

Psikolojik Bakış Açısı ile Sosyal Medyada Benlik Sunumu*

Self-Presentation in Social Media from a Psychological Perspective

Eda DELİGÖZ**

10.32739/usmut.2023.9.15.100

Öz

Araştırmanın amacı, internet kullanıcılarının sosyal medyada yer alırken gerçek benlik (real-self) sunumlarının farklılaşması ve bireylerin sosyal medya ortamlarında geçirdikleri kullanım sürelerinin artışıyla gelişebilecek psikopatolojik durumları literatürde yer alan araştırmalar aracılığıyla açıklık getirmek ve incelemek olmuştur. Bu farklılaşma psikolojik kuramlar çerçevesinden açıklanmıştır. Araştırmada yer alan anahtar kelimeler, sosyal bilimlerde ve psikolojiyle ilişkili diğer disiplinlerde önemli görülmekte ve literatürde yer alan birçok çalışmaya konu olduğundan ve konu olmaya devam ettiğinden bahsedilebilir. Günümüzde “İnternet” kavramı sosyal medya (social media) ortamları ile eş anlamlı görülmekte ve toplumu oluşturan bireyler, çoğunlukla buldukları topluluklarda sosyal medya hesaplarındaki profillerle kendilerini tanıtmakta, kullanıcıların öncelikleri sosyal medya profil hesaplarını arzuladıkları ideal benlik (ideal-self) bakış açısıyla tasarlamaktır. Sosyal medya ortamlarında yer alan kullanıcı profillerini, olmaya çalıştıkları ideal benlik (ideal-self) algılarına göre şekillendirmeye çalışırlar. Toplum içerisinde sergilenen gerçek benlik (real-self) sunumları ile sosyal medyadaki ideal benlik (ideal-self) sunumları arasındaki fark ve sonrasında bu farkın yol açacağı çatışmaların (psikopatolojik örüntülerin) irdelenmesinin önemli olduğundan bahsedilebilir. Bu çatışma eklektik bir yol izlenerek psikolojik kuramlar ile açıklanmıştır. Araştırmanın yöntemi, çoğunlukla sosyal bilimler başlığı altında yer alan çalışmaların literatür taraması yapılarak, psikolojik kuramsal perspektife dikkat edilerek oluşturulmaya çalışılmıştır. “İnternet”, “internet bağımlılığı”, “sosyal medya”, “benlik sunumu” ve “benlik” gibi anahtar kavramlar disiplinler arası bir yaklaşımla literatür taraması yöntemiyle oluşturulmuştur. Multidisipliner bir yaklaşımı gerektiren kavramsal analizlere, teorik-kuramsal noktaları öne çıkaran çalışmalar sayesinde açıklık kazandırılmaya çalışılmıştır. Kimyasal olmayan yeni bir bağımlılık türü, “internet bağımlılığı” (internet addiction) birçok tez, makale, kitap ve çevirilerde yer almaktadır. Literatürdeki bilimsel çalışmalarda, internetin aşırı bir biçimde kullanımının ve bunun sonucunda ortaya çıkan internet bağımlılığının yarattığı birçok problemden bahsedilmektedir. İnternetin aşırı bir biçimde kullanımı, bireyler üzerinde fizyolojik ve psikolojik olarak olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Araştırmanın sonucunda internet, sosyal medya, bilgisayarlar, akıllı taşınabilir cihazlar ve diğer tür teknolojik yeniliklerin bireylerde, kullanıcılarda stres yaratan, gerçek benlikleri ile ideal benlikleri arasında çatışma yaşamalarına ve psikolojik bağımlılıklara neden olan unsurlar olduğundan bahsedilmektedir. İnternet ve beraberinde sosyal medya kullanıcılarının her geçen gün artması, hayatlarının her alanında sanal olarak ilerlemeleri, kullanıcıları sanal olmaya bağımlı kılar hale getirmektedir. Günümüz internet çağında çevrimiçi topluluklar artmakta, insanlar iletişim ve sosyalleşme için çevrimiçi iletişime yönelerek günlük aktivitelerinde işlevselliğin bozulması durumuyla karşılaşabilmektedir.

Anahtar Kelimeler:

İnternet, Sosyal Medya, İnternet Bağımlılığı, Benlik, Benlik Sunumu

Abstract

The aim of the research is to clarify and examine the psychopathological conditions that may develop with the increase in the duration of use of the individuals in social media environments, with the help of the studies in the literature. This differentiation has been explained within the framework of psychological theories. The keywords in the research are considered important in social sciences and other disciplines related to

* Bu makale İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı'nda yapılan tez çalışmasından türetilmiştir.

** Üsküdar Üniversitesi, SOBE, Psikoloji Doktora Öğrencisi, eda.deligoz@st.uskudar.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7037-5527.

psychology, and it can be mentioned that they have been and continue to be the subject of many studies in the literature. Today, the concept of "Internet" is seen as synonymous with social media environments, and the individuals that make up the society mostly introduce themselves with the profiles on their social media accounts in the communities they are in, and the priorities of the users are to design their social media profile accounts with the ideal self-perspective they desire. Users in social media environments try to shape their profiles according to their ideal self-perceptions. It can be said that it is important to examine the difference between the real self-presentations in the society and the ideal self-presentations in the social media, and the conflicts (psychopathological patterns) that will result from this difference. This conflict has been explained by psychological theories following an eclectic path. The method of the research was tried to be formed by making a literature review of the studies mostly under the title of social sciences, paying attention to the psychological theoretical perspective. Key concepts such as "Internet", "internet addiction", "social media", "self-presentation" and "self" were realized with an interdisciplinary literature review method. Conceptual analyzes that require a multidisciplinary approach and studies that highlight theoretical-theoretical points have been tried to be clarified. A new type of non-chemical addiction, "internet addiction", takes place in many theses, articles, books and translations. In the scientific studies in the literature, many problems caused by the excessive use of the internet and the resulting internet addiction are mentioned. Excessive use of the Internet causes physiological and psychological negative consequences on individuals. As a result of the research, it is mentioned that the internet, social media, computers, smart portable devices and other kinds of technological innovations are the factors that cause stress in individuals and users, conflict between their real selves and ideal selves, and psychological addictions. The increase in internet and social media users day by day and their virtual progress in every aspect of their lives make users addicted to being virtual. In today's internet age, online communities are increasing, people may face the deterioration of functionality in their daily activities by turning to online communication for communication and socialization..

Keywords:

Internet, Social Media, Internet Addiction, Self, Self-Presentation

GİRİŞ

İletişim, toplumda bireylerin bir araya gelerek oluşturmuş oldukları gruplar arası gerçekleşen etkileşim ile bireylerin kendilerini diğer insanlara anlatabilmelerine imkân sağlar. İnsanoğlunun iletişim kurma yöntemleri ve iletişimi sağlama araçları, teknolojinin gelişimiyle, geçmişten bugüne değin hızlı bir değişime uğramıştır. İletişimin teknolojik araçlar ile kurulması ve beraberinde internetin topluma sağlamış olduğu faydalar; bilgi kaynaklarına erişim kolaylığı, zamanın ve mekânın kısıtlamalarının azalması, hızlı içerik iletimi, hiyerarşiye/otoriteye karşı eşitlikçilik tutumu, etkinlikler ve katılımlar, örgüt(ler)me, toplumsal hareketlerde iletişim ve işbirliği şeklinde yer almaktadır (Deligöz, 2019). Kitle iletişim araçları sayesinde internete ve sosyal medyaya yönelik başlayan hızlı değişim, bireyleri psikolojik açıdan etkilemektedir. Yeni teknolojik aygıtlar aracılığıyla hızlı ve kolay biçimde ulaşılan sosyal medya ortamlarının, toplumsal iletişimi ve kişilerarası etkileşimi birçok yönden etkilediği, dönüştürdüğü ve sanal mecralarda yer alan bireyleri psikopatolojik örüntülere açık hale getirdiği yorumu yapılabilir. Bireyin kendisi hakkında bilinçli bir farkındalık yaratma durumu olarak ifade edilebilen, genelde kişilik yerine kullanılan "benlik" (self) kavramı, kişinin kendisinin farkındalık düzeyiyle ilişkili olup bu sürecin gelişim düzeyi, benlik kavramını şekillendirebilmektedir (Bekiroğlu ve Hülür, 2016). Benlik (self) kavramı; sembolik etkileşim, dil aracılığıyla gelişip dönüşebilen sosyal bir fenomendir; semboller de, bireylerin diğerlerinin bakış açısıyla kendilerini görebilmesini sağlarken, kişilik ve toplumun da etkileşmesini sağlayan önemli bir araç olarak ifade edilebilir (Çoştı, 2009). Benlikten (self) iki farklı türüyle bahsedilirse "gerçek benlik" (real-self) kavramı kişinin şu anda var olduğu ve içinde yer aldığı benlik olarak ifade edilebilirken, "ideal benlik" (ideal-self) kişinin ideallerindeki kendisi, olmak istediği kişi, diğerlerinin kendisinde uyandırdığı benlik çerçevesinden ifade edilebilir. İdeal benlik (ideal self), bireyin kendisinin ne olmak istediği ve başkalarının o bireyin ne olmasını istedikleri yönündeki düşünceleri ifade etmektedir

(Gülaçtı ve Özen, 2010). Gerçek benlik ile ideal benlik arasındaki fark, benlik sunumu sırasındaki bireyin düşüncelerini, duygularını, davranışlarını etkileyebilmektedir. Kişinin diğer insanlar tarafından nasıl ve ne şekilde algılandığını kontrol etme süreci benlik sunumu (self- presentation) olarak ifade edilebilir (Araz, 1998). Kişinin bedeni, kimlik duygusu, özsaygısı, mantıksal düşünmesi, benlik imajı, kendini bilmesi, tanınması benlik (self) içinde bütünleşebilmektedir (Balıkcıoğlu, 2016). Bireyin kim olduğu hakkında sahip olduğu inançların, şemaların tümüne birden “benlik” (self) kavramı şeklinde yorum yapılabilir (Taylor vd., 2012). Bireylerdeki benlik algısı ve benlik sunumu kavramlarında gözle görülür bir değişim meydana gelmiştir. Psikolojik perspektiften kişilerin benlik sunumlarının, benlik algılarının değişimine neden olan ve toplumsal etkileşimde bir dönüşüme neden olan bu sürecin incelenmesinin önemli olduğu söylenebilir. 2000’li yıllardan günümüze kadar devam eden, Web 2.0, İnternet üzerinde online oluşun arttığı, insanların çeşitli uygulamalar üzerinden farklı platformlarda bir araya geldiği, bu sanal ortamlarda geliştirdikleri çevrimiçi (online) iletişim süreçlerine aktif bir şekilde katılım gösterebildikleri, sosyal medya tabanlarının temelini oluşturduğu bir dönemin başlamasına yol açmıştır (Çelik ve Özçağlayan, 2014). Çevrimiçi (online) medyanın yeni çeşidi olan sosyal medyanın (social media) temel 5 ana başlıkta karakteristik özellikleri; katılım, açıklık, sohbet, topluluk ve bağlılık olarak ifade edilebilir (Doğru ve Doğru, 2014).

Toplum içerisindeki insanların çoğunun anlık bilgi sahibi olmak ve çevresinde meydana gelen olaylara anlam vermek istemesi, herhangi bir konuda grup(lar)la etkileşime geçerek toplumsal ve psikolojik gereksinimleri karşılamak istemesinden dolayı günümüzde bireylerin sosyal medyaya olan bağımlılıklarında artış söz konusu olmaktadır (Becan, 2018). Literatürde özellikle son yıllarda Covid-19 pandemisiyle birlikte gelişen online iletişimin artması da bu çalışmanın önemine vurgu yapmaktadır. Toplumsal paylaşım ağları olarak ifade edilen, küresel bir hizmete imkân sağlayan web tabanlı internet siteleri, yüz yüze iletişimi mümkün olmayan bireylerin, sanal ortamlarda bir araya gelmelerine olanak sağlar. Günümüzde İnternet kelime anlamı, konum ve zaman kısıtlılığı içermeyen bir kavram olmakla birlikte eğitim, sağlık, endüstri, kültür, tüketim ve kamu hizmetleri, e-ticaret vb. alanlar içerisinde sıklıkla yer almaktadır. Elbette ki birçok olumlu faktörün bulunmasıyla birlikte, internet uzamlarında online kalma sürelerinin artması sonucunda bireyler internet bağımlılığı ve beraberinde gelişebilecek psikopatolojik komorbidite (eşlik eden hastalık) ile karşılaşabilirler. Kişilerarası ilişkilerdeki iletişim becerilerinin yetersiz, eksik olması; yalnızlık, aile sorunları, mesleki problemler, doyumsuzluk, stres, fiziksel hastalıklar gibi durumlara yol açarak, bireylerin yaşamsal alanlarında olumsuz etkiler oluşturabilir (Batıgün-Durak ve Hasta, 2010). İnternet bağımlılığı tanısı almış bireylerde sıklıkla depresyon, anksiyete (kaygı) gibi problemlerle yüzleşmek yerine kendilerini internetle meşgul ettikleri, internet kullanıcılarının kompulsif aşırı kullanımdan mustarip oldukları, bunların da bilinen bağımlılık tedavi yöntemleriyle tedavi edilmesinin gerekli olduğundan bahsedilmektedir (Ekici, 2002). “İnternet bağımlılığı” bireylerin aile, okul, ev, iş sorumluluklarını bir kenara bıraktıran, tanımlanması, teşhis ve tedavisi gereken bir rahatsızlık; siber- seks, flört, sohbet kurmak, kumar, pornografi, borsada oynamak, açık artırmalara katılmak, sanal oyunlar, saplantılı bir şekilde yeni bilgiler edinme arayışında olmak gibi örüntüler çerçevesinde gerçekleşmektedir (Ekici, 2002). Nomofobik bireylerde genellikle mesaj ve çağrı olup olmadığını kontrol etme, kapsama alanı dışında olunduğunda ve kullanımın kısıtlı olduğu yerlerde endişe, kaygı, gerginlik duyma, telefonu 24 saat açık bırakma, yatağa

akıllı telefonla girme gibi davranışlar görülmektedir (Işık ve Kaptangil, 2018). Günümüzde internetin ve devamında sosyal medya ortamlarının, toplumun hemen her kesiminde normal kullanım düzeyini aşarak psikopatolojik bir aşamaya gelmesi, bu araştırmanın problemi oluşturmaktadır. Bireyleri birbirinden ayıran benlik kavramı ise bu psikopatolojik problemi ele alırken literatürde tanımlamaları geçen kavramı, multidisipliner bir şekilde ele alıp çözümlenmeye çalışmaktadır. Literatürdeki çalışma sonuçlarına göre sosyal medyayı psikopatolojik düzeyde kullanan bireylerin; duygularını ifade etmede, sorumluluk almada güçlük çekmek, işlevsellikte problem, uyum sorunları, empati kuramama, karamsar bir bakış açısıyla gelişen yabancılaşma, depresyon, dürtü kontrol bozukluğu, obsesif kompulsif bozukluk, bağımlılık ve yeme bozuklukları geliştirebileceği söylenebilir.

Araştırmanın amacı internet kullanıcılarının, sosyal medya ortamlarında yer alırken gerçek benlik sunumlarının farklılaşması sonucunda sanal ortamlarda geçirdikleri kullanım sürelerinin artışıyla gelişebilecek psikopatolojik durumları inceleyerek açıklamaktır. Araştırmanın hipotezi sosyal medya ortamlarında aktif kullanıcı olarak yer alan bireyler, ideal benliklerle sanal ortamlarda yer edinmek isterler. Sosyal medya kullanıcıları, gerçek benliklerinden uzaklaşırlar ve kurguladıkları ideal benlik ile ortaya çıkan farklılık, bireylerde psikolojik problemler geliştirebilir. Sosyal medya ortamlarında kullanıcıların benlik sunumu, gündelik yaşamda sunulan gerçek benlik ile farklılık oluşturmaktadır. Toplum içerisindeki bireyler arasında hızla yayılan internet kullanımının bağımlılık problemine neden olabileceği, son yıllarda birçok mesguliyetin çevrimiçi (online) hizmetlerle yürütülmesi, popüler sosyal medya uygulamalarında geçirilen çevrimiçi (online) kullanımının artışı sonucunda, bireylere psikolojik açıdan zarar verebilmesi ve bahsi geçen değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleme amacını doğurmuştur.

YÖNTEM

Araştırmada literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya dâhil olan çalışma sayısı fazla olduğu için literatürde yer alan yorumlar, sentezler sınırlı tutulmaya çalışılmıştır (Kurtoğlu, 2022). Çalışmada Dünya’da ve Türkiye’de sosyal medya ve benlik sunumuyla ilgili yazılmış olan makale, kitap, yüksek lisans ve doktora tezleri incelenerek genel bir araştırma eğilimi ortaya konulmuş; incelenen literatürdeki bilgilere ait veriler betimlenerek ve yeniden yorumlanarak sade bir şekilde okuyucuya sunulmuştur. Bu araştırmanın evrenini, Türkiye’de sosyal medya ve benlik sunumu ile ilgili olarak 1998- 2022 yıllarında YÖK Ulusal Tez Merkezi, Google Akademik, Basit Arama - ProQuest, <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (22 Ocak 2023 tarihinde erişildi), <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>(22 Ocak 2023 tarihinde erişildi) veri tabanlarında yer alan makale, kitap ve lisansüstü tezler arasında “sosyal medya”, “benlik sunumu”, “internet bağımlılığı” anahtar kelimeleriyle arama yapılmış ve 79 makale, kitap ve yüksek lisans- doktora tezlerine ulaşılmıştır. Seçilmiş olan bu makale, kitap, lisansüstü tez materyalleri araştırmanın örnekleme olarak ifade edilmiştir. Örnekleme dâhil edilen kitap, makale ve lisansüstü tez materyalleri bilgisayara “.pdf” formatında kaydedilmiştir. Literatür incelemesi yöntemiyle elde edilen veriler 1’den 44’e kadar numaralandırılarak bilgisayara kaydedilmiştir. Veri tabanlarında yer alan 44 kitap, makale ve lisansüstü tez evrenden seçilmiştir. Araştırmada veriler literatür taraması ile veri tabanından elde edilen bilimsel yazılar doküman incelemesi tekniğiyle elde edilmiştir. Doküman incelemesinin, araştırılmak istenen olgu/olgularla ilgili bilgileri içeren yazılı materyallerin analizinin ya-

pıldığı şeklinde olduğu söylenebilir. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizi kapsar (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Literatürde doküman incelemesi yapılırken araştırmacılar aşamaları araştırmanın problemine, analiz sonucunda ulaşmak istediği veriye, dokümanların kapsamlı olarak incelenmesine bağlı olarak yeniden yorumlanabildiği şeklinde ifade edilebilir. Bu araştırma doküman analizi tekniği aşamaları uygulanarak aktarım sağlanmıştır (Kurtoğlu, 2022). Doküman incelemesinin aşamalarından bahsetmek gerekirse öncelikle dokümana ulaşılması, orijinalliğinin kontrol edilmesi, dokümanların anlaşılması, verinin analiz edilmesi ve son olarak veriyi kullanma şeklindedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Yıldırım ve Şimşek (2013) çalışmalarında doküman incelemesinin güçlü yönlerini; kolay ulaşılamayacak özneler, tepkiselliğin olmaması, uzun süreli veya zamana yayılmış analiz, örneklem büyüklüğü, bireysellik ve özgünlük, göreceli düşük maliyet ve nitelik boyutları olarak aktarmışlardır.

BULGULAR

Literatürde birçok araştırmacı, akademisyen ve bilim insanları sosyal medya kullanımı ile benlik sunumu arasındaki ilişkiyi farklı disiplinlerin merceği altında ele alarak tüme varmaya çalışmışlardır. Sosyal medya kullanıcılarıyla yapılan psikoloji araştırmalarında benlik sunumu (self-presentation) ile narsistik eğilimlerin de incelenmesi dikkat çekici bulunmuştur. Dışadönük bireyler daha çok fotoğraf yüklemekte, durum güncellemesi yapmakta ve profillerinde daha çok görüntülenen kişi olmaktadır, içe dönük bireylerin daha çok beğeni, yorum ve paylaşım yaptıklarından bahsedilebilir (Karaoğlu, 2015). Tam bir kimlik oluşturmak, bireyin etkileşimde kaldığı kişiler ve bireyin çevresi ile uzun yıllar boyunca geliştiği, şekillendiği bir kavram şeklindedir. Erikson, psiko-sosyal gelişim modelinde, kişisel ve sosyal kimlik gelişiminde yaşam boyunca devam eden ve kimlik oluşum sürecinin evrelerini içeren uzun soluklu bir yolculuk olduğundan bahseder (Boz, 2012). Sanal ortamlar çoğunlukla gençler için kimlik kazanımında önemli bir faktördür ve gençler gerçek ortam dışında (çevrimiçi) olmanın sağladığı olanaklar sayesinde benlik sunumu sırasında farklı rollere girebilir, kendilerini farklı kimliklerle diğerlerine tanıtabilirler. Çevrimiçi(online) kurulan iletişimler arttıkça, kişinin benliğine dair bilgileri artmakta ve bu kavramlar kimlikte önemli değişikliklere yol açmaktadır. Bireylerin kendi bedeni üzerindeki çeşitli tasavvurları, giyim, yeme-içme alışkanlıkları, ev, otomobil, tatil seçimleri vb. bireysel beğeni-üslup tüketimleri, boş zamanı (free time) kullanım tercih ve pratikleri, yaşam tarzlarını etkiler (Uğurlu, 2015). Günümüzde çoğu birey, bulunduğu restoran, kafe, turistik gezi, halka açık herhangi bir mekanda fotoğraf çekirtmekte ve bu fotoğrafların en güzel olabilmesi için filtrelerle değişim yaparak, sosyal medya hesaplarında profil fotoğrafı yapmakta ya da profillerindeki diğerlerine paylaşım yapmak gibi yeni bir alışkanlık edinmiş durumdadır. Kullanıcılara verilmek istenilen mesaj “*kendini filtreler ile değiştirebilirsen, sen de diğer kullanıcılar gibi daha iyisi ve onlardan daha fazlası olabilirsin*” (Niedzviecki, 2010; Uğurlu, 2015). Benliğini daha fazla takipçiye duyurmak ve onlar tarafından alkışlanmak, beğenilmek, takdir görmek, onaylanmak bireyler için önemli hale gelmekte ve eksikliklerin olmadığı kusursuz, filtreli, en güzel hayat hikâyeleri ve görseller paylaşım yapılmaktadır (Uğurlu, 2015; Koç, 2017). Sosyal medya kullanıcıları sıklıkla kendi profillerinde en güzel halleriyle, benlikleriyle diğer kullanıcılara kendilerini sunma eğilimindedir. Bu yüzden paylaşım yaptıkları fotoğrafları, videoları, yazıları vb. en ince ayrıntısına kadar inceleyerek, içlerinden en gü-

zelini, mutlusunu, kusursuz olan gönderiyi paylaşarak diğer sosyal medya kullanıcılarının görseline sunmaktadırlar. Kişilik kavramı, bireylerin en ayırt edici özelliğinin bireyselliği oluşu, her bireyin dünyada biricik ve benzersiz olduğu şeklinde yorumlanabilir (Yolaç, 2017; Deligöz, 2019). Sosyal medya ortamlarında kullanıcılar birbirlerinden farklılaşmak adına, gönderi paylaşımı yaparken de adeta kişilikleriyle örtüşen paylaşımlar yapmaktadırlar. “Z kuşağı” ve sonrasındaki nesillerin birçoğu yeterince takipçisi olmadığı için kendine güven eksikliği yaşadığını ifade eder duruma gelmişlerdir (Yolaç, 2017). Etkileşimde olduğumuz diğer insanlar tarafından onay almak, kabul görmek, beğenilmek/sevilmek sosyal medya ortamlarında da psikolojik açıdan kullanıcıların kendilerini iyi hissetmelerini etkilemektedir. Fotoğraf çekmesi, video kaydetmesi, internete erişim sağlaması, görüntülü iletişim kurma özelliğinin sunulması, yön bulma (navigasyon), günlük sportif faaliyetlerimiz için kullanılabilir hale gelen akıllı cihazlar; egzersiz esnasında yapılan hareketleri kontrol edebilme, kalp atışları (nabız), gün içerisinde atılan adımları sayabilme özellikleri sayesinde günlük hayatın ve rutinlerin bir parçası haline gelmiştir (Işık ve Kaptangil, 2018). Birçok özelliğin bir arada bulunduğu teknolojik cihazların avantajları, gündelik hayatımızda her an ulaşılabilir olması, beraberinde bu cihazlara istemsiz bir bağımlılık gelişimine sebep olmaktadır. Balcı ve Gülnar’ın (2009) çalışmasında yer verdiği araştırma sonuçlarına göre; araştırmada katılımcıların %13’ü internetin hayatlarını olumsuz etkilediğini, akademik çalışmalarında ve meslek hayatlarında başarısızlığa neden olduğunu ve sosyal hayatta kişilerarası kurdukları ilişkilerin, iletişimin zayıfladığı; internet bağımlılığı tanısı almış kullanıcıların sirkadiyen ritim uyku bozuklukları yaşadıkları, fiziksel olarak yorgunluk şikayetleri yaşadıkları ve bağımlı olmayan kişilerin haftalık internete ayırdıkları zaman 4.9 saat iken bağımlı kullanıcıların 38.5 saat olduğu; erkeklerin interneti güç ve şiddet içeren çevrimiçi oyunlar için kadınların ise kendi görüntülerini saklayabilmelerine imkân tanıyan anonim iletişim yöntemlerini tercih ettikleri; patolojik internet kullanıcılarının (PIK) teknolojik açıdan bilgili, çevrimiçi (online) oyunlar oynamayı seven, sohbet (chat) odalarında çevrimiçi-yken kendini rahat ve yeterli hissederek erkeklerin oluşturduğu; internet bağımlıların 3 kat fazla çevrimiçi (online) olmakta, anlık mesajlaşma, e-posta, oyun oynama etkinliklere zaman ayırabilmekte ayrıca internetin eğlenceli olduğunun farkında ve internette olumsuz etkilendiği; internet bağımlıların temelde sosyalleşme güdüsüyle utangaçlıklarını yenibilmek, insanlarla kurdukları iletişimlerini arttırabilmek, bir duygulanım arayışı içerisine dahil olabilmek adına internete yöneldikleri sonrasında vazgeçmelerinin zorlaşabileceği; öğrenci internet kullanıcılarının gündelik hayatta gerçekleştirmekte oldukları sosyal diyaloglarında bir azalışın olduğu; aile ile yüz yüze iletişimlerinde kayıp yaşayanların oranı %21.9, arkadaşlarla %18.4 ve eş/ sevgiliyle ilişkilerde %5.9 oranında bir azalmanın olduğu; erkek öğrencilerin kız öğrencilere nazaran internet bağımlılığı düzeylerinin yüksek olduğu sonuçlarından bahsedilmektedir. Batugün- Durak ve Hasta’nın (2010) araştırma sonuçlarına göre katılımcıların internete evlerinden (%54), kafelerden (%25.4), iş yerlerinden (%8.9), okullardan (%7.5) ve bu ortamların dışında kalan mekânlardan (%4.3) bağlandıkları tespit edilmiştir. Cengizhan’ın (2005) çalışmasında bahsettiği, 1997’de Scherer ve Bost tarafından yürütülen araştırmada 531 öğrencinin yer aldığı araştırmada internet kullanımının öğrenciler üzerindeki etkilerini araştırmışlar ve örneklemin %13’ü internet kullanımının; akademik çalışmalarını, profesyonel performanslarını, sosyal yaşamlarını olumsuz bir biçimde etkilediğini, %2’si ise internetin yaşamlarına olumsuz etkisi olduğunu algıladıklarını ifade etmişlerdir. Genel olarak yapılan araştırma sonuçları incelendiğinde; internet bağımlılığı tanısı almış kişilerin temelde %50’sinin bir başka psikiyatrik bozukluğunun da

varlığı, gözler önüne serilmektedir. İnternet bağımlılığına komorbiditesi (eşlik eden hastalık) en çok görülen psikopatolojik durumlar; madde kullanımı (%38), duygudurum bozukluğu (%33), anksiyete (kaygı) bozukluğu (%10), psikotik bozukluk (%14), depresyon veya distimi (%25) (Arısoy, 2009), Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu-DEHB (%100), yeğin (majör) depresyon bozukluğu (%75), hostile ve agresyon (%66), Obsesif Kompulsif Bozukluk- OKB (%60), sosyal fobi (%57) (Alyanak, 2016) olarak ifade edilmektedir. Yaşları 15-23 olan (ort. 16.26) 1204 erkek ve 910 kız öğrenciyle yapılan bir çalışmada erkeklerde DEHB, depresyon, sosyal fobi, hostilete duygularının internet bağımlılığına daha sık eşlik ettiği; kızlarda DEHB, depresyonun internet bağımlılığıyla daha sık görüldüğü ifade edilmektedir (Şenormancı ve ark., 2010). Bahsedilen araştırma sonuçlarına (Balcı ve Gülnar, 2009; Arısoy, 2009; Şenormancı ve ark., 2010; Alyanak, 2016) göre, patolojik internet kullanıcıları diğer bireylere göre gerçek hayatlarında daha az işlevsel ve daha yalnız kişiler olarak ifade edilebilir. New York merkezli bir araştırma grubu (We Are Social) tarafından 2019 yılı ocak ayı raporuna göre yaklaşık 7 milyar nüfusu bulunan Dünya’da, 5.112 milyar mobil kullanıcısı (%67), 4.388 milyar internet kullanıcısı (%57), 3.484 milyar sosyal medya kullanıcısı (%45), 3.256 milyar telefonla sosyal medya kullanıcısı (%42) vardır. Bu sonuçlara göre günümüzde iletişimi teknolojiden ayrı değerlendirmek neredeyse imkânsızdır. Dünya nüfusunun %29’u (2.222 milyar) 25-44 yaş, %9.2’sini (704.4 milyon) 65 yaş üstü kişiler oluşturmaktadır. Nüfusun genç bir kitleden oluştuğu yorumu yapılabilir. Akıllı teknolojik cihazların ve sosyal medya ortamlarının hızlı bir şekilde küreselleşmesi ve yaygınlaşmasının, dünya nüfusunun büyük bir kısmını oluşturan genç kuşağın bu aygıt ve ortamlara ilgi göstermesinin bir sonucu olduğu yorumu yapılabilir. We Are Social’ın 2019 yılı ocak ayı raporuna göre 2.271 milyon kullanıcısı bulunan Facebook en sık kullanılmakta ve 1.500 milyon kullanıcısı olan WhatsApp mesajlaşmak için tercih edilirken; yaklaşık 82 milyon olan Türkiye’de, 76 milyon kişi (%93) mobil telefon aboneliği ve 59 milyon kişi (%72) interneti tercih etmektedir. 52 milyon sosyal medya kullanıcısı, 44 milyon kişi akıllı telefon üzerinden sosyal medyayı kullanmaktadır. Türkiye nüfusu cep telefonu (%98), akıllı telefon (%77), televizyon (%99), masaüstü bilgisayar- laptop (%48), tablet (%25) teknolojik cihazları kullanmaktadır. Nüfusun medya ortamlarında geçirdiği zaman günlük ortalama 7 saat 15 dakikadır (7 sa. 15 dk.). Sosyal medya (2 sa. 46 dk.), televizyon- video izlemek (3 sa. 9 dk.), müzik dinlemek (1 sa. 15 dk.) olarak ifade edilebilir. We Are Social’ın 2019 yılı ocak ayı raporuna göre Türkiye’nin enformasyon teknolojilerine açık bir ülke olduğu, internetle olan ilişkisinin artmasının, teknolojik cihazlara olan ilginin de artmasına neden olduğu yorumu yapılabilir.

We Are Social’ın 2019 yılı ocak ayı raporuna göre sosyal ağ kullanıcıları sırasıyla Youtube (%92), Instagram (%84), WhatsApp (%83), Facebook (%82), Twitter (%58), Facebook Messenger (%57) uygulamaları kullanmaktadır. Türkiye, haberleşmeye ve iletişim kurmaya ilgi duyan bir ülke, sosyal ağlarda ise genelde izleyici konumunda olduğu yorumu Youtube kullanım oranlarının yüksekliği ile ilişkilendirilebilir. İnternete duyulan merak/ilgi, sosyal medya ortamlarına katılımı arttırmaktadır. We Are Social’ın 2019 yılı ocak ayı raporuna göre Dünya’da aylık dağılımı Facebook (2.121 milyon), Instagram (895 milyon), Twitter (251 milyon), Snapchat (307 milyon) ve sosyal ağ olan LinkedIn (604 milyon) üzerinden reklam takip edilmektedir. Sosyal medya reklamlarını sık takip eden 25- 34 yaş aralığında (%19) bulunan kadın ve erkekler olduğu; 25-34 yaş grubunda yer alanların, internet ve akıllı cihaz teknolojilerine daha hakim olan genç- yetişkin kuşak; 18-24 yaş aralığındakile-

re göre sağlıklı internet kullanımı farkındalığı daha yüksek olan, internette çevrimiçiyken kampanya, reklam vb. bildirimlere daha açık grup olarak ifade edilebilir. 59.36 milyon (%72) kişi aktif internet kullanıcısıdır ve 56.03 milyon (%68) kişi mobil cihazlar aracılığıyla internet kullanmaktadır. İnternet kullanıcılarının dağılımı her gün (%84), haftada bir (%12), ayda bir (%2) ve ayda bir defadan az şekilde (%2) internete erişim sağlamaktadır. Türkiye’de internet kullanıcıları, hemen her gün internetle meşgul olmaktadır. Sosyal medya kullanıcısı sayısı 52 milyon (%63) kişiyi ifade etmektedir; mobil cihazlardan üzerinden sosyal medya kullanan kişi sayısı ise 44 milyon (%53) göstermektedir. Sosyal medya mecralarının yoğun olarak kullanıldığı yaş grubu 25- 34 (%13 kadın, %20 erkek) olarak ifade edilebilir. Sosyal medya reklamlarını sık takip eden 25- 34 yaş aralığındaki kadın ile erkek (%20) grup yer almaktadır. 38 milyon (%41 kadın, %59 erkek) kişi Instagram uygulamasını kullanmaktadır. Instagram kullananlar arasında 13 yaşından (%58) büyük yetişkinler yer alırken kullanıcıların neredeyse diğer yarısını, 13 yaş (%40) alt grubu oluşturmaktadır. 43 milyon (%36 kadın, %64 erkek) kişi Facebook uygulamasını kullanmaktadır. Sonuca göre 13 yaş üzeri(%66) yetişkin gruptan oluşmaktadır. 9 milyon (%19 kadın, %81 erkek) birey Twitter’ı tercih etmektedir. Kullanıcıların %14’ü (13 yaş üzeri) yetişkin grubu ifade eder. Twitter’ı kullananlar çoğunlukla 13 yaş altı gençleri kapsamaktadır. 6 milyon (%68 kadın, %30 erkek) kişi Snapchat uygulamasını kullanmaktadır. Sonuçlara bakıldığında %9’u (13 yaş üzeri) yetişkin grubu temsil etmektedir. Kullanıcıların çoğunluğunu 13 yaş altı gençlerin ve çocukların oluşturduğu yorumu yapılabilir. Türkiye’de genel olarak internet kullanıcılarının, mobil mesajlaşma(%89), mobil üzerinden video izleme(%93), mobil üzerinden oyun oynama(%72), mobil üzerinden banka işlemleri(%68) ve mobil üzerinden harita-konum servisleri(%75) kullanmakta olduğu ifade edilmektedir. İnternet ve beraberinde teknoloji kullanımı özellikle son yıllarda gençler arasında hızla artmakta, çocuk ve ergenlerin yaşam biçimlerini etkileyerek yeniden şekillendirmektedir (Johansson ve Götestam, 2004; Kalkan ve Kaygusuz, 2013). Gelişim dönemiyle birlikte ergenlik; duygusal dalgalanmaların yer aldığı, kimlik bunalımının yaşandığı, arkadaşlığın ve sosyal çevrenin ergenin ebeveynlerinden daha önemli olduğu ve çoğunlukla krizlerle boğuşmak zorunda kalınan bir dönem olarak ifade edilebilir (Johansson ve Götestam, 2004; Steinberg, 2007). Yoğun yaşanan bu duygusal problemler, sosyalleşme ihtiyacının olması, kimlik arayışı, ergenin kendi bedeninde ve ruh sağlığını etkileyen değişimlerle birlikte gerçekleşen etkenler teknolojiyi, interneti ve beraberinde dijital ortamları, ergenler için çekici bir araç haline getirmiştir (Griffiths, 2001). Özellikle ergen ve genç bireylerin benlik sunumu sırasında ideal benliklerine ulaşabilmek adına, sosyal medya ve dijital mecraları tercih etmelerinin altında yatan gerekçenin, yaşadıkları kimlik bunalımı döneminde onların psikolojik gerilimlerini azaltabileceği görüşünün olabildiği yorumu yapılabilir.

We Are Social’ın 2019 yılı ocak ayı raporuna göre interneti kullanan kişi sayısı 4,388 milyon olmuştur. Dünya’da günlük internette vakit geçirme 6 sa. 42 dk. iken Türkiye’de 7 sa. 15 dk. olarak açıklanmıştır. Dünya’da cep telefonuyla internette geçirilen zaman 3 sa. 14 dk. iken, Türkiye’de 3 sa. 43 dk. olarak ifade edilmektedir. Genellikle sosyal medya kullanıcıları internet ile telefonu ilişkilendiriyor ve akıllı telefonlarını arama yapmak, mesajlaşmak dışında internette, sosyal medyada vakit geçirmek için kullanıyorlar. Günümüzde kişilerarası kurulan iletişimde sosyal medyanın artış göstermesi ve kullanıcıların sosyal medyaya olan ilgisinin artması, gün içerisinde internet ortamlarında daha fazla zaman geçirmelerine neden olmuştur. We Are Social’ın 2022 yılı ocak ayı verilerine göre, Dünya nüfusu 7.91

milyardır. Nüfusun akıllı telefon kullanıcı sayısı 5.31 milyar, internet kullanıcı sayısı 4.95 milyar, aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 4.62 milyardır. İnternet kullanıcılarının günlük internette geçirdikleri süre 6 sa. 58 dk., kullanıcıların internete erişimi %92 oranla akıllı telefonlar aracılığıyla sağlanmaktadır. Dünya genelinde internet kullanıcı sayısı geçen yıla göre %4 oranında artmıştır. (We Are Social, 2022). TÜİK, (2021) verilerine göre Türkiye genel nüfus: 84 milyon 680 bin 273 kişidir. We Are Social Dijital Raporu (Ocak 2022) verilerine göre genel nüfusun internet kullanıcı sayısı 69.95 milyondur ve bu rakam toplam nüfusun %82'sini oluşturmaktadır. İnternet kullanıcılarının günlük internette geçirdikleri süre 8 saat ve kullanıcılar internete erişimi %95.5 oranla akıllı telefonlar aracılığıyla sağlamaktadır. İnternet kullanıcı sayısı ise geçen yıla göre %5.9 oranında artmıştır. (We are Social, 2022). TÜİK ve We Are Social verilerine bakıldığında internetin insanların hayatında önemli bir yeri olduğu, Türkiye’de ve dünya genelinde internet kullanım oranlarının yüksek olduğu görüşü savunulabilir. New York merkezli bir araştırma grubu (We Are Social) tarafından 2022 yılının ocak ayında yayımlanmış rapora göre Dünya’da sosyal medya kullanıcı sayısı 4.62 milyarken, günlük sosyal medya kullanım süresi 2 sa. 27 dk. olmuştur. Sosyal medya kullanan bireyler cinsiyet (kadın- erkek) faktörü gözetmeksizin 20-29 yaş arasında yoğunluk kazandığı ifade edilmiştir. Ayrıca yine rapora göre (We Are Social, 2022) Dünya’da sosyal medya kullanıcıların %46.1’inin kadın ve %53.9’unun erkek olarak açıklanmıştır. Türkiye’deki sosyal medya kullanıcılarının günlük kullanım süresinin 2 sa. 59 dk. olduğu, 69.95 milyon kişinin internet erişimi sağladığı, 68.9 milyon kişinin sosyal medya kullanıcısı olduğu ifade edilmektedir. 2020 yılı başında tüm dünyayı etkisi altına almış olan Covid-19 pandemisi nedeniyle 2019 ve 2022 verileri karşılaştırıldığında, Dünya ve Türkiye genelinde sosyal medya ve beraberinde internet ortamlarına olan ilginin artması, birçok faaliyetin çevrimiçi (online) üzerinden yürütülmesi, toplum içerisindeki bireyleri sanal olmaya daha fazla yönlendirdiği söylenebilir. Rapora göre (We Are Social, 2022) her geçen yıl (2019- 2022) internet kullanıcısı oranları artmakta, sosyal medya uygulamalarının artışı internete olan ilgide de artışa sebep olmuştur. Sosyal medya kullanıcılarının çoğunlukla sosyal çevreleriyle etkileşim halinde olmaları, boş zaman etkinliği olarak gördükleri, takipte oldukları kullanıcıların gönderilerine (paylaşımların) baktıkları, merak ettikleri konularla ilgili içerik aradıkları, ürün satın alma ve e-ticaret alışverişinde buldukları, diğer kullanıcılarla görüşlerini paylaşma ve tartışma, yeni bağlantılar ve arkadaşlıklar edinme, canlı yayın ve favori markaların içeriklerini takip etme, işleriyle ilgili araştırma yapma, ilgi alanlarına sahip gruplar bulma ve sosyal çevrelerine dâhil olma, spor karşılaşmalarını izleme ve ünlüleri, içerik üreticilerini (influencer) takipte kalarak kendi hayatları hakkında gönderi paylaştıkları ve tüm bunların Covid-19 pandemisiyle birlikte oranlarında artış olduğundan bahsedilebilir (We Are Social, 2022). Günümüzde toplum içerisinde kişilerarası ilişkilerde yapılan benlik sunumu, artık sosyal medyada gerçekleşmektedir. Yüz yüze iletişime benzer şekilde, insanlar beklentileri ve verilecek cevapları önceden bilebilmek için çevrimiçi (online) ortamlarda da diğerleri hakkında bilgi edinmeye çalışırlar (Öksüz, 2014). Sosyal medya kullanıcıları bu doğrultuda kendilerini ifşa etme, sosyal ağlarda benliğini sunma, onaylatma ve biricikliğini kanıtlamaya çalışırlar (Uğurlu, 2015; Koç, 2017). Sosyal medya ortamlarının kullanıcılara sunmakta olduğu, performans eylemini gerçekleştirirken paylaşılan **gönderilere müdahalede bulunulmasının (Örn: Fotoğraf, video vb. gönderilere efektler, filtreler eklenebilmesi)** kolay, pratik ve hızlı olması, sosyal medya kullanıcılar çerçevesinden bakıldığında gönderilere istenildiği şekliyle müdahale edilmesinin bir süre sonra bağımlılık oluşturma riskinin gerçekleşebileceği yorumu yapılabilir. İnternet kullanıcısı

zamanla paylaştığı, beğendiği, yorum yaptığı içeriğe dönüşmekte, ne paylaşıyorsa o olarak algılanmaktadır (Karaoğlu, 2015). Sosyal medya kullanıcılarının bu süreçte gerçek benlikleri (real- self) ile ideal benlikleri (ideal- self) arasındaki farklılaşmanın oluşuyla, psikopatolojik örüntülere açık hale gelebildiklerinden bahsedilebilir.

TARTIŞMA

Literatürde yayınlanan son çalışmalara göre internet, bilgisayar, telefon gibi akıllı cihazların kullanımının psikolojik bozukluklarla ilişkili olduğu yorumu ifade edilmektedir (Thatcher ve Goolam, 2005; Jang ve ark., 2008; Augner ve Hacker, 2012; Öner, 2016; Öner, 2018). Buradan hareketle toplumda yer alan bireylere yönelik eğitimlerin düzenlenmesi, bu eğitimlerde bireylerin psikolojik ve fiziksel gelişimsel özelliklerine sanal dünyanın etkilerinden, bilgisayar-internet ve akıllı cihazlara yönelik gelişmekte olan bağımlılığı önleme stratejilerine, sağlıklı bir şekilde bilgisayar-internet ve akıllı cihaz kullanımı gibi konulara yer verilmesi bağımlılık gelişimini önleme açısından faydalı olabilir. Teknolojinin hızla geliştiği, internete kolay bir şekilde ulaşıldığı günümüz toplumunda, kullanıcıları çevrimiçi (online) olmaktan uzaklaştırmaya çalışmak, yasak koymak yerine internetin ne kadar süreyle, nasıl kullanıldığında bağımlılığa dönüşebileceğiyle ilgili bilincin kazandırılması, internetin kullanıcılar için yararlı olan yönlerini açıklamak, bireyleri özellikle çocuk ve ergenleri bilgilendirmek gibi konuların daha önemli olduğundan bahsedilebilir (Müezzın, 2016). Yaşanılan dijital çağda, internette ve sanal dünyada yer alırken, kullanıcıların daha sağlıklı bir biçimde interneti ve sosyal medya ortamlarını kullanmaları gerektiğine yönelik bilinçli bir bakış açısının geliştirilmesinin en önemli noktalardan biri olduğu söylenebilir. Evden dışarı çıkamayan, okulu bırakan, sosyal aktivitelerinden vazgeçen internete bağımlılık geliştiren çocuk ve gençler, bilgisayar önünden kalkamadıkları için, telefonlarını ellerinden bırakamadıkları için ve uzun saatler süren online oyunlardan ayrılamadıkları için bu internet bağımlılığına eşlik eden Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu (DEHB), yeğın (majör) depresyon bozukluğu, Obsesif Kompulsif Bozukluk (OKB), sosyal fobi vb. psikolojik problemler yaşayabilmektedirler. Bağımlılığa sebep olan etmenler arasında; öfkenin yoğunluğu, düşmanca-kötümser tutumun varlığı, olumsuz arkadaş-akran çevresinin olması, ailenin içinde çatışmalar/tartışmalar ve iletişimin eksikliği, akademik performans ve ders başarısı düşüklüğü ve okul dışındaki faaliyetlerde yetersizlik gibi durumlar bu risk için dikkat çekmektedir. Bu etmenlerin azalabilmesi için, internetin tehlikeli ve risk içeren kullanımının önlenmesi gereklidir. Aile içerisinde ebeveynlerin çocuklarıyla kurdukları iletişimi yeterli ve kaliteli bir hale getirmek, interneti de doğru bir şekilde kullanmalarını sağlamak için ailelerinin gözetiminin gerekliliği önemli bulunmaktadır. Çocuk ve gençlerle sağlıklı kurulan iletişim, bağımlılığın gelişmesi öncesinde yer alan sorunların çözümünü kolaylaştırıcı bir işlev sağlamakla birlikte bağımlılığa bir çözüm yolu olabilir. Günümüz dijital dünyasında internet, yaşamın gerekliliklerinden biri haline gelmiştir. Bu yüzden bireylerin tamamen internetten uzak yaşamasını sağlamak pek mümkün değildir. Tedavi sonrası destek amaçlı bireylerin eski kullanımları gibi bağımlılık boyutunda interneti kullanmamalarına yönelik bazı çalışmalar yapılması mümkün durmaktadır. Sosyal faaliyetlerde bulunma, spor faaliyetlerine yönelme, sınırlı internet kullanımı regresyonların yaşanmaması adına destek tedavide yapılabilecek önemli adımlardır. Sosyal aktivitelere katılım, bireylerin meşguliyetini arttıracak, bu nedenle bireyler internete erişmeyi daha az isteyecek ve ihtiyaç duyacaklardır. Sosyalleşmek bireyin diğer insanlarla yüz yüze iletişimde ve etkileşimde olmasını sağlar, sosyal faaliyetlerde bulunmasına imkân verir, böylelikle bireyin internete ayıracağı zamanı

azalır ve bağımlılık riski ortadan kalkar. İnternet bağımlılığı tedavisinden sonra bireyin spor faaliyetlerine yönelmesi, zihninde bir faaliyet ile meşguliyetini arttıracığı için internete girme isteğinde azalma sağlamasına yardımcı olacaktır. Bağımlılık derecesinde interneti kullanan bireylerin tedavi desteği aldıktan sonra sınırlı bir şekilde internet erişimine izin verilmelidir. İnternet ve sosyal medya ortamları artık iş, okul, ev yaşamı gibi pek çok sosyal alanda bulunduğu için kişinin ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde internete girmesi önemli görülmektedir. Çünkü bilgisayarlar, robotlar, otomasyon ve diğer tür teknolojik yenilikler bireyleri strese sokan nedenler olarak ifade edilmektedir (Koçer ve Yazıcı, 2014). İnternet hayatımızın her alanında ilerleyerek kullanıcıları kendisine bağımlı kılarak biricikliğini korumaktadır (Karahisar, 2014). Günümüz internet çağında çevrimiçi toplulukların sayısı hızla artmış, insanlar iletişim ve sosyalleşme için çevrimiçi iletişimi tercih etmektedirler (Çelebi, 2014). Çevrimiçi (online) iletişim kurarken, kullanıcıların gerçek benliklerinden farklılaşmakta oldukları daha çok ideal benlik algılarına göre benlik sunumu gerçekleştirme eğiliminde kaldıkları yorumu yapılabilir. Kullanıcıların sosyal medya ortamlarında yer alırken en güzel fotoğrafların profil resmi (avatar) yapılma eğiliminde olması ve bunda hale etkisi denilen çekici, güzel, yakışıklı insanların diğerleri tarafından birçok olumlu yeteneklerinin ortaya çıkarılması, sosyal becerilerinin ve zekalarının yüksek olduğunun düşünülmesinden bahsedilmektedir (Karaoğlu, 2015). İnsanlar izlenimlerini yönettiklerinde, genellikle kendileri hakkında diğerlerinde arzu edilen imajı (ideal benlik) oluşturacak becerikli, çekici, sempatik gibi bilgileri iletmeye çalışmaktadırlar (Öksüz, 2014). Sanal mecralara müdahale edebilme şansı olduğu için, sosyal medyada iyi bir benlik sunumu gerçekleştirmenin, yüz yüze kurulan iletişime göre daha kolay olduğu söylenebilir. Sosyal paylaşım ağlarının etkileşimli yapısı ve mobil iletişim teknolojilerinin zamana ve mekâna bağlı kalmaksızın iletişime imkân sağlaması, sosyal medya kullanıcılarının kendilerini yalnız hissetmeyeceği, ilişkilerini güçlendireceği yeni ortamlara girmesine imkân sağladığından bahsedilebilir (Çaycı ve Karagülle, 2014). Özellikle de bu imkânlar doğrultusunda ergen ve genç bireylerin sosyal medyayı heyecanla ve uzun sürelerce kullanımları, internete karşı yaklaşımlarını etkilemekte, gençlerin birçok psikolojik süreci yaşamalarına neden olmaktadır (Boz, 2012).

SONUÇ

Sosyal medya ortamlarında sergilenen davranışların kuşaklar arasında belirgin farklılıklarının olabileceği ve bu yönde yapılacak çalışmaların da alan yazına önemli bir katkı sunacağından bahsedilebilir (Bonsaksen vd., 2021). İleride yapılacak yeni çalışmalar için, belirli yaş aralıkları seçilerek sosyal medya kullanıcılarının önerilen bu modelde farklı düzenlemelere ihtiyaç olup olmayacağı veya gelecekteki davranış örüntülerini yordayıcılığının etkilenip etkilenmeyeceğini görmek açısından önemli bilgiler sunabilir. Aynı zamanda bu çalışmanın yine gelecek zamanlarda tekrarlanması, yeni çalışmaların bulguları ile karşılaştırma yapılarak yordamalarda bulunulması bakımından önemli olabilir. Bu çalışmanın sınırlılıklarından biri olarak yalnızca belirli arama motorlarındaki araştırmaların bulgularının dâhil edilmesi söylenebilir. Bununla birlikte daha sonra yapılacak olan araştırmalarda örneklem grubu geniş tutularak daha kapsamlı veri toplamı imkânı sağlanabilir ve böylece bilgilerin geçerliliğinin artırılacağından söz edilebilir.

KAYNAKÇA

- Alyanak, B. (2016). İnternet Bağımlılığı. *Klinik Tıp Pediatri Dergisi*, 8 (5), 20-24.
- Araz, A. (1998). *Çeşitli değişkenler açısından benlik sunumu*. Doktora tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1, 55-67.
- Augner, C. ve Hacker, G. W. (2012). Associations between problematic mobile phone use and psychological parameters in young adults. *International journal of public health*, 57, 437-441.
- Balcı, Ş. ve Gülnar, B. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6 (1), 5-22.
- Balıkçioğlu, B. (2016). Benlik- İmajı Uyumunun Retoriği: Bana Ne Tükettiğini Söyle Sana Kim Olduğunu Söyleyeyim. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), 537-553.
- Batıgün- Durak, A. ve Hasta, D. (2010). İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Kişilerarası İlişki Tarzları Açısından Bir Değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, 213- 219.
- Becan, C. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığının Haber Takibi Motivasyonları Üzerine Etkisi. *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5 (3), 238- 256.
- Bekiroğlu, Habibe A. ve Hülür, Asuman B. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ve Dijital Şizofreni Üzerine Bir Araştırma. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6 (14), 146- 175.
- Bonsaksen, T., Ruffolo, M., Leung, J., Price, D., Thygesen, H., Schoultz, M., & Geirdal, A. Ø. (2021). Loneliness and its association with social media use during the COVID-19 outbreak. *Social Media+ Society*, 7 (3).
- Boz, N. (2012). *Yeni iletişim ortamlarında dijital kimlik ve benlik sunumu*. Doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cengizhan, C. (2005). Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Yeni Bir Boyut: "İnternet Bağımlılığı". *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22, 83- 98.
- Çaycı, B. ve Karagülle, Ayşegül E. (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4 (1), 1-9.
- Çelebi, E. (2014). Dijital sosyalleşme: Çevrimiçi sosyalleşmenin sosyal bağlılık, kaygı, depresyon ve mutluluk üzerine etkileri. *Dijital İletişim Etkisi Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı*, 548- 555.
- Çelik, R. ve Özçağlayan, M. (2014). Sosyal medyada kendini ifade, teşhir ve gözetim (Gözetimin sayısal bilgiyle dönüşümü üzerine nitel bir çalışma). *Dijital İletişim Etkisi Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı*, 187- 210.
- Çoştı, Y. (2009). Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 9 (3), 117- 140.
- Deligöz, E. (2019). *Yeni toplumsal örüntüler ve sosyal medyada benlik sunumu*. Yüksek lisans tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Doğru, S. ve Doğru, Yusuf B. (2014). "Sanal dünyada yaşam pratikleri". *Dijital İletişim Etkisi Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı*, 278- 290.
- Ekici, A. (2002). Aziz Antonius'un Baştan Çıkarılması: Bir Kötü Alışkanlık Olarak İnternet. *Cogito*, 30, 227- 235.
- Griffiths, M. (2001). Sex on the Internet: Observations and implications for Internet sex addiction. *Journal of sex research*, 38 (4), 333-342.

- Gülaçtı, F. ve Özen, Y. (2010). Benlik- Kavramı ve Benliğin Gelişimi Bilen Benliğe Gereksinim Var mı?. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 20- 38.
- Işık, M. ve Kaptangil, İ. (2018). Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Medya Kullanımı ve Beş Faktör Kişilik Özelliği ile İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7 (2), 695- 717.
- Jang, K. S., Hwang, S. Y., & Choi, J. Y. (2008). Internet addiction and psychiatric symptoms among Korean adolescents. *Journal of School Health*, 78 (3), 165-171.
- Johansson, A., ve Götestam, K. G. (2004). Internet addiction: characteristics of a questionnaire and prevalence in Norwegian youth (12-18 years). *Scandinavian journal of psychology*, 45 (3), 223-229.
- Kalkan M. ve Kaygusuz C. (2013). *İnternet bağımlılığı*. Anı Yayıncılık: Ankara.
- Karahisar, T. (2014). İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve iş yerlerinde çalışan mahremiyeti. *Dijital İletişim Etkisi Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı*, 472- 486.
- Karaoğlu, B. (2015). *Gündelik hayatta benlik sunumunun sosyal paylaşım ağı Facebook üzerinden incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Koç, M. (2017). Dramaturjik Teori Çerçevesinde Sosyal Medyada Engelli Bireylerin Benlik Sunumu. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 10 (1), 262- 281.
- Koçer, S. ve Yazıcı, T. (2014). Üniversitelerde Teknolojiye Bağlı Örgütsel Stres: Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Üzerine Bir İnceleme. *Dijital İletişim Etkisi Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı*, 450- 471.
- Kurtoğlu, E. (2022). *Türkiye’de internet bağımlılığı ile ilgili yapılmış lisansüstü tezlerin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Müezzın, Ece E. (2016). “İnternet Bağımlılığı”, *Eğitim Teknolojileri Okumaları*, 365- 382.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Öksüz, B. (2014). Sosyal ağ sitelerinde izlenim yönetimi ve işe alım. *Dijital İletişim Etkisi Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı*, 487- 500.
- Öner, K., ve Arslantaş, H. (2016). Depression, internet addiction and loneliness relations in adolescents of high school students. *Jurnal Medical Brasovean*, 1, 45- 51.
- Öner, K., ve Arslantaş, H. (2018). Internet addiction in high school students, affecting factors and relationship between internet addiction and depression risk. *Jurnal Medical Brasovean*, 1, 38- 49.
- Steinberg, L. (2007). *Ergenlik*. (2. Baskı, Çev: Figen Çok). İmge Kitabevi Yayınları: İstanbul.
- Şenormancı, Ö., Konkan, R., Süngür, M.Z. (2010). İnternet bağımlılığı ve bilişsel davranışçı terapisi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, 261- 268.
- Taylor, Shelley E., Peplau, Letitia A., Sears, David O. (2012). *Sosyal Psikoloji*. İmge Kitabevi: Ankara.
- Öner, K., ve Arslantaş, H. (2018). Internet addiction in high school students, affecting factors and relationship between internet addiction and depression risk. *Jurnal Medical Brasovean*, 1, 38- 49.
- Thatcher, A. ve Goolam, S. (2005). Development and psychometric properties of the problematic internet use questionnaire. *South African Journal of Psychology*, 35 (4), 793-809.
- Uğurlu, Ö. (2015). Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: “Kusursuzlaştırma”. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 231- 248.
- We Are Social. (2019). Digital 2019: Another Year Of Bumper Growth. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (22 Ocak 2023 tarihinde erişildi).

We Are Social. (2022). Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (22 Ocak 2023 tarihinde erişildi).

Yıldırım, A. ve şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.

Yolaç, E. (2017). *Sapere Aude*, Sola Yayınları: İstanbul.