak belirttikleri sebeplerin Facebook ve benzeri uygulamalar ileri bir bağlantısı yoktur.

“Facebook” Kullanmaya Başladıktan İtibaren Ailede Sosyal Aktivitelerim Arttı.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	128	34,4
Katılmıyorum	79	21,2
Tarafsızım	70	18,8
Katılıyorum	65	17,5
Kesinlikle Katılıyorum	29	7,8
Toplam	371	100,0

Tablo 51: “Facebook” kullanmaya başladıktan itibaren ailede sosyal aktivitelerim arttı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

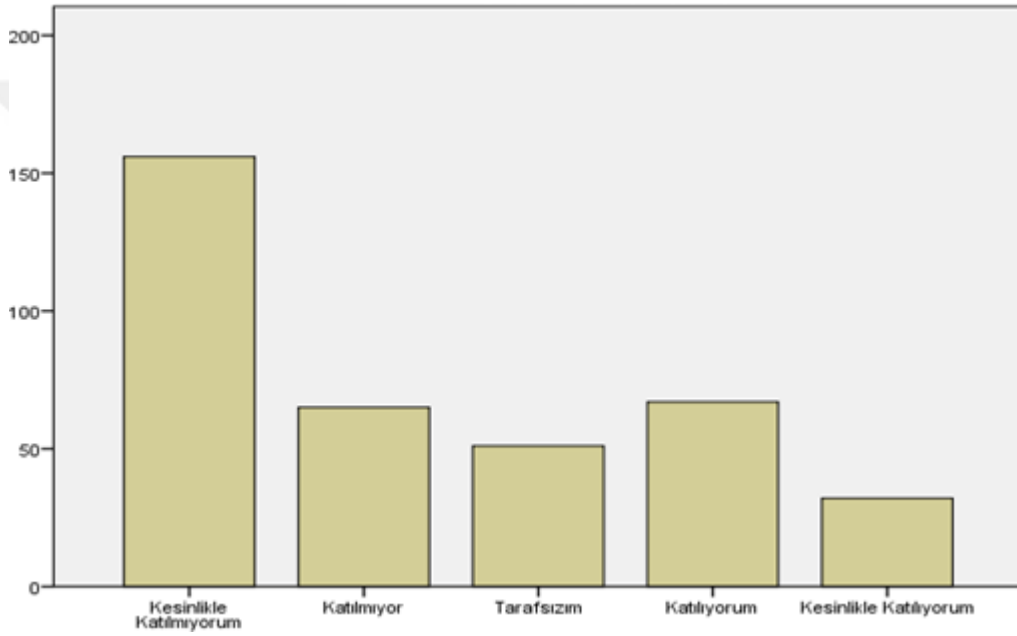


Grafik 13: “Facebook” kullanmaya başladıktan itibaren ailede sosyal aktivitelerim arttı sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 51: “Facebook” Kullanmaya Başladıktan İtibaren Ailede Sosyal Aktivitelerim Arttı sorusuna cevap verenler kesinlikle katılmıyorum yanıtında fark göstermektedir. 128 kişi ile başta olan analiz sırasıyla katılmıyorum 79, tarafsızım 70, katılıyorum 65, kesinlikle katılmıyorum 29 şeklindedir. Facebook kullanımının ailedeki bireyler ile ilişkilerde değişime yol açtığını düşünmedikleri aile içi sosyal aktivite arttırdığını da düşünmemektedirler.

Ailem “Facebook’da” Çok Zaman Geçirdiğim İçin Şikâyet Etmekte.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzdeler
Kesinlikle Katılmıyorum	156	41,9
Katılmıyorum	65	17,5
Tarafsızım	51	13,7
Katılıyorum	67	18,0
Kesinlikle Katılıyorum	32	8,6
Toplam	371	100,0

Tablo 52: Ailem “Facebook’da” çok zaman geçirdiğim için şikâyet etmekte sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

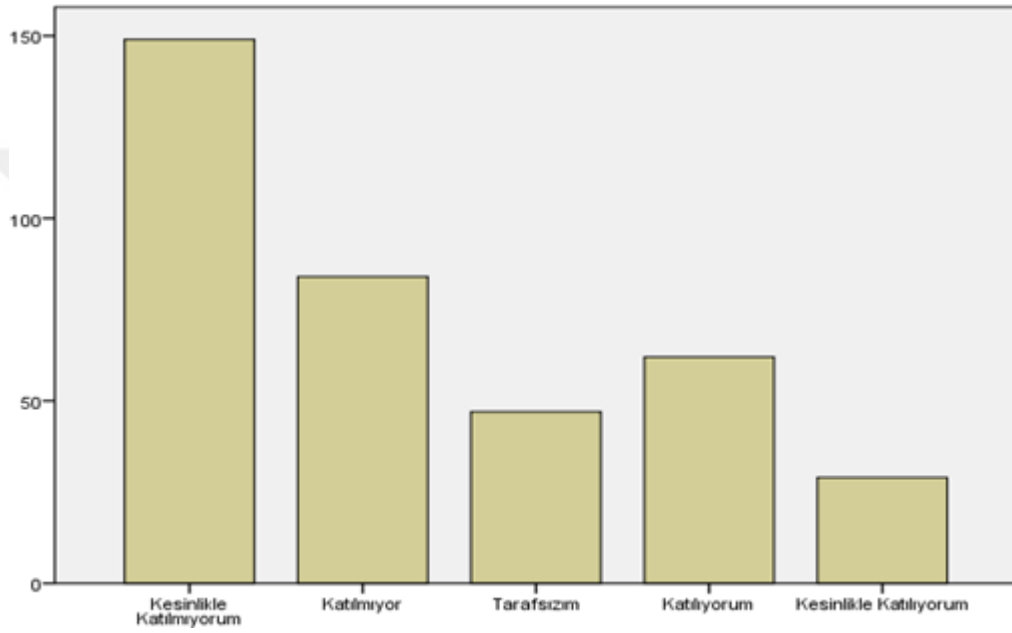


Grafik 14: Ailem “Facebook’da” Çok Zaman Geçirdiğim İçin Şikâyet Etmekte sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 52’de Ailem “Facebook’da” Çok Zaman Geçirdiğim İçin Şikâyet Etmekte sorusuna gelen yanıtlarda kesinlikle katılmayan kişi sayısı 156 katılan kişi sayısı 67 katılmayan sayısı 65 tarafsız 51 ve kesinlikle katılan kişi sayısı 32’dir. Anketi yapmış olduğun çevre üniversite öğrencileri olduğu için çoğunluklu kısmı zaten ailesinden ayrı yaşamaktadır. Bu sebeple aileler gözlem yapamamaktadır. Oranda kesinlikle katılmayanları takip eden katılan sayısında da bireylerin kullanımı az olsa da ailelerin bunu fazla olarak gözlemlediklerini düşündükleri için bu duruma tepki gösterdikleri kanaatindedirler.

“Facebook” Aracılığı ile İletişim Kurduğum İnsanlara Daha Yakın Hissediyorum.	Cevaplayan Sayısı	% Yüzelik
Kesinlikle Katılmıyorum	149	40,1
Katılmıyorum	84	22,6
Tarafsızım	47	12,6
Katılıyorum	62	16,7
Kesinlikle Katılıyorum	29	7,8
Toplam	371	100,0

Tablo 53: “Facebook” aracılığı ile iletişim kurduğum insanlara daha yakın hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.



Grafik 15: “Facebook” aracılığı ile iletişim kurduğum insanlara daha yakın hissediyorum sorusuna ilişkin verilen cevap dağılımı.

Tablo 53 “Facebook” Aracılığı ile İletişim Kurduğum İnsanlara Daha Yakın Hissediyorum sorusuna verilen cevaplarda kesinlikle katılmayanların oranı %40,1 katılmayanların oranı %22,6 katılmayanların oranı %16,7 kararsızlar oranı %12,6 kesinlikle katılma oranı da %7,8 oranına tekabül etmektedir. Facebook arkadaşlıkları çoğunlukla sosyal ağda kaldığı için kişiler arasında gerçek, sağlıklı bir iletişim sağlayamamaktadır. Bu sebeple gerçek arkadaşlarını ayda bir kez Facebook arkadaşlarını sosyal ağda her gün görseler de aynı sıcaklık oluşmamaktadır.

3.2 VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket çalışması yapılmıştır. Çünkü anket, sosyal araştırmalarda kullanılan en önemli veri toplama araçlarından biridir. Anket, belirli bilgi ve verileri elde etmek için söz konusu kişilere yönelik soruların bir örnekleminde toplanmasıdır.

Bu çalışmada kullanılan anket soruları dikkatli, sıralı ve açık bir şekilde tasarlanmıştır. Bu çalışmada, bir Facebook kullanıcısı örneğine elektronik olarak dağıtılan anket kullanılmıştır. Anket farklı konulara farklı şekillerde uygulanabilmektedir. Araştırmacının önünde bulunmadan onlara cevap vermesi araştırmacıya bırakılabilmektedir ve gönderilebilmektedir.

Aşağıdakiler de dahil olmak üzere elektronik anket yönteminin kullanılmasının birçok yararı vardır; anketi doldurmada kolaylık ve hız, sonuç almayı kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır, kâğıt temelli formaliteden daha düşük maliyettir. Anketi link olarak yayınlamanın kolaylığı, çeşitli siteler ve sayfalarda kolayca yayımlanabilmekte ve paylaşılabilir. Ayrıca elektronik anketin sonuçlarının doğrudan bilgi girmek zorunda kalmadan izlenmesine olanak tanımaktadır. Çünkü var olan ve elektronik olarak Excel'e benzer bir çalışma sayfası biçiminde yüklenmektedir.

Çalışmamızda sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan Likert ölçeğini kullandık. İstenilen durum ve istenmeyen durumun ortaya konmasını amaçlayan olumlu ve olumsuz durumların eşit sayıda madde ile ifade edildiği ölçek çeşididir, çoğunlukla 5 seçeneclidirler ve puanlamaları 1'den 5'e yapılıdır.

Anket formu Google formu Web sitesi kullanılarak oluşturulmuştur ve anket formunun linki Facebook, Whatsapp ve forumlar gibi sosyal medya araçları ve eposta gönderimi ile dağıtılarak katılımcıların ankete katılması hedeflenmiştir. 05.01.2019 ve 20.02.2019 tarihleri arasında yayında olan ankete 375 facebook kullanıcısı katılım göstermiş ve soruların tamamına cevap vermiştir.

3.2.1 Güvenilirlik Analizi

11.Sorudan itibaren anketimizdeki tüm sorulara güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenilirlik analizi sonucu olarak cronbach's alpha değerimiz 0,7 üzerinde kabul görür. Analiz sonucunda ölçek değeri 0,962 çıkmış olup, yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğu kabul edilebilir olduğu görülmektedir.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,962	,956	46

3.2.1 Ölçekte Bulunan Bir Sorunun Çıkarılması İçin Alpha Değişim

Katsayısına Bakılır

Item-Total Statistics			
Anket Soruları	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Anket Soruları	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Fotopaylaşımı_11	,961	@20 Cevabınız Evet İse Sebebi	,964
Baglantı paylaşımı_11	,961	@21 Cevabınız Hayır İse Sebebi	,963
Video paylaşımı_11	,961	@22 Facebook Hangi Alandan ihtiyacımız karşılıyor Özgürce Fikrim	,961
Oyunlar_11	,962	@22 Facebook Hangi Alandan ihtiyacımız karşılıyor Gerçeklerde	,961
Sohbet_11	,962	@22 Facebook Hangi Alandan ihtiyacımız karşılıyor Merakımı G	,962
Uygulama_11	,961	@22 Facebook Hangi Alandan ihtiyacımız karşılıyor diğer kişi	,962
Sadece arkadaşlarımla_ paylaşım_ okurum	,962	@23 Facebook Hangi Sosyal İsteklerinizi Karşılıyor Arkadaşlı	,962
Özel_ olarak_ paylaşım_ yaparım	,961	@23 Facebook Hangi Sosyal İsteklerinizi Karşılıyor Karşı Cins	,961
Arkadaşlarımla_ sohbet_ ederim	,961	@23 Facebook Hangi Sosyal İsteklerinizi Karşılıyor Sosyal Pr	,961
Arkadaşlarımla_ gönderilerine_ yorum_ yaparım	,961	Facebook kullandığımda kendime daha özgür hissediyorum	,961
Kullanılabilir_ uygulamalar_ denerim	,961	Ailemle geçirdiğim zamandan daha çok arkadaşlarımla ve akrabaları	,961
Arkadaşlarımla_ oyun_ oynarım	,962	Ailemle ve arkadaşlarımdan gibi daha çok facebook grup arkada	,961
@15 Facebook Kullanmak İçin Sizi Motive Eden Şey Nedir Bilgi	,961	Arkadaşları ile yüz yüze görüşmektense internet üzerinden	,961
@15 Facebook Kullanmak İçin Sizi Motive Eden Şey Nedir Eğiti	,961	Facebookda daha açık ve cesur bir şekilde konuşmama imkanta	,961
@15 Facebook Kullanmak İçin Sizi Motive Eden Şey Nedir Daha	,962	Duygusal ve sosyal boşluk beni facebook kullanmaya itti	,961
@15 Facebook Kullanmak İçin Sizi Motive Eden Şey Nedir Arkad	,961	Facebookdaki arkadaş sayısı yüz yüze tanıdığım es dost	,961
@15 Facebook Kullanmak İçin Sizi Motive Eden Şey Nedir Yeni	,961	Gerçek hayattaki arkadaş ve dostlarımdan ziyade facebook'daki	,961

@15 Facebook Kullanmak İçin Sizi Motive Eden Şey Nedir Duygu	,961	Facebook kullanmaya başladığımdan beri ailemle iletişimimin	,961
@16 Facebook'a Giriş Yaptığımız Zaman Hesabınızı	,963	Facebook kullanmaya başladığımdan itibaren akraba ziyaretleri	,961
@17 Gerçek Adınızı Kullanıyorsanız Sebebi Nedir	,964	Facebook kullanmaya başladıktan itibaren ailede sosyal aktive	,961
@18 Takma İsim Kullanıyorsanız Sebebi Nedir	,963	Ailem facebookda çok zaman geçirdiğim için şikâyet etmekte	,961
@19 Tanımadığımız Kişilerden Gelen İstekleri Onaylıyor Musunuz	,963	Facebook aracılığı ile iletişim kurduğum insanlara daha yakın	,961
@15 Facebook Kullanmak İçin Sizi Motive Eden Şey Nedir Haber	,962	Facebook'daki arkadaşlarımla olan yakınlık hissi beni onlarla	,961

Tablo 54: Ölçekte Bulunan Bir Sorunun Çıkarılması İçin Alpha Değişim Katsayısına Bakılır tablosu.

Cronbach's alpha değeri 0,8 değerleri üzerinde olduğu için soru güvenilirliğini azaltan bir soru bulunmamakta ve ölçekten çıkartılmasına gerek duyulmamaktadır.

ANOVA with Tukey's Test for Nonadditivity							
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig	
Between People		9431,015	370	25,489			
Within People	Between Items	6129,502	45	136,211	141,898	,000	
	Residual	Nonadditivity	144,541 ^a	1	144,541	151,940	,000
		Balance	15838,197	16649	,951		
		Total	15982,737	16650	,960		
Total		22112,239	16695	1,324			
Total		31543,254	17065	1,848			
Grand Mean = 2,6081							
<ul style="list-style-type: none"> Tukey's estimate of power to which observations must be raised to achieve additivity = 1,539. 							

Yapılan varyans analizi sonucuna göre ölçek toplanabilir özellikte değildir (Nonadditivity: F= 151,898; P= <0,05). Ölçümler arası değişime bakıldığında önemli bir farklılık görülmektedir (Between Measures, F= 141,898; P= <0,05).

45 soruluk bu ölçek toplanabilir özellikte değildir ancak ölçümler arasında farklılık vardır.

Hotelling's T-Squared Test				
Hotelling's T-Squared	F	Df1	Df2	Sig
21157,228	414,250	45	326	,000

Soru ortalamalarının eşitliğini test eden Hotelling's T-Squared Testi sonucunda, soru ortalamalarının farklı olduğu görülmektedir (Hotelling's T-Squared Test=

21157,228; P= <0,05).

En az iki ortalama arasında farklılık vardır. Soru ortalamalarının birbirine eşit olmaması, sorulara cevap verenler tarafından aynı yaklaşım ile algılanmadığı ve soruların zorluk derecelerinin birbirine eşit olmadığı görülmüştür.

SÜRE YAŞ	Günde Kullanılan Facebook Saati	Beklenen Değer	Gözlenen Değer	Ki-Kare	P- Değeri
18-22	1 saatten az	232	228,3	1,481	0,224
18-22	2 saatten 3 saate	84	87,7		
23-33	1 saatten az	36	39,7		
23-33	2 saatten 3 saate	19	15,3		

H0: günde kullanılan facebook saati ile yaş varyasyonunda uyumlu bir dağılım göstermemektedir.

H1: günde kullanılan facebook saati ile yaş varyasyonunda uyumlu bir dağılım göstermektedir.

Buna göre; p: 0,224>0,05 ten büyük olduğu için H0 hipotezi kabul edilir.

Yaş kriterine göre günde kullanılan facebook saati değişim göstermemektedir. Her iki yaş grubunda da en çok tercih edilen seçeneğin 1 saatten az olduğu görülmektedir.

Üçüncü bölümün sonunda, bir araştırma formu olan Facebook'un Kocaeli Üniversitesi'ndeki sosyal ilişkiler üzerindeki etkisine konu olmuştur. Facebook'un dünyaya ve özellikle de Türkiye'ye duyduğu yoğun ilgiye rağmen, bu sitenin Sorgulayan gençler tarafından büyük bir kullanımının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu, öğrencilerin cevapları ile gösterilmiştir. Araştırmadan, Facebook'un büyük oranda kullanılmasına rağmen, bu cevaplardan çıkarıldığı gibi, bu siteye bağımlılık olmadığı tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, araştırmanın neticesinde, Facebook sitesinin dünyadaki güçlü kullanımına rağmen ve Türkiye'de özellikle Kocaeli Üniversitesi öğrencileri için bu sitenin kullanımının aktif olmadığı açıktır.

Ayrıca, Facebook sitesini kullanırken aile içindeki sosyal ilişkilerin etkilenmediği ve elde edilen sonuçlara göre bu ilişkilerin hala güçlü ve sürekli olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda, "Facebook" gibi bu tür bir sosyal ağ kullanımının, sosyal ağların kullanımından kaynaklanan sorunların ortaya çıkmasına neden olmadığı bulunmuştur; Kimlik, Gizlilik ve Sosyal İzolasyon gibi.

SONUÇ

İletişim teknolojisindeki büyük gelişmeler, halkın sosyal ilişkilerini ve birbirleriyle etkileşim yollarını değiştiren yeni iletişim araçlarının üretimine yol açmıştır. Bireyler doğrudan yüz yüze görüşmelerden kaçınmaya başlamış ve bunun yerine bilgisayar ekranına güvenerek, yaşamında gerçek insanlara ayrılan süreyi azaltan sanal bir etkileşimde kayda değer bir zaman harcıyordu. Sosyal ilişkiler ve bunların yol açtığı sosyal etkileşimler, bu etkileşimi toplumda tanımlanmış rollerdeki belirli bir sosyal beklenti sistemi varlığında yöneten ve bu nedenle de belirli bir sosyal ilişki deseni belirleyen bir dizi kritere dayanmaktadır.

Modern araçların tanıtılmasından ve toplumun farklı kesimlerinden ve sınıflarından üyeleri tarafından kullanılmasından sonra, bu araçların en önemlilerinden birini temsil eden sosyal ağ siteleri, sosyal hayata yeni bir yol ve yeni veriler dayatmaktadır. İfade ve eleştiri, destek ve reddetme, ilişki oluşturma ve haber ve bilgi alışverişinde bulunma, eğlence, kapalı gruplar oluşturma, kendini izole etme ve bazı sosyal ilişkilerin, amaçlarının ve fonksiyonlarının anlamını değiştiren gerçek hayattan kaçma aşamasına katkıda bulunmaktadır. Sosyal ağ sitelerinin kullanımının, gerçekliğin çelişki ve kısıtlamalarla yüklenenlerin yerine getirmediği şeylere izin verdiği söylenebilmektedir ve sonuçta kullanıcılar giderek gerçekte olmayan veya ondan kaçamayan veya açılma arzusundan ve ifade, yorum yapma, paylaşma ve eleştirinin çeşitli kısıtlamalarından kurtulmaktan uzaklaşan insanlar olmaktadır.

Birçok kullanıcı arasındaki sosyal ilişkilerin bazıları, tüm yönleriyle gerçek dünya ilişkilerine mükemmel bir alternatif oluşturmaktadır. Kullanıcının kendisini özgürce ifade ettiği sanal bir dünyada, kullanıcı varlığını vurgulamak, fikrini ifade etmek, bilgi edinmek ve zaman harcamak, ayrıca arkadaşlar ve sanal bağlantılar oluşturmak ve aile üyeleri, akrabalar, komşular ve okuldaki veya işteki arkadaşlarıyla sosyalleşmeyi derinleştirmek istemektedir. Bu durumda kullanıcı sosyal paylaşım sitelerinin olumsuz taraflarına kaymamak için iyi bir denge ve kontrol sağlamalıdır.

Bu siteler (sosyal ağlar), kullanıcılara sosyal aktiviteler katılmak için yeni kanallar ve bilinen gerçekçi sosyal ilişkilerden farklı sınırsız bir sanal dünya ile karakterize sosyal ilişkileri oluşturmak için yeni bağlantılar sunmayı başarmaktadır. Kullanıcıların sosyal çevrelerinde günlük yaşamlarını etkileyen bu siteler,

kullanımının zirvesinde, her türlü birey, grup, organizasyon ve topluluk için yeni yol açan, çeşitli konularda görüşlerini ve durumlarını özgürce ifade etmek, sosyal bağlar ve ilişkiler kurmak için aksi takdirde mümkün olmayacak sanal bir dünya oluşturmaktadır.

Sosyal ilişkiler ve sosyal etkileşim, toplum içindeki özel rol ve pozisyonlardaki toplumsal beklentilerin özel bir sisteminin varlığı aracılığıyla bu iletişimi yöneten birtakım kriterlere dayanmaktadır. Sosyal etkileşim bireyler ve gruplar arasındaki iletişimin aracı olduğu için, şüphesiz o özel bir durum ile bağlantılı bir takım sosyal beklentilerin sonucudur. Sosyal ilişkiler karşılıklı birtakım beklentilere yol açmaktadır.

Fakat, modern araçların ortaya çıkması ve onların yaş ve cinsiyetlere rağmen toplumun farklı üyeleri tarafından kullanımı, bazı ilişkileri amaçsız, anlamsız kılmıştır. Sonuç olarak bazı ilişkiler yeni koşullara göre değişmek zorunda ve onların temel fikrini devam ettirmek zorunda ya da bu ilişkiler yerini yeni koşullara uygun yeni bir ilişkiye yerlerini bırakmaktadır.

Hipotezlerin sonuçlarına gelince; bu sonuçlar, "Facebook sosyal paylaşım sitelerinin kullanımının cinsiyete ve yaşa bağlı olarak bir kullanıcıdan diğerine değiştiği" ilk hipotezini doğrulamaktadır.

İkinci hipoteze gelince; Kocaeli Üniversitesi'nde Facebook kullanıcıları, Facebook'u diğer sosyal paylaşım sitelerinden farklı olduğu ve kullanıcılarının her şeyin hâkimi olmasına izin verdiği için kullanmaktadır. Araştırmamızda elde edilen sonuçlar sayesinde tüm araştırma örnekleminin Facebook kullandığını bulduk. Ve bunun sebebi de Facebook sitelerinin güzel uygulamalardan yararlanmalarından dolayı diğer sosyal paylaşım sitelerinden farklı olmasıdır. Ankete katılanların çoğunun Facebook sitesini arkadaşlarıyla iletişim kurmak, oyun oynamak ve diğer insanlarla arkadaş olmak için kullandığı ve hatta bir eğitim alanı olduğu düşünülmektedir.

Üçüncü hipotez ile ilgili olarak; Facebook'un kullanımı, bireysel sosyal faaliyetlerin belirgin bir şekilde geri çekilmesini sağlamaktadır ve bu site aile ve arkadaşlarla olan kişisel teması azaltmaktadır. Araştırmamızdan elde edilen sonuçlar

sayesinde Facebook sitesinin Kocaeli Üniversitesi öğrencileri tarafından kullanılmasının, arkadaşlarıyla ve aileleriyle yapmaya alıştıkları sosyal aktivitelerden çekilmelerine yol açmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca dünyanın en popüler sitelerinden biri olan Facebook, katılımcılar ve aileleri veya arkadaşlarıyla kişisel ilişkilerini azaltmamaktadır.

Son hipoteze gelince; Kocaeli Üniversitesinde Facebook kullanıcıları, Facebook'u kendilerini eğlendirmek için kullanmaktadırlar ve ayrıca çeşitli türdeki bilgileri öğrenmektedirler. Araştırmanın sonuçları, katılımcıların büyük bir yüzdesinin Facebook'u kendi kendine eğlence amacıyla kullandıklarını ve ayrıca çeşitli türlerdeki bilgileri takip ettiklerini göstermektedir. Ayrıca araştırma formunu analiz ederken elde ettiğimiz cevapları bu şekilde açıklayabilmekteyiz. Bilgili ve eğlenceli olduğu için diye cevap verenler; 26,1 oranla "Çok Sık" olduğunu belirtmişlerdir. Bu oran diğer seçeneklerden daha çoktur. Buradan da anlaşılacağı üzere Facebook, bilgili ve eğlenceli olduğu için Facebook kullanıcıları tarafından motive eden bir unsur olarak görülmektedir.

Son olarak, sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı ile sosyal ilişkiler arasındaki ilişkinin her zaman olumsuz olduğu söylenmemektedir. Bu olumsuz etki toplumlara ve kültürlere bağlı olmaktadır Bu sitelerin birleştirici olanı parçalayabildiği ve parçalanmışı toplayabildiği söylenebilmektedir. Birçok sosyal değişkene bağlı olarak bir topluluktan diğerine veya bir bireyden diğerine değişiklik gösterebilmektedir. Negatif ve pozitif normatif değerlerin göreceli olduğu söylenebilmektedir. Çünkü negatif olan şey zamanla pozitifleşmektedir. Bir toplumda olumsuz bulduğumuz şey diğer bir toplum veya kültür için olumlu olabilmektedir. Bu nedenle, Facebook sorunu siyah-beyaz bir sorun olarak değerlendirilememektedir. Etki öncelikle cinsiyet, yaş gibi bireysel özelliklere ve bireyin ait olduğu topluma ve kültüre bağlı olarak kullanıcıyla ilgili olmaktadır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Ali Toprak, Ayşenur Yıldırım, Eser Aygöl, Mutlu Binark, Senem Börekçi (2009). Tuğlul Çomu, Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Ali Khalil Shakra (2014). Yeni Medya (Sosyal Ağlar). Ürdün: Osama Yayınevi.
- Azzam Ebu Hamamı (2011). Medya ve Toplum. Ürdün: Osama Yayınevi.
- Al Said Hussein (1986). Sosyolojide Kavramlar. Mısır, Dar Al-Ma'aref Yayınları.
- Al-Labban Sharif Darwish (2000). İletişim Teknolojileri, Riskler ve Sosyal Etkiler, Kahire: Mısır Lübnanlı yayınevi.
- Ali Hicazi Ibrahim (2017). Alternatif Medya. Amman – Ürdün: Al Manhal yayınları.
- Abdul Razzaq Mohammed Al Dulaimi (2000). Yeni Medya ve Elektronik Gazeteciliği. Ürdün: Dar Wael Yayınevi.
- Kurtkan, Amiran Bilgiseven, (1976). Genel Sosyoloji. İstanbul: Üniversitesi Yayınları.
- Diaa El-Din Ibrahim Negm (2000). Sosyal Gruplar, Kuramsal ve Uygulamalı Tutumlar. Mısır: Üniversite Kütüphanesi Yayınları.
- Enver Özkalp (2016). Sosyolojiye Giriş. Bursa Ekin Basım Yayın Dağıtım Yayınları.
- Emre Kongar (1985). Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği. İstanbul: Bilgi Yayını.
- Erkan Akar (2010). Sosyal Medya Pazarlaması; Sosyal Web’te Pazarlama Stratejileri, Ankara: Efil Yayınevi.
- Eke Holtkrans, (1973) Antropoloji ve Folklor Sözlüğü, (Çev. Mohamed El Gohary ve Hassan El Shami). Mısır, Kahire: El Maaref Yayınevi.
- Fayez Abdulla Shahri (2003). Yeni İletişim Yoluyla İlişkili Güvenlik Sorunları. Suudi Arabistan: Al Hekma Yayıncılık ve Dağıtım Yayınları.
- Funda Güleç Yalçın (2016). Küçük İşletmeler için Sosyal Medya, İstanbul: Abaküs Kitap Yayın Dağıtım Hizmetleri.
- Ghareeb Mohamed Sayed Ahmed (2003). Sosyoloji ve Toplumun Çalışma, Mısır: Üniversite Bilgi Yayınevi.
- Gary, Hall (2008). Bu kitabı dijitalleştir! Yeni Medyanın politikası ya da neden hemen erişime ihtiyacımız var, ABD: Minnesota Üniversitesi Basımı.
- Halil İbrahim Bahar (2008). Sosyoloji. Ankara: Usak Yayınları.
- Joseph Fichter (2002). Sosyoloji Nedir, Çev. Nilgn Çelebi, Ankara: Anı Yayınları.
- İsmail Mahmud Hassan (1998). İletişim Biliminin İlkeleri ve Etki Teorileri. Mısır: Al Dar Uluslararası Yayıncılık ve Dağıtım Kütüphanesi.

- Jaber Awad Al-Sayed (1996). Teknoloji ve Sosyal İlişkiler. Mısır: Üniversite Bilgi Evi Yayınları.
- Mustafa E. Erkal (1998). Sosyoloji “Toplumbilimi”. İstanbul: Der Yayınları.
- Mohamed Atef Ghaith (1990). Kentsel Sosyoloji Teorik Yaklaşım. Mısır: Üniversite Bilgi Yayınevi.
- Mohamed Abdel Hamid (2008). İnternette İletişim ve Bilgi, Kahire. Kitapların Dünyası yayınları.
- Mohammed Sayed Rayan (2012). Yeni Medya. Mısır: Al-Ahram Yayıncılık.
- Mahmoud Ezzat El-Laham, Marwa Issam Salah (2015). Uluslararası Basında Son Medya Trendleri. Ürdün: Dar Al- Aslami Yayıncılık ve Dağıtım Yayınları.
- Mahmoud Alam El Din (2000). Bilgi Çağında Basın. Mısır: Arap Yayıncılık ve Dağıtım Yayınları.
- Mohamed Taymour Abdel Hassib & Mahmoud Alaa El Din (2001) Bilgisayar ve İletişim Teknolojileri. Mısır: El Shorouq Yayınları.
- Mustafa Youssef Kâfi (2016). Etkileşimli Medya. Ürdün: Al Hamed Yayıncılık ve Dağıtım Yayınları.
- Maan Halil (1999). Sosyal Yapı ve Sistemleri. Ürdün: Dar El-Shorouk Yayıncılık ve Dağıtım Yayınları.
- Maan Khalil Omar (2001). Sosyoloji Antropolojisi. Ürdün: Shurok Yayınları.
- Mehmet Niyazi Tanılır (2002), İnternet Suçları ve Bireysel Mahremiyet. Ankara: Liberte Yayınları.
- Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly (2008). Yeni Medya: Kritik Bir Giriş. ABD ve Kanada: Taylor & Francis E-Kütüphanesinde Yaynlandı.
- Nicola Timachev (1893). Sosyoloji Kuramı: Doğa ve Evrim, Çeviri: Mahmoud Odeh vd, Kahire, Mısır, Dar Al Ma'arif Yayınevi.
- Oktay Akınhay (1998). Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Omar Khaleel Maan (1999). Sosyal Yapı ve Sistemler. Amman: Al Shorouk Yayınevi.
- Pelin Vardarlıer (2016). Sosyal Medya Stratejisi, İstanbul: Sonçağ Yayıncılık Matbaacılık.
- Ritzer, Christopher ve François, Depelteau, (2013), İlişkisel Sosyoloji, Ankara: Phoenix Yayınları.
- Sadiq Abbas Mustafa (2008). Yeni Medya Kavramları Araçları ve Uygulamaları. Amman: Al Shorouk Yayınevi.
- Sadek Abbas Mustafa (2008). Yeni Medya Kavramları, Yöntemleri ve Uygulamaları. Amman: Al Shorouk Yayınları.
- Salah Mustafa Al-Fawal (1996). Teori ve Uygulama Sosyolojisi. Mısır: Arap Fikir Evi Yayınları.

- Sadık, Abbas Mustafa (2008). Yeni Medya- Kavramlar, Araçlar ve Uygulamalar. Amman Al Shorouk Yayınevi.
- Sabre Falhout ve Muhammed El Buhari (1999). Küreselleşme ve Uluslararası Medya Değişimi. Suriye: Alaa Eddin Yayıncılık ve Dağıtım Yayınları.
- Suud Saleh Yazar (2003). Eski Medya ve Yeni Medya. Suudi Arabistan: Orta Doğu Kütüphane Yayınları.
- Şeniz Anbarlı Bozatay (2011). Sosyoloji. Ankara: Beta Basım Yayın Dağıtım Yayınları.
- Şeymhus Alakuşu (2014). Viral Pazarlama, Ankara: Özyurt Matbaacılık.
- Ünver Günay (1998). Din Sosyolojisi. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Yeliz Kuşay (2013) Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Makaleler, Tezler, Bildiriler, dergiler, Diğer Basılı Yayınlar

- Aaron Rosen And Alma Laihanen (2017). Youtube Ile Kimlik İletmek Youtube'da Sembolik Tüketimin İncelenmesi, Tüketici Kimlik Projelerinin Geliştirilmesi, Yüksek Lisan Tezi Uluslararası Pazarlama ve Marka Yönetimi, Lund, İsveç.
- Ayşegül Elif Karagülle, Berk Çaycı (2014). Türk Online Tasarım, *Sanat Ve İletişim Dergisi*, Sayı: 1, S4
- Ali Mohamed Rahouma (2008). Otomatik Sosyoloji: Bilgi Dünyası, 347, s74.
- Celine Arca (2012), "Sosyal Medya Pazarlaması İşletmeler İçin Fayda Sağlar, Her İşletme Sosyal Medya Sitelerini Neden ve Nasıl Oluşturmalı ve Geliştirmelidir?" Yüksek Lisan Tezi, Lund, Sweden.
- Dholakia, U.M., Bagozzi, R.P., And Pearo, L.K. (2004). Ağ ve Küçük Grup Tabanlı Sanal Topluluklarda Tüketicinin Katılımının Sosyal Etki Modeli. *Uluslararası Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı 21 (3), ss 241-243.
- Elif Deniz (2010). Sanal Topluluklar ve Tüketim Kültürü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, ss 46-47.
- Erdoğan İrfan (2007) "Karl Marx İnsan, Toplum ve İletişim", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 25, ss 199-228.
- El-Sadig Rabah, (2008). Modern İletişim Teknolojileri ve Sosyal Bağlantıların Sorunları, Sharjah-UAE: Sosyal İşler. Sayı 99, s 16.
- Flaherty, Casey (1992), Gözetim Topluluklarında Gizliliğin Korunması: Federal Almanya Cumhuriyeti, İsveç, Fransa, Kanada ve ABD. Amerika Birleşik Devletleri: Kuzey Carolina Üniversitesi Basını.
- Frank T. Rothaermel. Ve Sugiyama, S. (2001), 'Sanal İnternet Toplulukları ve Ticari Başarı: Timezone.Com Atipik Örneğine Dayalı Bireysel ve Toplum Düzeyi Teorisi', *İşletme Dergisi*, Cilt 27, Sayı 3, s299.
- Hermida, Alfred (2010). Haberlerin Twitter'da Olması: Ortam Gazeteciliğinin Ortaya Çıkışı. *Gazetecilik Uygulaması*, 4, ss 297-308.

- İbrahim İsmail Abdo (2009) Çevrimiçi Sosyal İlişkiler Potansiyel Fırsatlar ve Gizli Riskler Üzerine Bir Çalışma. ASRAB Araştırma, Çalışma ve Medya Merkezi.
- İbrahim Beziz (2008). Sohbet ve sohbet forumları kullanım amaçlarını birey ve topluma yansımalarını incelemektir. Yüksek Lisans Tezi, Ben Khadah Ben Youssef Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Cezayir.
- Jim Banister. (2004) Fare Kelimesi, Ağ Bağlantılı Medyanın Yeni Yaşı, Chicago, Agate, s 53.
- Judith S. Donath, (1998). Sanal Toplulukta Kimlik ve Aldatma, Londra: Routledge, s 13.
- Mohamed Abdel Hadi ve Diğerleri (2005). İtranet Bağımlılığı ve Üniversite Öğrencileri Arasında Depresyon ve Sosyal Destek ile İlişkisi, Kahire Eğitim Fakültesi Bibi Süleyman Dergisi, Sayı 4, s4.
- Maha Faleh Shak Allah, (2013), Rapor: Yeni Medya Nedir (Gazetecilik Yüksek Lisans Programında Özel Bir Konuda), Gazze İslam Üniversitesi, Sanat Fakültesi, Basın ve Medya.
- Marcel Danesi (2009), *Medya ve İletişim Sözlüğü*, M.E. Sharpe, New York, ABD.
- Nubi Mohamed Hassan (2003) Bilgi ve Sosyal İlişkiler Devrimi, Riyad: Kral Suud Üniversitesi, *Suudi Kentsel Bilimler Derneği*, Sayı 28, s35.
- Richard Harrison ve Michael Thomas. (2009): Çevrimiçi Topluluklarda Kimlik: Sosyal Ağ Siteleri ve Dil Öğrenimi, *Uluslararası Gelişen Teknolojiler ve Toplum Dergisi*, vo7 (2), s111.
- Rothaermel, F.T. And Sugiyama, S. (2001). 'Sanal İnternet Toplulukları ve Ticari Başarı: Timezone.Com'un Atipik Örneğine Dayalı Bireysel ve Toplum Düzeyi Teorisi', *İşletme Dergisi*, Sayı 27, ss 297-312.
- Shalaka Ayarekar (2015). "Sosyal Medya Reklamcılığının Genç Çalışan Kadınların Tüketici Elektronikleri İle İlgili Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi Ve Etkinliği – Maharashtra Ve Gujarat'ta Seçilmiş Şehirlerin İncelenmesi", Doktora Tezi, D.Y.Patil Üniversitesi, Navi Mumbai.
- Sadık Rabah, (2007). Kendiliğinden Oluşum İçin Yenilikçi Bir Alan Olarak İtranet. *Mısır Kamuoyu Araştırmaları Dergisi* 8 (2) S 265.
- Samira Shaikhani, (2010). "Bilgi Çağında Yeni Medya", *Şam Dergisi*, Sayı 1 s. 448.
- Stéphanie Cloutier-Breault, (2011). Yeni Medya Çağında Geleneksel Televizyonun Gelecek Perspektifleri. Yüksek Lisans Tezi, Montreal'deki Quebec Üniversitesi, Kanada.
- Zaher Rami (2003), Arap Dünyasında Sosyal Ağ Sitelerinin Kullanımı, Amman: Eğitim Dergisi, Sayı 15, ss 23-24
- Wamalwa, T. (2007). 'İnternet Teknolojisi ve Sanal Toplulukların Zorlukları', *Uluslararası İşletme Araştırmaları Dergisi*, Sayı 4, s 69
- Vala Ali Rohani, Ow Siew Hock, (2009). "Sosyal Ağ Web Sitelerinde: Tanımı, Özellikleri, Mimarileri ve Analiz Araçları" Malaya Üniversitesi, Malaisie.

Elektronik Kaynaklar

Nasreen Hassouna (2014). Yeni Medya Kavramı, Anlamları, Özellikleri ve İşlevleri. <file:///C:/Users/Asus/Downloads/alelam.pdf> Erişim tarihi -02-12 2018

http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=119:2010-10-19-15-05-28&catid=40:2010-10-19-13-51-04&Itemid=77 Erişim tarihi 2018-02-18

<https://www.statista.com/topics/2019/youtube/> Erişim tarihi 2018-02-18

<https://www.statista.com/statistics/274050/quarterly-numbers-of-linkedin-members/> Erişim tarihi 2018-02-24

<https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwid> Erişim tarihi 2018-02-26

<http://www.rehberlik.biz.tr/dosyalar/sosyoloji.2013.pdf> Erişim tarihi 2018-03-01

<http://searchcio.techtarget.com/definition/Instagram> Erişim tarihi 2018-03-08

<https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/> Erişim tarihi 2018-03-08

<https://weziwezi.com/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82-Instagram/> Erişim tarihi 2018-03-12

<http://whatis.techtarget.com/definition/Google-plus> Erişim tarihi 2018-03-12
Yeni Medyanın Çalışma Tanımı 1998 <http://www.sheridanc.on.ca> Erişim tarihi 2018-04-25

EK1. ANKET FORMU

İLK BÖLÜM DEMOGRAFİK VERİLER

1. Cinsiyet

Erkek

Kadın

2. Yaş

18-22

23-33

33 Üste

3. Bölümünüz nedir?

4. Eğitim Seviyesi

Lisan

Yüksek lisans

Doktora

5. Medeni Durum

Bekâr

Evli

İKİNCİ BÖLÜM: "FACEBOOK" KULLANIMININ ALİŞKANLIKLARI

6. Facebook Kullanıyor Musunuz?

Evet

Hayır

7. Ne Zaman Beri "Facebook" Kullanıyorsunuz?

3 Yıdan Az

4 ile 6 Yıl Arası

6 Yıdan Fazla

8. Günde Kaç Saat "Facebook" Kullanıyorsunuz?

1 Saatten Az

1-2 Saat Arası

2-3 Arası

9. Gün İçinde kaç kere Facebook'u Kontrol Edersiniz?

1 Kez

2 ya da 3 kez

3kez ve daha fazla

10 "Facebook" Kontrolü İçin Hangi Zaman Dilimini Tercih Ediyorsunuz?

Akşam

Gece

Sabah

11 "Facebook'da" En Çok Hangi Özelliği Kullanıyorsunuz?

İfadeler	Hep	Çok Sık	Sık	Nadiren	Hiç
Fotoğraf Paylaşımı					
Bağlantı Paylaşımı					
Video Paylaşımı					
Oyunlar					
Sohbet					

Uygulama					
----------	--	--	--	--	--

12 “Facebook’da” Sıklıkla Neler Yapmayı Tercih Ediyorsunuz?

İfadeler	Hep	Çok Sık	Sık	Nadiren	Hiç
Sadece Arkadaşlarımın Paylaşımların Okurum					
Özel Olarak Paylaşım Yaparım					
Arkadaşlarımla Sohbet Ederim					
Arkadaşlarımın Gönderilerine Yorum Yaparım					
Kullanılabilir Uygulamalar Denerim					
Arkadaşlarımla Oyun Oynarım					

13 “Facebook” Kullanmak İçin Sizi Motive Eden Şey Nedir?

İfadeler	Hep	Çok Sık	Sık	Nadiren	Hiç
Bilgili ve Eğlenceli Olduğu İçin					
Eğitimsel Olduğu İçin					
Daha Fazla Bilgi Alındığı İçin					
Arkadaş ve Aile İletişiminde Kolaylık Sağladığı İçin					
Yeni İnsanlarla Tanışma Olanağı Sağladığı İçin					
Haberleri Okumak ve Güncel Olayları Takip Etmek İçin					
Duyusal ve Sosyal Boşluktan Kurtulmak İçin					

14. “Facebook’a” Giriş Yaptığınız Zaman, Hesabınızı

Gerçek Adımı Tercih Ederim

Takma Adımı Tercih Ederim

15. Gerçek Adımı Kullanmayı Tercih Ederim

Diğerleriyle Etkili İletişim Kurabilmek İçin

Güvenli Takipçi Bulabilmek İçin

Kişisel Sorulardan Kaçmak İçin

Kolayca Bulabilmek İçin

16. Takma Ad Kullanmayı Tercih Ederim

Esas Yapmak İstedğimden Farklı Bir Rol Yapmak İçin

Gerçek Kimliğimi Gizlemek İçin

Özgürce Dolaşmak İçin

17. Tanımadığınız Kişilerden Gelen İstekleri Onaylıyor Musunuz?

Evet

Hayır

18. Cevabınız Evet İse Sebebi...

Eğlenceli Vakit Geçirmek İçin

Karşı Cins ile İlişki Kurmak İçin

Yeni Bilgi Almak İçin

Yeni İnsanlarla Tanışmak İçin

19. Cevabınız Hayır İse Sebebi...

Diğer İnsanların Beni Tanıması İçin

İstedigimi Yayınlamakta Özgür Olmak İçin

Sadece Tanıdığım İnsanlarla İletişim Kurmak İçin

20. "Facebook" Hangi Alandan ihtiyacınız karşılıyor?

İfadeler	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Tarafsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Özgürce Fikrimi Belirtmeden					
Gerçeklerden Kaçmadan					
Merakımı Gidermeden ve bilgi almadan					
Diğer kişilerle iletişim kurmadan					

21. "Facebook" Hangi Sosyal İsteklerinizi Karşılıyor?

İfadeler	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Tarafsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Arkadaşlıklarda					
Sosyal Problemleri Çözmede					
Karşı Cins ile İlişkide					

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: "FACEBOOK" VE SOSYAL İLİŞKİLER

22. "Facebook" ve Sosyal İlişkiler

İfadeler	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Tarafsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Facebook Kullandığımda, Kendime Daha Özgür Hissediyorum					
Ailemle Geçirdiğim Zamandan Daha Çok Arkadaşlarım ve Akrabalarım ile Facebook'da Konuşarak Zaman Geçiriyorum.					

Ailemle ve Arkadaşlarımdan Gibi Daha Çok Facebook Grup Arkadaşlarımla Sosyal Bağlılık Hissediyorum.					
Arkadaşlarımla Yüz yüze Görüşmektense İnternet Üzerinden Konuşmayı Tercih Ederim.					
“Facebook’da” Daha Açık ve Cesur Bir Şekilde Konuşmama İmkân Tanımır.					
Duygusal ve sosyal boşluk beni facebook kullanmaya itti.					
“Facebook’da Ki” Arkadaşlarımla Sayısı Yüzyüze Tanıdığım Eş Dost ve Akrabalarımla Sayısından Daha Çok.					
Gerçek Hayattaki Arkadaş ve Dostlarımdan Ziyade “Facebook’daki” Dost ve Akrabalarıma Güveniyorum.					
Facebook’da Ki Arkadaşlarımla Olan Yakınlık Hissi Beni Onlarla Yüzyüze Tanışmaya İtti.					
“Facebook” Kullanmaya Başladığımdan Beri Ailem ile İletişiminin Azaldığını Hissediyorum.					
“Facebook” kullanmaya başladığımdan itibaren akraba					

ziyaretlerim azaldı.					
“Facebook” Kullanmaya Başladıktan İtibaren Ailede Sosyal Aktivitelerim Arttı.					
Ailem “Facebook’da” Çok Zaman Geçirdiğim İçin Şikâyet Etmekte.					
“Facebook” Araçlığı ile İletişim Kurduğum İnsanlara Daha Yakın Hissediyorum.					