

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
BİLİŞİM BİLİM DALI TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SOSYAL MEDYA KULLANIMININ MUTLU OLMA DURUMUNA ETKİSİ  
ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

SEDEF PELİN

İstanbul, 2017

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ, GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
BİLİŞİM BİLİM DALI TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**SOSYAL MEDYA KULLANIMININ MUTLU OLMA DURUMUNA ETKİSİ  
ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

SEDEF PELİN

Danışman: PROF. DR. CEM SEFA SÜTÇÜ

İstanbul, 2017



T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

GAZETECİLİK Anabilim Dalı BİLİŞİM Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi SEDEF PELİN'nin SOSYAL MEDYA KULLANIMININ MUTLU OLMA DURUMUNA ETKİSİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 9.08.2017 tarih ve 2017-22/6 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 17.8.2017

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

			İmzası
1.	Tez Danışmanı	Prof. Dr. CEM SEFA SÜTCÜ	
2.	Jüri Üyesi	Doç. Dr. ÇİĞDEM AYTEKİN	
3.	Jüri Üyesi	Yrd. Doç. Dr. GÖKHAN NALBANT	



## ÖZET

Günümüzde gelişen teknolojik yenilikler ile birlikte sanal ortamlar; gerçek yaşamın ve zihinde kurgulanan, olması beklenen ya da istenilen hayal dünyasının yansıtılmasına alan oluşturmaktadır. Sosyal medya kanalları üzerinden, yeniden inşa edilen bir yaşam kurgusu sunulmaktadır. Bu kurgunun içerisinde bireyin sahip olduğu duygular, düşünceler paylaşılmakta ve kişisel imajı sergilenmektedir.

Bu çalışmanın amacı: Mutluluğu sağlayan unsurların, sanal ortamda mutluluğu sağlayan unsurlarla örtüşme durumunu, sosyal medya kullanımının bireyin mutluluk duygusuna negatif ya da pozitif yönde etkisini; mutluluk duygusunun, çeşitli görsel ve yazımlarla somutlaştırılması durumunun, paylaşan ve paylaşımlara maruz kalan bireyin psikolojik olarak iyi olma durumuna etkisini incelemektir. Çalışmanın araştırma kısmında nitel araştırma yöntemi uygulanacaktır. Bu yöntemin seçilme sebebi, incelenecek sosyal konuyu esnek bir biçimde, bireylerin görüşleri, deneyimleri ve içinde buldukları çevre ile bütüncül olarak incelenmesine olanak tanınmasıdır. Bunun için gerçek yaşam alanında tanıdığım, sosyal medyayı etkin olarak kullanan on beş kişinin sosyal paylaşımları incelenerek bu kişilerle yüz yüze görüşme sağlanarak kendi paylaşımları ve kendi arkadaş gruplarının paylaşımlarının bireye olan etkileri üzerinden araştırmanın amacına yönelik görüşmeler sağlanarak kayıt altına alınacaktır.

Çalışmada; sosyal etkileşim kaygısı içerisinde sosyal medya ortamında daha çok yer almaya çalışan bireyin gözünde, sanal ortamın artık yaşamın ta kendisi olarak algılandığı konusu incelenecektir. Ayrıca sosyal medya ortamında beğeni alma, konum bildirme, pozitif ya da negatif yorum alma durumlarıyla arkadaş gruplarının paylaşımlarının mutluluk duygusuna doğrudan etkisi ölçülerek, insanların neredeyse tüm duygularını açmak için kullandıkları sosyal paylaşım sitelerinin bireyi daha fazla sosyal karşılaştırmaya maruz bırakıp bırakmadığı incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, mutluluk, etkileşim, sosyal karşılaştırma, psikolojik iyi olma.

## **ABSTRACT**

The virtual world makes way for the reflection of the real life and imagination that is expected or desired to be constructed in minds along with technological innovations of our time. A rebuilt living fiction is presented through the social media channels. Individuals' feelings and thoughts are shared and personal images are displayed within this fiction.

The aim of this study is to examine the overlap of the elements providing happiness with the elements that make happiness in the virtual world; social media use's negative or positive effects on the individual's happiness; effects of the state of happiness feeling embodied with various visuals and texts on psychological well-being of individuals who share something online and exposed to shared posts. Qualitative research method will be applied in the research. The reason for choosing this method is the social context to be studied allows for a flexible examination of the individual's views, experiences and the environment in which they are integrated. I will examine the social media posts of the fifteen people whom I know in real life and use social media actively, will have interviews with these people to make records by acknowledging for the purpose of the research on their own posts and friend groups' posts.

The subject discussed in the research is the virtual world is perceived as the life itself in the eyes of the individual who is trying to get more involved in the social media within the concern of social interaction. Furthermore, whether the social media tools that people use to show almost all their emotions expose individuals to more societal comparisons or not by measuring the direct effect of happiness in "likes", "check-ins", positive or negative comments and friends' posts will be analyzed.

**Key Words:** Social media, happiness, interaction, social comparison, psychological well-being.

## İÇİNDEKİLER

	SayfaNo.
ÖZET .....	i
ABSTRACT .....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
TABLO LİSTESİ .....	v
ŞEKİL LİSTESİ .....	vi
KISALTMALAR .....	vii
<b>1.GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>
<b>2.ELEKTRONİK İLETİŞİM ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYA</b>	
2.1.Elektronik İletişim Kavramı .....	3
2.1.1.Elektronik İletişim Ortamlarında Etkileşim.....	5
2.1.2 Günümüze Kadar Değişen Web Kullanımları .....	7
2.2. Sosyal Medya Kavramı.....	9
2.2.1.Sosyal Ağ Tanımı .....	10
2.2.2. Başlangıcından Günümüze Kadar Kullanılan Sosyal Ağlar .....	12
2.3. Sosyal Ağların Ortaya Çıkardığı Toplumsal ve Bireysel Dönüşümler.....	18
<b>3.PSİKO-SOSYAL BİR OLGU OLARAK MUTLULUK</b>	
3.1. Mutluluğun Tanımı .....	22
3.2. Mutluluğa Etki Eden Faktörler. ....	23
3.2.1. Mutluluğa Etki Eden Psikolojik Faktörler .....	27
3.2.2. Mutluluğa Etki Eden Sosyolojik Faktörler. ....	30
3.3. İnsanoğlunun Mutluluğa Ulaşma Çabası .....	33
3.4. Reel Ortamda Mutluluk Algısı .....	34

#### **4.SOSYAL MEDYANIN MUTLU OLMA DURUMUNA ETKİSİ**

4.1.Sanal Ortamda Mutluluk Algısı .....	36
4.2. Reel Ortamdan Sanal Ortama Uyarlanan Mutluluk Algısı .....	38
4.3. Sanal Ortamda Mutluluğu Somutlaştırma Çabasına Yönelik Sosyal Medya Kullanımı ve Bireyin Mutlu Olma Durumuna Etkisi .....	40

#### **5. FACEBOOK KULLANICILARI ÜZERİNDE SOSYAL MEDYANIN MUTLU OLMA DURUMUNA ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI**

5.1.Araştırma Modeli .....	49
5.2.Çalışma Grubu .....	50
5.3.Ölçme Araçları.....	52
5.4.Verilerin Toplanması .....	53
5.5.Verilerin Analizi ve Bulgular .....	53
5.6.Araştırmanın Sonucu .....	96

#### **6. SONUÇ .....**

103

#### **EKLER .....**

106

#### **KAYNAKÇA.....**

108

## TABLO LİSTESİ

**Sayfa No.**

Tablo 1. Çalışma Grubundaki Erkek Katılımcılara İlişkin Bilgiler.....	50
Tablo 2. Çalışma Grubundaki Kadın Katılımcılara İlişkin Bilgiler.....	51
Tablo 3. Çalışma Grubundaki Erkek ve Kadın Katılımcıların Yaş Ortalamaları	52
Tablo 4. Çalışma Grubundaki Katılımcı Sayılarına Göre Eğitim Durumları .....	52

## ŞEKİL LİSTESİ

	<b>Sayfa No.</b>
Şekil 1. Türkiye İstatistik Kurumu Yaşam Memnuniyeti Araştırması 2016 Genel Mutluluk Düzeyi, 2003-2016.....	26
Şekil 2. Araştırma Modeli.....	49

## KISALTMALAR

<b>BM</b>	Birleşmiş Milletler
<b>NASA</b>	Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi
<b>SDSN</b>	Sürdürülebilir Kalkınma Çözümleri Ağı
<b>TÜİK</b>	Türkiye İstatistik Kurumu

# 1.GİRİŞ

Gelişen elektronik iletişim araçları ile birlikte adeta düşüncelerimizin uzantısı haline gelen siber alan dünyamızı sarmakta, mesafeleri kısaltmakta, görüp tanık olduğumuz çevremizi genişletmektedir. Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, yaşamımızı kolaylaştırmanın yanında çevremizi algılayışımızı da değiştirmektedir.

Akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşması sonucu, her dakika ulaşılabilir hale gelen sosyal ağlarda yer alma oranı artmakta, gündemimizi sosyal medya belirlemekte ve gittiğimiz her yere bizimle gelen ekranlardan bağımsız olarak çevremizi algılamamız zorlaşmaktadır. Zaman kavramının giderek önemini arttırdığı toplumsal yaşam içinde, sosyal ağlar yoluyla hız kazanan bilgiye ulaşma, sosyalleşme, hızlanan toplumsal yaşama ayak uyduramamızı kolaylaştırmaktadır. Özellikle sosyalleşmek, sosyal ilişkilerimizi anlamlandırmak, sürdürmek için sosyal medyayı kullanmak olağanlaşmıştır.

Düşüncelerimizi, duygularımızı, hislerimizi, öfkemizi anlık paylaşımlarla duyurabildiğimiz bir mecra haline gelen sosyal medya, kendimizi ifade etmek için gerçek ortamdan daha geniş ve etkili bir ortam sunmakta, sanal ortamda sosyalleşmeye, görünür olmaya, beğenilmeye, takdir edilmeye yönlendirmektedir. Hatta birey sanal ortamda yaşam doyumunu tatmin etmeye yönelerek, yaşamının biricik amacı olan mutluluğa ulaşma isteğini sanal ortamda da gerçekleştirmeye çalışmakta, gerçek yaşamdaki mutluluğa ulaşmasına engel olan eksiklikleri tamamlamak için kendine yeni bir kimlik oluşturabildiği gibi, sanal mutlu bir dünya oluşturabilmektedir.

İnsanoğlunun geçmişten bugüne değin var olan mutlu olmaya ulaşma çabası bireyi her dönemde bunun için bir takım davranışlara yöneltmektedir. “Neden mutluyuz?” ya da “Neden mutsuzuz?” sorularının cevabı iletişim ile bulunabilmektedir ve iletişimi duygulardan bağımsız düşünmek bu kavramı eksik bırakacaktır. Aslında eskiden sadece akraba ve komşularla sınırlı olan sosyal çevresiyle iletişim halinde olan birey, mutluluklarını, hüznlerini bu sınırlı çevresiyle paylaşmış, kendini bu çevresiyle karşılaştırarak yaşam doyumunu muhakeme etmiştir. Şimdi ise sosyal medyada çok daha fazla kişi ile iletişim kurabilen birey, çok daha fazla kişinin mutluluklarına,

hüzünlerine yönelik paylaşımlarına ve sadece tanıdığı değil tanımadığı kişilerin hayatlarına ait anlık paylaşımlarına sürekli maruz kalarak, daha fazla kişiyle kendi hayatını karşılaştırabilir durumdadır. Bu durum bireyi sosyal medyada daha fazla görünür olma, daha fazla paylaşımda bulunma çabasına yöneltebilmektedir. Gerçek yaşamda hissettiğimiz mutluluklara etki eden kişiler, mekânlar sanal ortamda daha fazla sunulmaya başlanmış bu sebeple “Anın tadını çıkarmak” özdeyişi farklı bir boyuta taşınır hale gelmiştir.

Bu doğrultuda çalışmada, sosyal medya kullanımının bireyin mutluluk algısında bir etki yapıp yapmadığı diğer bir deyişle sosyal medya kullanımının bireyin mutlu olma durumuna etkisi incelenecektir.

## 2. ELEKTRONİK İLETİŞİM ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYA

### 2.1. Elektronik İletişim Kavramı

Elektronik iletişim kavramına değinmeden önce insanoğlunun ilk çağlardan bu yana merak duyma, bilme ihtiyaçlarını karşılama arzusuna hizmet eden iletişim kavramını tanımlamak gerekir.

Türkoğlu'na göre, “commun” “halk/topluluk” kökünden gelen “communication” kavramı bilgilerin ve düşüncelerin değış-tokuşunu ifade etmektedir. İletişim sürecinde sırasıyla; gönderici, mesaj, kanal, alıcı aracılığı ile sinyallerin ve mesajların denetim amacıyla belli bir uzaklığa taşınma durumu söz konusudur. (Türkoğlu, 2004, s. 19)

Kaya'ya göre; iletişim bilgi, haber ve kültürün farklı insan topluluklarına ulaştırılması olarak tanımlanabilir. (Kaya, 1985, s. 1)

Oskay'a (Oskay, 2005, s. 9) göre ise;

*“Birbirlerine ortamlarındaki nesnelere, olaylar, olgularla ilgili değışmeleri haber veren, bu değışimleri birbirine aktaran, aynı olgular, nesnelere, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirişimlerine iletişim denir.”*

Tüm sistemler için oldukça önemli olan iletişim ve kontrol mekanizması düzen ve uyum içinde sürdürülebilir bir yaşam için gereklidir. Her organizma düzen ve uyum içinde çalışmak için bilgi alışverişine ihtiyaç duyar. Bu sayede organizma nefes alışını, kalbin atışını ayarlayabilmektedir. Bir organizasyonda karşılıklı bilgi iletişimi yoksa bulunmuyorsa, o organizasyon, çevresinden haberdar olmayacak ve değışen çevre koşullarına göre kendi faaliyetlerini düzenleyemeyecektir. (Tecim, 2004, s. 89) Kişilerarası iletişimde kişiler uyum içinde yaşamlarını sürdürmek için beraberliklerini devam ettirirken aynı zamanda bireylere benlik algısını, kendilerine verdikleri değeri,

kendilerine olan saygılarını ve güvenlerini değerlendirmelerine olanak tanıdığı için bireylerin yaşamlarında gerekli unsurlarındandır. (Erözkan, 2007, s. 61) Bu sebeple insanlık için önemi büyük olan iletişim süreci için tarih boyunca insanoğlu yeni araçlar bulmaya çalışmış, iletişim sürecinin tamamlanmasını kolaylaştıracak teknik araçlar oluşturup geliştirme çabasında olmuştur. İletişim ihtiyacı öncelikle mektup, telgraf ve telefon ile, sonrasında ise bilgisayarlardan, haberleşme uydularına değin çeşitli araçlarla sağlanmaya başlamıştır. (Kaya, 1985, s. 1-2)

Yaşanan teknolojik yeniliklerle birlikte ortaya çıkan elektronik iletişim kavramı ise, elektrik ile iletkenlerden sözcüklerin geçip bilgileri yayması şeklinde gerçekleşen yeni iletişim kavramı olarak karşımıza çıkmış; elektronik araçlar aracılığıyla bilgi iletilerek erişilebilir bir hal almış, telgraf ve telefon bu yeni iletişim devriminin ilk dalgası olarak ortaya çıktıktan sonra uydu, manyetoskop ve kablolarla iletişim sınırların ötesine geçmiştir. (Yalçınkaya, 2016, s. 47)

Karaca'ya göre; iletişim süreci, kaynağın iletmek istediği her çeşit veriyi kodlamasıyla başlamakta ve görsel, işitsel ya da yazılı unsurlardan oluşmakta olan kodlar, çeşitli araçlarla hedefe gönderilebilmektedir. (Karaca, 2016 , s. 628-629) Teknolojinin gelişmesiyle beraber kitle iletişimi araçlarında çeşitlilik artmıştır. (Uyanık, 2016, s. 74) Yalçınkaya'ya göre; elektronik araçlarla, evrenin içinde tekrarlanan iletilerin topluluklara iletilmesi kitle iletişim araçlarının belirleyici özelliği olup bilgiler, kapalı devreyi ifade eden 0, açık devreyi ifade eden 1, değerlerinden oluşarak ilerlemektedirler. (Yalçınkaya, 2016, s. 50)

Kaypakoğlu'na göre; iletişim teknolojilerinde ve özellikle bilgisayar alanında çarpıcı yenilikler ve bunların küresel yayılımı, içinde yaşadığımız dönemin bilgi toplumu çağı olduğu biçiminde eğilimlere neden olmuştur. Enformasyonun işlenme, saklanma ve aktarılmasındaki maliyetlerin azalması ve enformasyonun miktar ve hızındaki artışlar, batının ve global toplumun biçimlendirilmesine yol açan enformasyon teknolojisinin gücünün artmasına da neden olmuştur. (Kaypakoğlu, 2006, s. 40)

Artan enformasyon teknolojisinin gücü “Yeni medya” kavramını ortaya çıkarmış, insanların bilgiyi saklaması, paylaşması, işlemesi durumlarında yenilik

sağlamıştır. (Uzunoğlu, 2015, s. 427) Sınırları aşan ve mesafeleri kısaltan bu teknoloji iletişim olanaklarını oldukça arttırmış, klasik medya da bu duruma yayın politikalarını güncelleyerek adapte olmaya çalışarak “Değişen medya” ya da “Yeni medya” olarak anılmaya başlamıştır. (Karaca, 2016 , s. 643-644)

Bilgisayar alanındaki yenilikler ile insanların dünya genelinde birbirlerine elektronik araçlarla ulaşım iletişim kurmalarını sağlayan dijital ağların yönlendirdiği küreselleşme kavramı, iletişimin önemli boyutlarından olarak karşımıza çıkmaktadır. (Karaca, 2016 , s. 639) 21. yüzyılda insanların ve toplumların vazgeçemedikleri bir araç haline gelen internetle dünyaya yayılan, sınırları aşan, zamandan bağımsız küresel bir kültür var olmaya başlamıştır. (Zelan, 2016, s. 493)

Yaşanılan tüm bu süreci göz önünde bulundurarak diyebiliriz ki, “İletişim, insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgudur.” (Oskay, 2005, s. 1)

### **2.1.1. Elektronik İletişim Ortamlarında Etkileşim**

Etkileşim öz olarak birbirini etkilemek eylemidir. (Vikipedi Özgün ve Güncel Bilgi, 2012). Sosyal açıdan etkileşim kavramı ele alınırsa öncelikle kişilerarası etkileşim kavramına değinilmelidir. Erözkan’a göre; kişiler arası öğrenme olarak şekillenen kişiler arası etkileşim, yaşamın sürdürülebilmesi ve çevreye uyum sağlanabilmesi için öğrenilen davranış biçimleridir. Sosyal etkileşim ise, bireylerin kendileri hakkındaki özelliklerini öğrenmelerini sağladığı için bireylerin kimliklerinin oluşmasında etkili olmaktadır. (Erözkan, 2007, s. 61)

Kaypakoğlu’na göre; insanlar birbirleriyle etkileşime girdiklerinde, etkileşim süreci ve özellikleri, insanların tutumları üzerinde etki bırakır. Bu etkiler gruptaki rol ve statü ilişkileri ve normlar tarafından belirlenerek insanlarda belirli eğilimlerin artma azalmasına ve eğilimlerde nitel bir değişime de neden olabilir. Grup içinde etkileşim içinde olan birey, işleyen sistemin bir parçası haline gelir ve bu sistemin özellikleri,

bireyin deneyim ve davranışları için en önemli dayanaklar haline gelir. (Kaypakoğlu, 2006, s. 66)

İnsan-makine etkileşimi ise, insanın bilgisayar veya otomatik bir makine arasında kurdukları karşılıklı iletişim ve bu iletişim için gerekli tekniklerin tümü olarak tanımlanmış; insan ile bilgisayar arasında olan karşılıklı iletişimde bilgisayardan aktarılan verilerin, soruların, komutların girişi için bir klavye kullanılarak etkileşim süreci oluşturulmuştur. (Vikipedi Özgün ve Güncel Bilgi, 2012) Toplumların internet kullanımını yaygınlaştırmaları, onların yakınlık kurma, daha çok etkileşime girerek kendilerini açıklama isteklerini gerçekleştirirken teknolojik olanaklardan faydalanma eğiliminde olduklarını göstermektedir. (Sütçü & Algül, 2013, s. 60)

Etkileşim yöntemlerindeki gelişme, gelişen teknolojinin özellikle de bilgisayar ve elektronik iletişim teknolojisinin sunduğu imkânlardan bağımsız düşünülemez. Artık etkileşim Karahasan'a göre; elektronik bilgi ortamının değerli bir olgusu olmuştur. (Karahasan, 2012, s. 77) İletişimde teknolojinin ilerlemesinin etkisi olarak, güvercinlerin mesajlarından telgrafa, daha sonra da e-postalara ve SMS'e geçişi gibi ilerlemeler, insanlığın tarih boyunca iletişim kurmak için gerekli olan süreyi kısaltmaktadır. Bu durum uzakların daha yakın hissedilme duygusunu da beraberinde getirerek zaman-mekan sıkışması durumunu ortaya çıkarmaktadır. (Sütçü, 2015, s. 22)

Bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerle hayatımıza giren internet etkileşim kavramını da farklı boyutlara taşımıştır. Kelime olarak "İnternet, Bağlantı, Ağ" kelimelerinden ortaya çıkan internet, genel olarak dünya çapında bilgiye erişmek, taşımak ve paylaşmak için birbirine bağlı bilgisayarlarla oluşturulan büyük bir ağıdır. Bu ağın erişilebilirlik ve etkileşim sunması, kolaylık sağlaması, sürekli yenilenen fazla miktarda bilgi içermesi en önemli özellikleri arasındadır. (Şahin & Gülnar, 2016, s. 6) Akyazı'ya göre; etkileşim, enformasyon ve iletişim teknolojileri araçlarıyla, interaktif televizyonun veya dokunmatik ekranların kullanımı gibi düşük seviyeli alanlardan, birden çok fonksiyonun kullanıldığı sanal gerçeklik gibi yüksek seviyeli uygulamalara kadar geniş bir aralıkta gerçekleşebilmektedir. (Akyazı, 2014, s. 155) Atlı ve Yücel'e göre; geleneksel iletişim modellerinde kitleler ile kurduğu iletişimsel bağların temelinde tek yönlü bilgi akışı sağlanırken, yeni iletişim teknolojilerinde, etkileşim iletişim biçimi

haline gelmiştir. Yeni medyanın etkileşim özelliği; kullanıcıya dijital mecralarda yer alma, içeriğe müdahale etme, üretme ve aktif şekilde medya ürünlerini kullanma fırsatı sağlamıştır. (Atlı & Yücel, 2016, s. 790) Başaran Doğan'a göre; yeni medya, almak istediği mesaja kendisi karar verebilen bireye uygun mesaj gönderimini mümkün kılmıştır. Bireye sunulan en ayırt edici özellik olarak karşımıza yeni medya araçlarında farklı biçimlerde yaşanan etkileşim durumudur. Bu durum etkileşim yöntemlerindeki gelişmenin boyutunu göstermektedir. (Başaran Doğan, 2016, s. 473)

Gelişen elektronik iletişimle birlikte hızlı veri akışı mesafeleri ortadan kaldırarak etkileşim sürecine hız kazandırmıştır. Yeni medyanın interaktif özelliği, bireyi pasif olmaktan kurtarmış, istediği her bilgiyi rahatlıkla ve özgürce paylaşabilen, bir birey haline getirmiştir. (Gençer, 2015, s. 510-511)

Elektronik iletişim ortamlarında etkileşimin Yalçinkaya'ya (Yalçinkaya, 2016, s. 49) göre vermek istediği mesaj şudur:

*“Pasif durmayın. Artık bu mecralar eskiden olduğu gibi değil. Sözüünüzü söyleyip geri çekilmeyin. İnsanlara konuşacakları, tartışacakları bir şeyler söyleyin. Onları da konuşturun. Konuşmalarını sağlayacak içerikler geliştirin. Sorularına cevap verin. Onlara fayda sağlayacak içerikler sunun. Uzmanlığınızı paylaşın.”*

### **2.1.2.Günümüze Kadar Değişen Web Kullanımları**

Tarihsel olarak bakıldığında, ilk olarak Web 1.0 uygulaması karşımıza çıkmaktadır. Durağan içeriklere sahip, tek yönlü iletişime yönelik bir yapıya sahip olan Web 1.0, tek kaynaktan yayın yapılmasını ve içeriklerin temel kurallarına göre düzenlenerek kullanıcılara ulaştırılmasını esas almıştır. (Özel, 2016, s. 273)

İnternet teknolojilerinin gelişmesiyle bireylerin internet üzerindeki etkinlikleri artmış, kolaylıkla internet üzerinde içerik oluşturup paylaşmaya başlamışlardır. Etkileşime dayalı olan, bilginin ve iletişimin kolay, hızlı ve rahatça paylaşılmasına olanak tanıyan yeni web konsepti ortaya çıkmıştır. (Gençer, 2015, s. 512) Dijital dünyanın tam anlamıyla karşımıza çıkması, Web 2.0 ile olmuştur. 1990'lı yıllara kadar

ev içerisindeki hayatta aktif rol alamayan internet, Web 2.0 döneminde aktif rol almaya başlamıştır. (Arklan & Akdağ, 2016, s. 18) Web 2.0 teknolojisiyle birlikte internet dünyasında yenilikler ortaya çıkmış ve sosyal ağlar meydana gelmeye başlamıştır. (Gençer, 2015, s. 513) Temelleri 1997’de atılan internetin bu yeni ortam sayesinde kullanım alanı büyümüş, yeni nesil uygulamaları içerir olmuş, böylece insanların hayatları üzerinde sahip olduğu etkiyi artırmıştır. (Arklan & Akdağ, 2016, s. 18) Dijital sistemin en önemli avantajları olarak zaman ve mekan sınırlamalarını esneklaştırması ve çok fazla verinin aktarımına olanak sağlaması gösterilmektedir. (Sütçü C. S., 2012, s. 85)

Web 2.0 terimi, veri tabanları, dinamik ve etkileşimli Web uygulamalarının oluşturulmasına izin veren AJAX (Asynchronous Java Script and XML) (Köseoğlu, 2012, s. 60) ve Web sitesine son eklenmiş bilgilerin siteye üyeleri tarafından takip edilmesini kolaylaştıran ve bu bilgilerin paylaşılmasını sağlayan veri formatı olan RSS (Really Simple Syndication) (Özel, 2016, s. 274) üzerine kurulmuş kişiselleştirilen interaktif web sitelerini kastedmektedir. Sosyal ağ sitelerinin de Web 2.0 teknolojisiyle birlikte geliştiği düşünülebilir. (Köseoğlu, 2012, s. 61) Bu teknoloji içerisinde; “Sosyal ağlar, sosyal işaretleme siteleri, etiketleme uygulamaları, vikiler, bloglar, içerik toplama ve düzenleme araçları (RSS Beslemeleri), çoklu ortam paylaşım siteleri, işbirlikçi araçlar, podcastler ve karma (mash-up) içerik formları” yer almaktadır. (Özel, 2016, s. 274) Web 2.0 bu servisleri hayatımızı çok daha kolaylaştırmış ve hızlı bir hale gelmesini sağlamıştır. (Gençer, 2015, s. 513) Web 2.0, ayırt edici üç özelliğe sahiptir. Kullanımı kolaydır, sosyalliği kolaylaştırır, kullanıcılara içeriklerini istedikleri biçimde resim, video, metin olarak yüklemelerine olanak veren özgür yayın ve üretim platformu sağlamaktadır. (Fuchs, 2016, s. 55)

Web kullanımındaki değişikliklerin iletişim biçimine yaptığı etkiler, iletişim süreçlerinin bütününde etkisini hissettirmektedir. (Uzunoğlu, 2015, s. 427) Verdiği örnekle de bu durumu kanıtlayan Uzunoğlu’na göre; “17 Ekim 2014 tarihinde yeni medya ortamına yüklenen, ardından orijinal kaynağındaki bağlantısı yayından kaldırılan ancak birçok kullanıcı tarafından farklı video paylaşım ağlarına kopyalanan bir intihar videosu, yeni medyanın özellikle 2000’li yılların başlarında, web 2.0’nin yükselişe

geçmediği dönemde, duygular ve ifadelerle pek de özdeşleştirilemeyen dünyanın nasıl da dönüştüğü ve duygusal bir belirleyici konumuna geldiği konusunda dünyadaki benzeri örneklerin arasına katılmıştır.” (Uzunoğlu, 2015, s. 427)

Web 3.0’ın gelişmesi ise semantik web kavramını doğurmuştur. Emiroğlu’na göre; “Web üzerindeki içeriğin birbiriyle ilişkilendirildiği ve cümlelerle ifade edilebilir hale geldiği, Web’in dev bir veritabanına dönüştüğü, bilgisayarların birbirleriyle konuşabildiği, servis ve sunucu merkezli yaklaşımların yerini kullanıcı merkezli dağıtık bir yapıya bıraktığı alt yapı Anlamsal Ağ (Semantic Web) olarak tanımlanmaktadır”. (Emiroğlu, 2009, s. 154)

Anlamsal ağ, içerikler arasındaki ilişkilerle web sayfalarının diğer sayfalarla ve kullanıcılarla konuşarak yardımcı olan bir aracıya dönüşmesini, internet üzerinde kendi sınırlarımızı belirleyebilmemizi, seçimlerimiz yönünde mümkün kılmaktadır. Semantik arama tamamıyla kullanıcının bilmek istediği içeriği gösterir. Semantik arama motoru, arama sonuçlarını kullanıcının sorgusu ile birlikte eş anlamlılarını içeren ve ilişkili eşleşmelerinin ne kadar yakın olduğuna göre sınıflandırılmaktadır. (Menemencioğlu & Orak, 2014, s. 620) Web 1.0 insan bilişinin bilgisayar tabanlı ağ oluşturmuş sistemleri olup, Web 2.0 insan iletişiminin bilgisayar tabanlı ağ oluşturmuş sistemidir. Web 3.0 ise, insan iş birliğinin bilgisayar tabanlı ağ oluşturmuş sistemidir. (Fuchs, 2016, s. 67)

## **2.2.Sosyal Medya Kavramı**

Sosyal medya, web 2.0 teknolojisinin kullanılmaya başlanmasıyla, interaktif bilgi paylaşımının yapılmasını sağlayan medya sistemi olup, kullanıcıların internet üzerinden yaptıkları karşılıklı konuşma ve paylaşımların tamamıdır. (Akdemir, 2016, s. 4) Sosyal medya teknik olarak, sayısallaştırılmış bilginin, dijital olarak taşınarak karşı tarafa iletiildiği medya sistemidir. (Şahin & Şahin, 2016, s. 52) Köseoğlu’na göre; sosyal medya, etkileşim kurmak, topluluk oluşturmak ve birliktelik gerektiren projelerde bulunabilmek için fırsat sunan Web 2.0 temelli olan web siteleridir. (Köseoğlu, 2012, s. 60) Sosyal medya genel anlamda, daha yoğun sosyal etkileşime olanak tanıyan web siteleridir. (Demir Ü. , 2016, s. 28) Sosyal medya; içerik

forumlarını, sosyal ağ sitelerini, blogları, mikroblogları, iş ağı sitelerini, video yayınlama ve paylaşma sitelerini, iş birliği ile oluşturulmuş bilgi arama amaçlı web sitelerini kapsayan geniş bir alana yayılmıştır. (Dal & Dal, 2014, s. 146)

Sosyal Medya genel olarak, Web 2.0 teknolojisinin sağladığı kullanım kolaylığı ve iletişime geçmedeki hızla birlikte bilgi paylaşımı ve takibi yapılabilen dijital alanlardır. (Gençer, 2015, s. 513) Mobil iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle akıllı cihaz kullanımının artması sosyal medyaya ulaşılabilirliği kolaylaştırarak popülaritesini arttırmıştır Sosyal medyanın bünyesinde bir çok internet hizmetini barındırması (E-posta, blog kurma, web sayfa tasarımı vb.) önemini arttırmış, kişilerin kendilerini istedikleri gibi ifade edebilmeleri için yeni bir alan oluşturması sağladığı büyük olanaklardan olmuştur. (Oğuz, 2016, s. 52)

Günlük yaşam alanında kendine yer bulan Sosyal Medya, gündelik yaşam ile birbirleriyle ilişki ve etkileşim içerisinde olan, birbirlerinin gündemini belirleme potansiyeli bulunan; yaşananların birinden diğerine hızlı ve kolay bir biçimde aktarılabildiği interaktif yaşam alanı olmuştur. (Arklan & Akdağ, 2016, s. 18) Sosyal medya, toplumsal olaylar karşısında her kesimden insana eylemci olma, eylemci gibi davranma olanağı da sunan bir alan oluşturmuş, Sosyal medya kanalları ile bir araya gelen yığınlar, bu platformda kendilerine eylemci gibi davranabildikleri bir alan bulmuşlardır. (Başaran Doğan, 2016, s. 475)

### **2.2.1.Sosyal Ağ Tanımı**

Sosyal ağ, insanlarla iletişime geçebilmek için profil oluşturmayı gerektiren ve bu profilin paylaşılmasını sağlayan; sistemde bulunan diğer insanların birbirlerini bulup arkadaş listelerine ekledikleri ve bu kişilerin birbirlerinin paylaşımlarını ve profil bilgilerini görebildikleri internet tabanlı servis şeklinde tanımlanabilmektedir. (Akıncı Vural & Bat, 2010, s. 3355)

Sosyal ağların, Web 2.0 teknolojisiyle etkin hale geldikleri söylenebilir. Web 2.0, genel olarak kullanıcı tarafından içeriğin oluşturulduğu internet hizmetleridir.

(Köseoğlu, 2012, s. 60) Ağ üzerinden iletişimin giderek artması, kullanıcı tarafından içeriğin oluşturulduğu bir çok internet hizmetini arttırmış sosyal ağlar gibi kullanım alanları kendini göstermeye başlamıştır. (Altınbaşak, 2009, s. 466)

Sosyal ağlar, bireylere çoğunlukla ücretsiz olarak kendi profilini oluşturma, bilgi edinme, içeriklere katkıda bulunma, etiketlenme, paylaşımda bulunma hizmeti sunan; kullanıcıların birbirleriyle olan etkileşimlerini kolaylaştıran, kullanıcıya veri tabanı sağlayan, kullanıcılardan alınan geri bildirimler sonucunda değişiklikler yapılarak geliştirilmesini sağlayan, kullanıcıların gizlilik alanlarını belirlemesini mümkün kılan web hizmetleridir. (Özel, 2016, s. 274-275) Sosyal ağlar, normal şartlarda ulaşılabilecek olmayan toplu yığınların birbirleriyle iletişim ve etkileşim içine girebildikleri, kendilerine bir çevre oluşturabildikleri sanal ortamlardır. (Dal & Dal, 2014, s. 146) Sosyal ağlar, kullanıcının, içerik değişikliği yapmasına olanak tanıyan ve kendi kişisel web sitesini yapabilmesine imkan tanıyan uygulamalar olarak da karşımıza çıkmaktadır. (Köseoğlu, 2012, s. 60) Sosyal ağ, kullanıcıların gerçek hayatta kolaylıkla ulaşamayacağı birçok kültürden insanlarla iletişim kurabildiği, duygularını yansıtabilmesini sağlayan birçok sembollerle kendisini ifade edebildiği bir ortamdır. (Koç & Karabatak, 2012, s. 156) Akdemir'e göre; insanlar sosyal ağlar sayesinde, her konuda ilgi duyduğu, aradığı, araştırmak istediği içerikleri bulabilmektedir. (Akdemir, 2016) Sosyal ağlar, kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin, insanlar tarafından etkileşimli olarak paylaşılmasını sağlayan internet siteleridir. (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013, s. 25) İnternet sayesinde, sosyal ağlar etrafımızı çevreleyerek, insanların özgürce oluşturmuş oldukları alanda, ortak noktaları çerçevesinde toplanmalarına olanak sağlamış, toplumsal hareketlere ortam hazırlamış, insanlar arasındaki iletişime bu doğrultuda güç kazandırmış ve mesafeleri ortadan kaldırarak fikir alışverişini hızlandırıp kolaylaştırmış bir ağ toplumunun oluşmasına sebep olmuştur. (Gençer, 2015, s. 510)

Zelan'a göre; "Ağlarla örülü yeni toplumda iletişim yatay bir şekilde hareket etmekte ve etkileşim içermekte, bu yeni toplumda içerik kişiler tarafından oluşturulmakta ve kendi seçtiği kişilere yayılmaktadır". (Zelan, 2016, s. 486)

Sanal toplulukların mekânı siber uzam olup, bu kavram “Mekânı olmayan yer” olarak tanımlanmıştır. Bireyler bilgiye ulaşmak, ilgilendikleri konu ya da ürünlerle alakalı araştırma yapmak için bu mekânı olmayan sanal toplulukların mekanına, sosyal ağlara yönelmektedirler. (Biçer, 2014, s. 63) Sosyal ağlar, ilgi alanlarına göre bilgisayar ağları üzerinden iletişimde bulunan toplulukları bir araya getirerek çevrimiçi topluluk kavramını ortaya çıkarmış, bireylere topluluklar oluşturmak, fikir alışverişinde bulunmak, gruplara katılarak işbirliği kurmak gibi olanaklar sağlamaktadır. (Eren, Çelik, & Aktürk, 2014, s. 636)

### **2.2.2. Başlangıcından Günümüze Kadar Kullanılan Sosyal Ağlar**

Kuzey Amerika’da bulunan dört büyük bilgisayarın bir kontratla birleştirilmesiyle 1969 yılında ilk bilgisayar ağı oluşturulmuş, büyük şirketlerin, Harvard, MIT, SDC, BBN gibi 1970’de bu ağa eklenmesinden sonra 1971’de NASA gibi pek çok kuruluşun da bu ağa katılmasıyla, terminal sayısı artmış ve elektronik posta uygulaması kullanılmaya başlanmıştır. (Arısoy, 2009, s. 56) İlk e-maili, 1971’de elektronik posta uygulamasını oluşturan Ray Tomlinson, ARPANET üstünden göndermiştir. (Dünya Bülteni, 2011)

Bilgisayar haber gruplarının 1979 yılında ortaya çıkmasından sonra IBM şirketi, BITNET sistemini oluşturmuş, 1991 yılında ise, bilgilere ulaşılmasını ve araştırılmasını kolaylaştırma amacı taşıyan world wide web’i (www) Tim Berners Lee tarafından ortaya çıkarılmış ve böylelikle internet hayatımıza girmiştir. (Arısoy, 2009, s. 56) İnternet genel kullanıma açıldıktan (1994) yalnızca 4 yıl sonra 50 milyon kullanıcı çizgisinin ötesine geçmiştir. (Coşkun Değirmen, Akıncı Vural, & Özbükerci, 2016, s. 109)

İlk blog yazısı ise 1994 yılında Justin Hall’in “Justin’in Yer Altından Linkleri” adındaki, internet üzerindeki beğendiği ve okunmasını önerdiği **web adreslerini** paylaşıp tanıtması olmuştur. (Ezgimen, 2016) İnsanlar, kendilerine günlük oluşturma yeri sağlayan bloglarda diğer insanlarla paylaşabilecekleri ya da kendilerine saklayabilecekleri sayfalar oluşturabilmektedirler. (Dilmen, 2007, s. 5) Bloglar,

insanlara ait yazıların eleştirisi ya da yorumların tarihsel olarak ayrılarak yayınlanabildiği, yazanın kimliğinin belirtildiği, istenildiği takdirde okuyucularla etkileşime girilebildiği internet tabanlı yayınlardır. Bu yayınlar, insanların ilgi duydukları konular üzerine yoğunlaşarak yazılan kişisel bloglar, kurumlarla ilgili haberlerin yer aldığı kurumsal ya da yalnızca konusunda uzmanlaşmış kişiler tarafından belli bir konu hakkında yazılan temasal bloglar olarak karşımıza çıkabilmektedir. (Vikipedi Özgür Ansiklopedi, 2014)

Sosyal medya alt yapısına sahip olan ilk arkadaşlık sitesi olarak bilinen [www.classmates.com](http://www.classmates.com), 1995 yılında ortaya çıkmış ve aynı okula giden arkadaşların birbirini bulmasını amaçlamıştır. (Ezginen, 2016) 1995 tarihinde ise MIRC ve ICQ ortaya çıkmıştır. İnternet üzerinden sohbet etme uygulaması olan MIRC, Khaled Mardam Bey tarafından 1995 yılında bu amaç için geliştirilen uygulamaların ilki olarak kabul edilen uygulamadır. 1995 - 1996 yıllarında Mirabilis isimli grup tarafından oluşturulan ICQ adındaki uygulama en fazla tercih edilen mesajlaşma uygulamalarından biri olmuştur. (Medyaloji, 2015) 1996 yılında Ask Garrett, Ask Jeeves, David Warthen, Gruener tarafından kurulan Ask.com arama motoru uygulaması, aranan kelimeler için yüz civarında editör internet sitelerini gezerek insanların aradığı kelimeler için en iyi sonuçları içeren siteleri bulmalarını sağlamıştır. (Vikipedi Özgür Ansiklopedi, 2015)

Kendi profilini oluşturma, arkadaş listesi oluşturup bu listelerde gezinmeye olanak tanıyan ilk sosyal ağ uygulaması 1997 yılında kullanıma açılan SixDegrees.com uygulamasıdır. (Acar, Gürsoy, & Ünsal, 2014, s. 19) 1999 yılında Ewan Williams tarafından internette insanların kişisel yayınlarını paylaşabileceği bir günlük oluşturma alanı sağlamaları için Blogger uygulaması kurulmuştur. (Nakilcioğlu, 2007, s. 3) 1999 yılında LiveJournal, AsianAvenue ve BlackPlanet gibi sosyal paylaşım ağlarının temel özelliklerini taşıyan siteler internet kullanıcıları ile buluşmuştur. (Aksoy, 2015, s. 367) 2000li yıllara gelindiğinde, Web 2.0'in geliştirilmesiyle daha fazla veri internet ağında saklanabilir olmuş, internet üzerinden ücretsiz olarak saklama ve paylaşma hizmetleri sunan şirketler var olmaya başlamıştır. (Aytekin & Sütçü, 2012, s. 5) Böylece sosyal ağlar için yeni uygulamaların gelişmesi hız kazanmıştır.

Ryze.com uygulamasının 2001 yılında kullanıma açılması ise insanların profesyonel iş ağı oluşturmalarına yardımcı olmuş, peşi sıra oluşturulan Tribe.net

uygulaması ise kullanıcıların dikkatini daha çok çekmiştir. Sonrasında ise profesyonel iş ağı hizmeti sağlamak için LinkedIn uygulaması geliştirilmiş, çevrimiçi arkadaşlık,

flört etme olanağı sağlayan Friendster uygulaması da kullanılan sosyal ağlar arasında yer almıştır. (Acar, Gürsoy, & Ünsal, 2014, s. 20) MiGente (2000), Cyword (2001), Skyblog (2002) yine kullanılan sosyal ağlar arasında yerini almıştır. (Aksoy, 2015) Amerikalı Jimmy Wales, 2003 yılında Wikipedia'yı kurmuş böylelikle online olarak özgür ansiklopedi Wikipedia yayınlanmıştır. (Kara, 2016) Aynı yıl **Matt Mullenweg** tarafından açık kaynak kod blog sistemi olan WordPress kurulmuştur. (Demirel, 2011) İstedığınız şekilde kendi bloğunuzun görünümünü, temasını tamamen kendinizin oluşturabildiği, birçok ücretsiz tema seçeneğiyle kullanışlı ve görsel açıdan çok iyi bir blog oluşturmak WordPress ile mümkün olmuştur. (Makale Sanatı, 2016) 2003 yılında ve sonrasında sosyal iş ağları kapsamında LinkedIn, OpenBC ve XING , benzer konulara ilgi duyan kişileri buluşturmayı hedefleyen Dogster, Care2, CouchSurfing, MyCurch, Myspace, Hi5 adındaki sosyal ağlar oluşturulmuştur. (Acar, Gürsoy, & Ünsal, 2014, s. 19)

Zelan'a göre; tüm kullanılan sosyal ağların dışında 2004 yılında bir grup öğrencinin önce kendi okullarında sonra giderek Amerika ve diğer ülkelere hızla yayılan Facebook'u bulması iletişimde sosyal ağların miladı olarak tanımlanmıştır. (Zelan, 2016, s. 493) Facebook, önceleri sadece Harvard Üniversitesi öğrencileri için 2004 yılında kurulmuş, sonrasında civardaki okullarda da uygulamaya katılmış, kısa bir süre içerisinde ise Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan bütün okulları içine katarak hızla yayılmıştır. Site, kullanıcılara, fotoğraflarını, videolarını paylaşma, fikir alışverişi yapma, yeni arkadaşlıklar edinme fırsatı sunmaktadır. (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013, s. 25) Facebook'un rahat bir iletişim ve etkileşim ortamı sunması en önemli özelliklerindedir. (Bilen, Ercan, & Gülmez, 2014, s. 116) serbest zamanları doldurmak, yaşanan anların fotoğraflanıp paylaşılmasını sağlamak, bilgiye ulaşmak, mesajlaşmak, gündemdeki olayları takip etmek, ulaşılmak istenen kişilerin iletişim bilgilerine erişmek ve katılmak istenilen gruplara ya da organizasyonlara erişmek gibi sebeplerden dolayı, sosyal ağlar içerisinde Facebook kullanıcılar tarafından daha çok tercih edilmektedir. (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013, s. 31)

Catster(2004), 2005 yılında ise QZone, Yahoo360 internetteki yerini almıştır. (Aksoy, 2015, s. 368) 2004-2005 yılları arasında müzik dinlemek için Last. FM, fotoğraf paylaşmak için Flickr, video yayınlamak ve seyretmek içinse YouTube adındaki internet siteleri ortaya çıkmıştır. (Acar, Gürsoy, & Ünsal, 2014, s. 20) Youtube, 2005 yılında, Steve Chen, San Mateo, Chad Hurley, Jawed Karim tarafından kurulan video paylaşım sitesi olarak ortaya çıkmış, bir zaman sonra Google tarafından satın alınıp en gözde sitelerinden biri olarak hayatımızda yer almaya başlamıştır. (Nakilcioğlu, 2007, s. 4) İlk Youtube videosu, Jawed Karim tarafından yayınlanan "Me at the zoo", "Hayvanat bahçesinde ben" adındaki video olmuş ve bu videoda geçen ilk cümle de "Alright, so here we are in front of the elephants" "İşte burda, fillerin önündeyiz" olarak duyulmuştur. (Dünya Bülteni, 2011) Youtube, dünyanın en popüler video paylaşım platformu haline gelmiştir. Uygulama, amatör ve profesyonel yayıncıları bir araya toplamakta, Dünya genelinde başkalarıyla etkileşime girmeye, onları bilgilendirmeye ve insanlara ilham sağlamaya yarayan bir dağıtım platformu olarak görülmektedir. (Zylinski, 2015, s. 7)

Twitter uygulaması, 2006 yılında hayatımıza girmiş ve yüz kırk harfle sınırlı sözcük kullanımı olanağı sunan ve sınırlı olarak kullanarak kullanılan sözcüklerle oluşturulan söz öbeklerinin "Tweet" olarak ifade edildiği bir yazılım olarak karşımıza çıkmıştır. (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013, s. 25) Twitter uygulamasının ilk kullanımı, 2006 yılında kurucusu Jack Dorsey tarafından atılan ve "Sadece twitterımı oluşturuyorum" anlamındaki tweetle gerçekleşmiştir. (Dünya Bülteni, 2011) Twitter, bireylerin internet aracılığıyla biçimlendirilen sanal dünyada gerçek veya kurgulanmış ya da sahte kimlikler oluşturmalarına, bağlantıda oldukları ve kendileriyle benzer kimlik niteliklerine sahip ötekilerine ait bir listenin tutulmasına ve gerek içeriği üreten ve paylaşan, gerekse de listelenmiş diğerlerinin karşılıklı iletişimine olanak tanıyan, kitlesel erişim esaslı bir yeni medya olarak tanımlanmaktadır. (Tellan, 2016, s. 64)

Tumblr uygulaması 2007 yılında kullanıcıların medya gereçlerini (müzik, metin, resim, şarkı sözleri, HTML vb.) internet ortamına yüklemesini sağlayan sosyal ağ ve mikroblog platformu olarak hayatımıza girmiştir. (Zylinski, 2015, s. 6)

Sosyal ağlarda 2009 yılında yeni bir özellik daha yaşamımıza girmiştir. Öne çıkan özelliği check-in (yer bildirim) olan Foursquare, insanların ziyaret ettikleri yerleri ve konumlarını arkadaşlarına iletme imkanı tanıyan, çalışma koşulununda sadece internet ve GPS3 hizmetlerine erişimi olan mobil cihazların kullanılmasıdır. (Canpolat, 2013, s. 67)

Kevin Systrom ve Mike Krieger'in 2010 yılında geliştirmiş oldukları Instagram uygulaması genel olarak; fotoğraf paylaşımının yanında video kaydetme imkanı tanıyan, çeşitli filtre özellikleriyle kullanıcının düzenlediği fotoğraflarını diğer sosyal paylaşım platformlarında da paylaşmayı sağlayan bir sosyal ağ olarak kullanılmaya başlanmıştır. (Türkmenoğlu, 2014, s. 95) Kısa sürede bireylere fotoğraflarını ve videolarını çeşitli filtrelerle, efektlerle daha çekici hale getirmelerini sağladığı için dikkat çeken sosyal paylaşım sitelerinden olmuştur. (Sabuncuoğlu & Gülay, 2016, s. 113)

Google Plus; 28 Haziran 2011 tarihinde Google tarafından yönetilen bir ağ olarak karşımıza çıkmış, sosyal ağların kullanılmasına olanak tanıyan, takipçileriniz veya sizin takip ettiğiniz kişilerin bulunduğu, fotoğraf ve video eklenip paylaşılmasına imkân veren, çoklu video görüşmelerine olanak sağlayan, konferans şeklinde toplu görüşmeler yapılabilen bir kimlik doğrulama ve sosyal ağ hizmeti olarak ortaya çıkmıştır. (Ateş, 2016)

Aralık 2011'de Pinterest popüler bir ağ olarak ortaya çıkmıştır. (Pinterest, 2012) Pinterest "Pin" İğne, "interest" ilgi kelimelerinin birleşmesi ile ortaya çıkmış; üyelerinin sevdikleri videoları ve fotoğrafları paylaşmasına, üye olduktan sonra kendinize dilediğiniz kadar ilan panosu açmanıza, ardından da istediğiniz kişiyi ya da arkadaşınızı takip edebilmenize imkân tanıyan sosyal ağ hizmetidir. (Bulgurlu, 2013)

Snapchat uygulaması ise, 2011 yılında ilk olarak Evan Spiegel tarafından kurulmuştur. (Hüdür, 2016) Evan Spiegel'in Snapchat uygulamasını oluşturma fikri, üniversite yıllarında arkadaşlarının bazı istenmeyen fotoğrafları Facebook'tan kaldırmanın zorluğundan bahsetmesiyle, insanların rahatlıkla istedikleri gibi komik "selfie" fotoğraflarını paylaşabildiği ve fotoğraf kaldırma kaygısı taşımadan belli bir

süre sonra fotoğrafların kendiliğinden kalkacağı bu uygulamayı ortaya koymuştur. (NetGazetesi, 2014)

WhatsApp Messenger uygulaması ile mesajlaşma gelişmiş farklı bir boyut kazanmıştır. Akıllı telefonlar için geliştirilen, platformlar arası çalışma özelliğine sahip bir mesajlaşma ve arama uygulaması olarak, ilk yayınlanması Ocak 2010 olan uygulama, kişilerin birbirlerine internet üzerinden mesaj, doküman, fotoğraf video göndermelerini sağlayarak ücretsiz aramaya da imkan tanımaktadır. Brian Acton ve Jan Koum tarafından bulunan uygulama, ABD'de, Kaliforniya eyaletinde kurulmuştur. (Vikipedi Özgür Ansiklopedi, 2016)

Önceleri sadece check-in yapmak için kullanılan Foursquare, yeni yerler keşfetmek için kullanılmaya başlanmış, check-in yapma uygulamaları ise 2014 yılında Swarm uygulamasına taşınmıştır. (Arslan, 2014) Böylelikle yeni bir sosyal ağ uygulaması olarak Swarm uygulaması da yaşamımıza dâhil olmuştur.

Yeni bir sosyal ağ uygulaması olan Periscope ise; kullanıcıların kendi içeriklerini bir canlı video akışı sayesinde yayınlamasını sağlamak, canlı yayın yapılırken kişinin takipçilerine bildirim giderek yayın beğenildiği takdirde kalpler göndermek vasıtasıyla yayını yapan kişinin ödüllendirildiği sosyal ağ uygulamasıdır. (Zylinski, 2015, s. 5)

Sosyal ağ sitelerinin sunduğu hızlı güncellenme, kolay kullanım ve hızlı paylaşım, bu sitelerin kullanıcılar tarafından tercih edilmelerine sebep olmakta ve gün geçtikçe kullanıcı sayıları artış göstermektedir. (Bilen, Ercan, & Gülmez, 2014, s. 117) Bireyler sanal ortamda kendileriyle benzer nitelikte ilgi alanlarına sahip kişilerle gruplaşarak, forumlar ve aracılığıyla etkileşim kurabilmektedirler. (Mercimek, Dulkadir Yaman, Kelek, & Odabaşı, 2016, s. 70) Sosyal paylaşım sitelerinde; kendini daha rahat ifade etme durumu ortaya çıkmakta, bilgi paylaşımının yanı sıra eğitsel konularda destek alma, rahat iletişim kurma, sosyal ilişkiler kurma bu sitelerin cezp edici özelliklerindedir. (Öztürk & Akgün, 2012, s. 61)

Sosyal medyanın devingen yapısından toplumsal hareketleri de etkilemiştir. Sosyal medyanın birçok kanaldan iletişime olanak sağlaması, iletişimin

demokratikleşmesine de ortam sağlamış, sosyal paylaşım ağları bir yığın insanı bir araya getirerek farklı bir kamusal alan sağlamıştır. (Zelan, 2016, s. 487)

“Dijital pazarlama ajansı We Are Social, 2016 yılı için küresel ve lokal dijital istatistikleri içeren raporuna göre; Dünya genelinde 3,419 milyar insan internete bağlanıyor, 2,307 milyar kullanıcı aktif olarak sosyal medyada yer alıyor. Raporda Türkiye istatistiklerine baktığımızda; ülkemizdeki 79.14 milyonluk nüfusun, 46.3 milyonunun internete bağlanarak. İnternet kullanıcılarının 42 milyonu aktif olarak sosyal medyada yer almıştır.” (Ayvaz, 2016)

Sosyal ağlarda harcanan süre bazında dünyada beşinci sırada yer alan Türkiye, bu bakımdan Avrupa ortalamasının üstünde bulunmaktadır. Sosyal medya üzerinde en çok tercih edilen siteler, Facebook ve Twitter olup daha çok üniversite öğrencileri tarafından tercih edilmektedir. (Demir Ü. , 2016, s. 29)

“Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformlarına baktığımızda ilk sırada %32 ile Facebook’un yer aldığını görüyoruz. Facebook’u %24 ile WhatsApp, %20 ile Facebook Messenger, %17 ile Twitter, %16 ile Instagram takip ederken, sıralama Google+, Skype, LinkedIn, ile devam etmektedir.” (Ayvaz, 2016)

### **2.3. Sosyal Ağların Ortaya Çıkardığı Toplumsal ve Bireysel Dönüşümler**

İletişim teknolojilerindeki yenilikler, bu teknolojilerin gün geçtikçe gelişimi sınırları kaldıran, küresel dönüşümlere sebep olmuştur. (Bağcı, 2016 , s. 1032)

Sosyal ağlar, bireyleri sosyal bir ortamın içinde tutarken aslında gerçek hayatın içinde bireyin yalnızlaşmasına neden olmaktadır . Bu durum bireyin ait olduğu gerçek topluma yabancılaşmasına yol açabilmektedir. Bunun sonucunda birey yalnızlaşarak aile ve yaşadığı topluma yabancılaşmaktadır. (Alav, 2014, s. 5-15) 21. Yüzyılda kültürlerinden ve toplumsal yaşamdan uzaklaşan insanlar bireyselleşerek yalnızlaşmışlar, yalnızlaşan bireyler; iletişimde bulunduğu kanala göre farklılaşmış, iletişim teknolojilerini kullanım sıklığına göre bireyin farklılaşma süreci de değişiklik göstermiştir. (Karagülle & Çaycı, 2014, s. 4-7)

İnternetin toplumsallaştığı durumu ortaya çıkmakta, yeni ortam artık topluma mal olmaktadır. Böylece birey ön plana çıkmakta, bireyin daha fazla sosyalleşmesine imkân tanınmaktadır. (Sütçü & Algül, 2013, s. 75) Bilgisayar ve internetin bireyselliği arttırıcı etkisi bulunmakta, medya ortamlarının geçişgenlik sunması, bireyselliği arttırma etkisinin iletişimin her alanında kendini göstermesine sebep olmaktadır. (Sütçü & Akyazı, 2006, s. 283)

Toplumsal yaşamın içerisinde oldukça önemli olan zaman kavramı, sosyal ağlarla değişime uğramakta, toplumun yaşam hızını arttıran sosyal ağlarla zaman kavramı ortadan kalkmaktadır. (Alav, 2014, s. 9) Sosyal ağlar, hız ve ekranların her an her yerde kullanıldığı bir kültür yaratır. Önceden programlanmış ve kullanıcıların ürettiği içeriklerin parçaları ve kolajların bir kombinasyonudur. (Dijk, 2016, s. 323) İnternetin karakteristiği arasında, insanların farklı yerlerde olmasına rağmen anında iletişim kurması, gerçek zamanlı anlık seyahat yaratmasını sağlayan alan/zaman sıkıştırması, yeryüzünde etkileşimlere anonimlik sağlayan, çoklu rolleri mümkün kılan bir dünyada gerçekleşmesine imkân veren yer algısının yok olması, bulanık sınırlar ve dönüştürülmüş topluluklar bulunmaktadır. İnternette geleneksel ulusal sınırlar bulanıktır ve yeni sanal topluluklar yaratılmıştır. (Sütçü, Akyazı, & Dilmen, 2006, s. 149)

İletişim ağları ile birlikte toplumsal dönüşümler ortaya çıkmaktadır. Ağlar ile küresel dünya ölçeğinde büyük kitlelere kolaylıkla ulaşılabildiğinden bireylerin düşüncelerini, tutumlarını ve algılarını yönlendirmede etkisi olmaktadır. (Onar Çambay, 2015, s. 241-243) Bireyler artık kendi dünya görüşlerine hitap eden medya organları bulabilmekte ve medya organlarının çeşitlenmesi, yansıtma etkisi yaratmaktadır. (Samuels, 2009, s. 92) Sosyal ağlarla, büyük veri bulutu sayesinde milyondan fazla kelime haberini sentezleyebilmek, milyonlarca fotoğraftan, trilyonlarca veri noktası üretebilmek ve küresel duygu ve çatışma durumunun hepsini bütüncül görüntülemelerle sentezleyebilmek mümkün olmaktadır. (Leetaru, 2016) İletişim ağları, küreselleşmeyi geliştirmiş, sınırların kalkmasıyla ortak bir dil, kültür ve toplum oluşturma düşüncesi, toplumsal dönüşüme etki etmiştir. (Babacan, Haşlak, & Hira, 2011, s. 69) Ağların sınıf yapısı üzerinde de kutuplaştırıcı etkileri de vardır. Dijital bölünme fiziksel erişimle ilgili eşitsizliklerden eşit olmayan dijital beceri ve kullanım modellerine doğru yön

değiştirmektedir. Bu sebeple Enformasyon seçkinleri, katılımcı bir çoğunluk ve dışlanmış bir azınlıktan oluşan üç parçalı bir ağ toplumunun oluşması muhtemel görünmektedir. (Dijk, 2016, s. 290-291)

Sosyal medya, sahip olduğu özelliklerle bireyleri ve toplumları etkisi altına almakta, yayılan dış dünya kültürleri birbirlerini etkileyerek bireyi de etkisi altına almakta çift kültür ya da çift kimlik gibi durumlar yaratabilmektedir. (Alav, 2014, s. 19) Bireyler bir yandan kendi aileleri, mahalleleri ve kurumları içerisinde yaşamaya ve çalışmaya devam ederken, bir yandan da geleneksel olanlara kıyasla daha dağınık, daha büyük ölçekli sosyal ağların içerisinde hareket etmekte, eş zamanlı olarak küresel ve yerel koşullarda hareket etme, algılama ve düşünmeyi sağlayacak biçimde dönüşüm geçirmektedir. (Dijk, 2016, s. 71-72)

Toplumsal yaşam için önemli olan, yüz yüze ilişkiler ve birlikte olma süreçlerini etkisi altına alan yeni medya araçları, hareketsiz toplumsallaşmayı beraberinde getirmektedir. (Onar Çambay, 2015, s. 245) Online sosyal ağlar yoluyla gerçekleşen katılım kültürüne erişim (Acun, 2011, s. 75) ile toplum yaşamında anlamlı değişikliklere neden olmuştur. Enformasyon toplumunda, günlük yaşamını farklı şekillerde sürdüren gençler, tüketim alışkanlıklarını da değiştirerek, e-ticaret sitelerine yönelmişlerdir. E-ticaret siteleri üzerinden alışveriş yapmanın iyi tarafı; alınacak ürünün hızlı ve daha ucuz olarak elde edilmesidir. Kötü tarafı ise; kredi kartı bilgilerinin ve kişisel bilgilerin girilmesinin güvenlik açısından tereddüt uyandırmasıdır. (Dağtaş & Yıldırım, 2015) Bilgisayar ağlarının geniş kaydetme kapasitesi, takip edilebilirlik, insanların ve davranışlarının sürekli görünebilirliği ve bunlara erişebilme, biyometrik verilerinde bütünleşmesiyle birlikte enformasyonel, ilişkisel ve fiziksel mahremiyetimize derinden etki etmektedirler. (Dijk, 2016, s. 193) İnternet ve sosyal medyanın özgür bir ortam sunması, kişilik haklarına saldırı için de yeni bir alan oluşturmuş bu durum da hukuk alanında da bu konularla ilgili yeniliklerin olması gerekliliğini doğurmuştur. Ancak çoğu ülkede henüz bu konuda internet yoluyla ortaya çıkan hak ihlalleri mevzuatta tam olarak yer edinmemiştir. (Bağcı, 2016 , s. 1032)

Sosyal ağlar, Sosyal çevrelerde bir genelleşme ve standartlaşma algılanmasına sebep olmakta, maddi olarak daha az gcl kültürlerin özellik ve kimliklerinin kaybolmasına neden olmaktadır. (Dijk, 2016, s. 245)

Bağcı'ya göre; "Dijital ağ, internet ve sanal sosyalite, köklerinden kopmuş, tarihine, kültürüne ve insan doğasına yabancılaşmış, maneviyatla maddi hayat arasında denge sorunu yaşayan ve materyalist bakış açısıyla bezenmiş bilişim teknoloji ve internet bağımlısı yeni bir nesil üretmiştir." (Bağcı, 2016 , s. 1035)

### 3.PSİKO-SOSYAL BİR OLGU OLARAK MUTLULUK

#### 3.1.Mutluluğun Tanımı

Her çağda güncelliğini koruyan mutluluk kavramı için, net ve tek bir tanım yapmamız mümkün değildir. Mutluluk kavramı algısının her bir bireyin değerlerine, her topluma, kültüre, her bilim dalına göre farklılık göstermesi durumundan dolayı kavramsal olarak tek bir tanımlama yapmak zorlaşmaktadır. (Padır, Eroğlu, & Çalışkan, 2015, s. 36) Mutluluk terimi yerine kullanılan terimler genel olarak, öznel iyi oluş, öznel esenlik, yaşam memnuniyeti ve moraldir. (Bülbül & Giray, 2011)

Mutluluk, bireyin yaşamı ile ilgili öz değerlendirmelerinin sonucunda olumlu düşünce ve duygularının, olumsuz düşünce ve duygularına göre daha fazla olmasıdır. (Padır, Eroğlu, & Çalışkan, 2015, s. 36) Birçok felsefi ve psikolojik yaklaşım mutluluğu, yaşamda ulaşılabilecek en üst iyilik hali olarak kabul etmiş; birçok bilim adamı onu arzuların, tutkuların, heveslerin ve amaçların gerçekleştirilmesi olarak kavramsallaştırmıştır. (Demirci, Ekşi, Kardeş, & Dinçer, 2016, s. 2058) Telef'e göre; öznel iyi oluş, bireyin kendi yaşamı hakkında vardığı kanı ve öz değerlendirmeleridir. (Telef, 2013, s. 375) Öznel iyi oluş, bireyin yaşamında bir amaca sahip olup olmaması, sağlıklı olup olmaması, iş hayatıyla ilgili yaşadığı doyumunu, sosyal çevresini, arkadaşlıklarını, sevme sevilme durumu, düşük ya da yüksek benlik saygısını ve serbest zaman aktivitelerini içermektedir. (Büyükşahin Çevik & Yıldız, 2016, s. 96) Ayrıca bireyin mutluluk seviyesi; genel olarak hayatını göz önüne aldığı anda yaşamıyla ilgili genel değerlendirmelerinin ne ölçüde olumlu ve kaliteli olduğu ile ilişkilidir. (Bülbül & Giray, 2011, s. 114) Bireyin yaşantısından yüksek ölçüde memnun olup doyum alması, genel olarak neşeli ve umutlu olma, sevinç duyma gibi pozitif duygularının fazla olması; umutsuz olma, üzülme, nefret ya da korku duyma, kaygılı olma gibi negatif duygularının az olması mutluluğunun seviyesini belli eden etmenler olarak ifade edilmiştir. (Doğan & Sapmaz, 2012, s. 298) Pozitif psikoloji alanının da çalışma konularından olan mutluluk kavramı, pozitif psikolojide bireyin duyarlı olması, sevmesi sevilmesi, yetenekleri gibi olumlu özelliklerini geliştirmesinin önemini savunan bir anlayışla, bireyin güçlü yönlerini ortaya çıkarması gerektiğini savunmaktadır. (Çivitçi, 2012, s. 322)

Mutluluk kavramı her birey tarafından atfedilen değerlere göre, farklı kültürlerdeki toplumlara göre ve incelendiği bilim alanına göre farklılık gösterdiğinden tanımlamak ve incelemek zorlaşmaktadır. (Padır, Eroğlu, & Çalışkan, 2015, s. 36) Ancak ilgili açıklamalardan yola çıkarak mutluluk kavramının genellikle sevinç, zevk, memnuniyet ve hoşnutluk ile ilgili olduğu ve bireyin pozitif duygularının negatif duygularından daha çok olması ve genel anlamda yaşamından aldığı doyum olduğu anlaşılmaktadır. (Demirci, Ekşi, Kardaş, & Dinçer, 2016, s. 2058)

### **3.2. Mutluluğa Etki Eden Faktörler**

Mutluluk duygusu, bireyin önem verdiği değerlerine göre yaşamına verdiği anlamla ilgili olup yaşamından duyduğu huzur ve memnuniyet mutluluk algısıyla ilişkilidir. Bireyin bu algı süreci birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörler, bireyden bireye, farklı değerlere sahip coğrafi bölgelerde, farklı kültürlere sahip toplumlarda da farklılık gösterebilmektedir. (Şeker, 2009, s. 117)

Mutluluk üzerine araştırmalar yapan Seligman, "Authentic Happiness (Gerçek Mutluluk)" adlı kitabında mutluluğun formülünü;

Mutluluk= Genlerimiz+Koşullar+Tercihlerimiz olarak belirtmiştir. (Seligman, 2002, s. 53)

Buna göre, kişinin taşıdığı genler, aile ilişkilerinden, yaşadığı çevreden, yaşam koşullarından, duygusal ilişkilerinden, iş ilişkilerinden, hobilerinden, uğraşlarından duyduğu memnuniyet durumu mutluluk duygusuna etken olup belirlediği bir amaç için uğraşması, bunun için tercihlerde bulunması hayatına anlam kazandırması da mutluluk duygusuna etkendir.

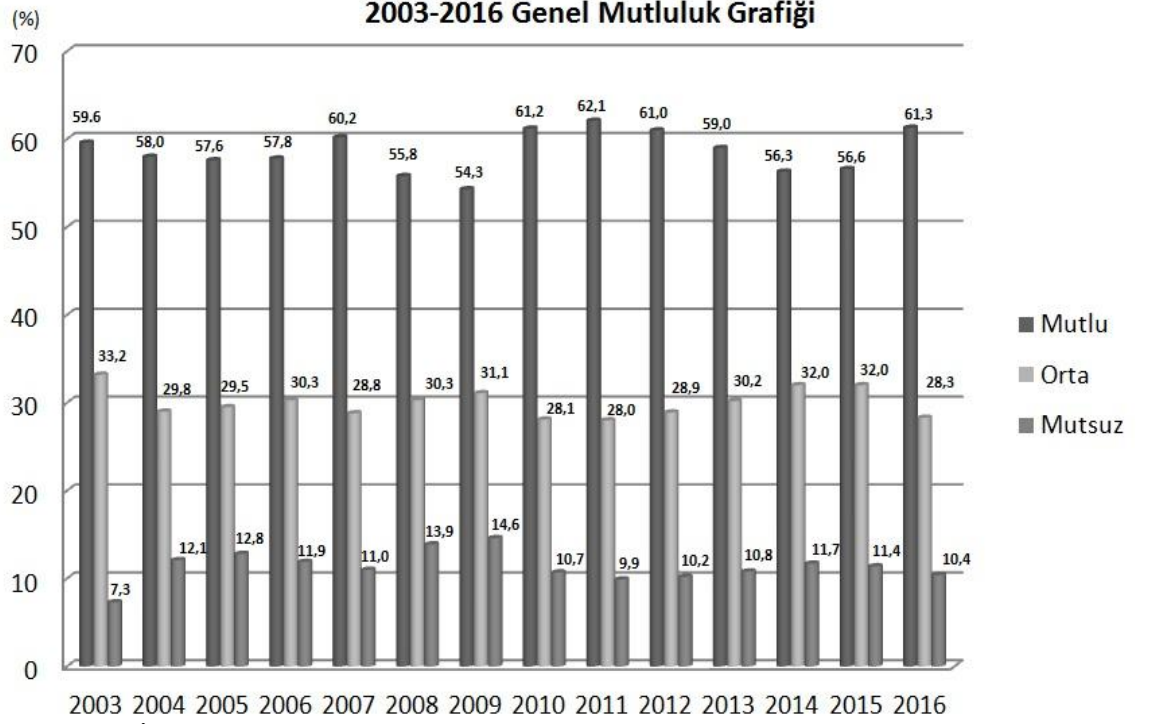
Amerikalı Profesör Sonja Lyubomirsky mutluluğa etki eden faktörleri üç gruba ayırmıştır. Bunlardan ilki genetik, ikincisi yaşam şartları "Yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, ekonomik durum, yaşanılan yer, medeni durum", üçüncüsü ise amaçlı yaşam etkinlikleridir. Amaçlı yaşam etkinlikleri içerisinde: "Olumlu düşünme, diğer insanlarla derin doyurucu sağlıklı ilişkiler, iyilik yapma, yardım etme, egzersiz yapma, affedicilik,

özsaygı, dini inançların gereğini yerine getirme, şükretme” gibi faktörler yer almıştır. (Sarı, 2016, s. 48-49) Mutluluk ayrıca kariyer memnuniyetiyle, akademik güdülenmeyle ve kariyer planlanmasıyla pozitif ilişkili olup en önemli yordayıcıları da; dışadönüklük, duygusal dengesizlik, genel yaşam doyumu, sosyal ilişkiler, yaşamın anlamı ve günlük manevi yaşantılardır. (Padır, Eroğlu, & Çalışkan, 2015, s. 37) Mutluluk bir değerdir ve insan yaşamı boyunca değerler üzerinden yaşamını sürdürür. Değer atfetme toplumdan topluma, bireyden bireye değişse de değer verme insanın manen rahatlamasına, mutlu olmasına sebep olur. Bu bakımdan değer ve mutluluk ilişkisi doğrudandır. (Çelikel, 2016, s. 3) Psikoloji kaynaklarında mutluluk kavramının karşılığı olarak ifade edilen öznel iyi oluş, bireyin kendi yaşamını değerlendirmesi sonucu hissettiği duyguya ilişkin bildirdiği yargıdır. Öznel iyi oluşu etkileyen faktörlerden biri olarak bireyin ulaşmak istediği özel isteklerini kapsayan amaçlara ulaşmak için çabalar ve amaçlarına ulaşıp ulaşamaması öznel iyi oluşuna anlam katarak etki etmektedir. (Eryılmaz, 2011, s. 44-45) Bireyin değerlerine göre mutluluğunu etkileyen etmenler farklılık gösterebilir. Örneğin; birey için çalışmanın değeri yüksek ise çalışmak ve çalışma hayatında edindiği başarılarının ölçüsü onu mutlu edecektir. Mutluluk kaynağı olan değerlerden bazıları kazanılan başarılar, sağlıklı olmak, iyi bir iş hayatı, sevmek sevilmek, gelir ve toplum içinde bir güce statüye sahip olmaktır. Her birey için bu değerlerin önemi derecesinde hissettirdiği mutluluk da farklılık göstermektedir. (Selim, 2008, s. 346)

Bireyin duygu durumuna etki eden bir diğer durum ise, çevresiyle bir arada olan, toplumsal yaşamı içerisinde başkaları ile bir arada yaşamak zorunda olan bireyin, sosyal karşılaştırma durumu yaşamasıdır. Sosyal karşılaştırma, kişinin kendisiyle diğerleri arasında yaptığı kıyaslamadır. (Arkonaç, 1993, s. 176) Festinger’in (1950) Kurt Lewin danışmanlığında ortaya koyduğu biçimsel olmayan sosyal iletişim kuramı, sosyal karşılaştırma teorisinin temel çıkış noktası olmuştur. Bu sebeple insanlar karşılaştırma yaparken öncelikle nesnel standartlar aramaktadırlar ancak, bu her zaman mümkün olmayabilmektedir. Bu durumda bireyler kendilerini başkalarıyla karşılaştırma yoluna giderler. Sosyal karşılaştırma, kişiler arası etkileşimin doğal bir parçasıdır. Her insan çeşitli şekillerde ve farklı sıklıkta sosyal karşılaştırma sürecine girerek kendini daha şanslı veya şanssız kişilerle karşılaştırmaktadırlar. Bu karşılaştırma sonucu elde

edilen bilgiler de kişilerde farklı duygusal sonuçlara yol açmaktadır. (Aydoğan, Erden, Bıyık, & Bingöl, 2017, s. 21-22-28)

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından Türkiye genelinde yapılan Yaşam Memnuniyeti araştırmasına göre; “Kadınlarda mutluluk oranı 2016 yılında %64,5 erkeklerde %58,1 olarak belirlenmiştir. Yaş gruplarına göre ise, 2016 yılında en yüksek mutluluk oranı %65,1 ile 18-24 yaş grubunda, en düşük mutluluk oranı ise %58,2 ile 35-44 yaş grubunda gerçekleşmiştir. Eğitim düzeyi olarak bakıldığında, bir okul bitirmeyenlerde mutluluk oranı %63,5 iken bunu sırasıyla; %62,9 ile ilkokul mezunu, %61,4 ile ilköğretim veya ortaokul mezunu, %60,2 ile yükseköğretim mezunu, %57,8 ile lise ve dengi okul mezunu takip etmiştir. Evli bireylerin 2016 yılında %64,7’si mutlu iken evli olmayanlarda bu oran %53,5 olarak gerçekleşmiştir. Sosyal ilişkiler yönünden ise bireyleri %70,2 oranla en çok ailelerinin mutlu ettiği ifade edilmiş ve bunu sırasıyla; %15,1 ile çocuklar, %4,7 ile eş, %3,6 ile anne/baba, %2,7 ile kendisi, %1,9 ile torunlar ve %1,7 ile diğer kişiler takip etmiştir. Mutluluk kaynağı olan değerlerde ilk sırayı %72,1 oranla sağlık almış olup bunu sırasıyla; %14,6 ile sevgi, %7 ile başarı, %3,2 ile para, %2,3 ile iş ve %0,8 ile diğer değerler takip etmiştir.” (Tüik, 2017)



**Şekil 1: Türkiye İstatistik Kurumu Yaşam Memnuniyeti Araştırması 2016 Genel Mutluluk Düzeyi, 2003-2016**

BM tarafından 2012 yılında başlatılan bir girişim olan Sürdürülebilir Kalkınma Çözümleri Ağı'nın (SDSN) ürettiği 2017 Dünya Mutluluk Raporu'na göre ise, "Dünyanın en mutlu ülkesi Norveç'tir. Bu ülkeyi sırasıyla Danimarka, İzlanda, İsviçre izlemektedir. İlk dört ülkenin tamamı için mutluluğu sağlayan ana faktörler; sağlık, sosyal güvence, kişi başı gelir, iyi yönetim, özgürlükler ve hayırseverlik olarak belirlenmiştir. Mutlu ülke sıralamasında tüm dünya vatandaşlarının ilk olarak göz önünde bulundurdıkları konu ise işsizlik olmuştur. 155 ülkenin yer aldığı raporda Türkiye geçen yıla göre bu yıl dokuz sıra yükselerek 69'uncu olmuştur. Ülkelerinde savaşın, açlığın ve işsizliğin olduğu başta Orta Afrika Cumhuriyeti ve Suriye olmak üzere Burundi, Yemen, Liberya, Güney Sudan, Gine, Ruanda ve Togo ise en mutsuz ülkeler arasında yer almıştır." (Euronews, 2017)

Mutluluğu sağlayan faktörlerin öncelik sırası bireylere ve toplumlara göre farklılık gösterse de ilgili çalışmalarda bu faktörler genel olarak: Genetik, yaşam şartları, amaçlı yaşam etkinlikleri, kariyer memnuniyeti, dışadönüklük, duygusal denge, genel yaşam doyumu, sosyal karşılaştırma, sosyal ilişkiler, değer verme, amaç ve isteklere ulaşma, başarı, sağlık, sevgi, para, bağlılık duygusu olarak belirlenmiştir.

Mutluluğa etki eden faktörleri özel olarak ele alabilmek için bu faktörleri psikolojik ve sosyolojik ayrımları içerisinde incelemek yararlı olacaktır.

### **3.2.1.Mutluluğa Etki Eden Psikolojik Faktörler**

Mutluluk kavramının, psikoloji bilimi kaynaklarındaki karşılık bulduğu kavram öznel iyi oluştur. (Çirkin & Göksel, 2016, s. 376) Psikoloji biliminin üzerine çalışmalar yaptığı temel kavramlar arasında olan mutluluk (öznel iyi oluş) kavramı üzerine birçok araştırma yapılmıştır.

Sezer'e göre; psikolojik iyi oluş kavramı, yaşamını devam ettirmek durumunda olan bireyin kendi yapabileceklerine ilişkin gücünün ve yaşamında ulaşmak istediği amaçların bilincinde olup olmama hali ve etrafındakilerle olan ilişkilerinde nitelikli bir yaşam sürdürebilmesi ile ilgili durumunu kapsamaktadır. (Sezer, 2013, s. 490) Antik Yunan felsefesinde psikolojik iyiliğin kaynağı, kişinin gerçek potansiyelinin gerçekleştirilmesi olarak ifade edilmiş ve "eudaimonia" olarak tanımlanmıştır. (Gülcan & Nedim Bal, 2014, s. 42)

Aslan'a göre; bireyin mutlu ve doyumlu bir hayat sürmesi sağlıklı bir kişilik gelişimine bağlıdır. Kişinin tavır alışları, çevresini algılayışı, gösterdiği uyum tarzı ve tepkileri kişilik kavramını kapsamaktadır. (Aslan, 1992, s. 7) Kişilik kavramı, "Doğuştan getirilen ve çevreyle etkileşim yoluyla şekillenen ve kolay değişmeyen özellikler bütünüdür." (Eryılmaz & Ercan, 2011, s. 140) Olumlu bir kişilik gelişimi için bireyin yaptıklarından doyum alması, özgünlüğünü yitirmeden uyum sağlaması gibi göstergeler kullanılmaktadır. (Aslan, 1992, s. 7) Bu kapsamda, pozitif psikoloji, bireylerin kendi yaşamları içerisinde mutlu ve sağlıklı olabilmeleri için yaşamlarında söz sahibi olma, etkin olma durumlarını artırmak için çalışmalar yapmaktadır. (Tümlü & Recepoğlu, 2013, s. 206) Eryılmaz ve Ercan'ın öznel iyi oluşun, yaş grupları, cinsiyet ve sahip olunan kişilik özellikleri açısından incelemek amacıyla yürüttükleri çalışmalarında; bireylerin öznel iyi oluşları, onların kişilik özelliklerinden etkilendiğini ve sahip olunan kişilik özelliklerinin öznel iyi oluşu etkileme oranının yaşla birlikte azaldığını tespit etmişlerdir. (Eryılmaz & Ercan, 2011, s. 147)

Kişiliğin alt katmanlarından olan benlik saygısı ve mutluluk ilişkisi üzerine de çalışmalar yapılmıştır. Benlik saygısının mutluluğa etkisini araştıran çalışmalarda düşük ve yüksek benlik saygısının mutluluk seviyesine olan etkisi görülmüş ve mutluluğun belirleyicilerinden biri olduğuna dair sonuçlara varılmıştır. (Doğan & Eryılmaz, 2013, s. 109) Benlik; kişiliği yönlendiren, biçimlendiren, bireyin kişiliğine ilişkin kanıları, kendini algılayış biçimi olarak tanımlanmaktadır. (Aslan, 1992, s. 7) Bireyin kendine olan benlik algısı, kendisine yönelik öz değerlendirmelerinin bütününden oluşmakta, bu öz değerlendirmelerinin olumlu ya da olumsuz olması benlik saygısı düzeyinin yüksekliğini ya da düşüklüğünü göstermektedir. (Şahin Baltacı & Altan, 2016, s. 228) Benlik saygısının mutluluğu etkileyen önemli bir değişken olduğu, yüksek benlik saygısına sahip olan ve kendine değer veren bireylerin yaşamlarını daha olumlu olarak değerlendirecekleri; düşük benlik saygısına sahip olan bireylerin ise yaşamlarını olumsuz olarak değerlendirerek hayatlarından daha az zevk alabilecekleri düşünülmektedir. (Büyükşahin Çevik & Yıldız, 2016, s. 102) Arıcak'a göre; bireyin sorunlarıyla başa çıkma yöntemleri, yüksek motivasyona sahip olması benlik saygısını olumlu yönde etkilerken, ruhsal bozukluk, düşük motivasyon, intihar girişimi gibi durumlar benlik saygısını olumsuz yönde etkilemektedir. (Arıcak, 2005, s. 20) Büyükşahin Çevik ve Yıldız'ın yapmış oldukları çalışmaya göre ise; geleceğe dair umutsuzluk içinde olan bireylerin benlik değerlerinin düşebileceği ve umutsuzluk duygusunun benlik saygısı aracılığı ile dolaylı olarak mutluluk seviyesini düşürdüğünü belirtmişlerdir. (Büyükşahin Çevik & Yıldız, 2016, s. 103)

Yaşam doyumu bireyin kendi istediği ölçütlere göre yaşamı hakkında vardığı kanı ve değerlendirmelerinin bütünüdür. (Dost, 2007, s. 133) Yaşam doyumu, kişinin beklentilerini, gerçek durumla kıyaslamasıyla ortaya çıkan sonuç olup genel anlamda bütün yaşantısından duyduğu memnuniyet ve doyumu kapsamaktadır. (Deniz, Arslan, Özyeşil, & İzmirli, 2012, s. 430) Bireyin kendine ve yaşama yönelik olumlu tutumunun onu mutlu etmekte ve yaşama dair doyumunu desteklemektedir. (Gülcan & Nedim Bal, 2014, s. 42) Yapılan çalışmalarda genellikle yaşam doyumu ve yüksek benlik saygısının mutluluk seviyesini pozitif yönde yordadığı ve yaşamdan alınan doyumu etkilediği tespit edilmiştir. (Doğan & Eryılmaz, 2013, s. 112) Çivitçi'nin araştırmasına göre; üniversite öğrencilerinden yaşam doyumu yüksek olan öğrencilerin diğerlerine göre

sorumluluk alma isteği daha fazladır. Aynı zamanda duygusal ilişki kurma, eğitim yaşamı ve aile yaşamlarından daha fazla memnuniyet duydukları, stres ya da duygusal yalnızlık yaşama durumlarının daha az olduğu görülmektedir. (Çivitçi, 2012, s. 323) Bireyin yaşamı olumlu olarak değerlendirmesi öznel iyi oluşun bir gereği olup, yaşamı olumlu olarak değerlendiren birey için, yaşam doyumunu da ortaya çıkacaktır. (Diener & Seligman, 2002, s. 83) Demirci, Ekşi, Kardeş ve Dinçer' in mutluluk korkusu ölçeğini geliştirme çalışmalarında, mutluluk korkusu düzeyi ile yaşam doyumunu ve öznel mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemişler; mutluluk korkusunun yaşam doyumunu ve öznel iyi olma ile negatif yönde anlamlı ilişkisi olduğu bulunmuş böylece bireyler mutluluk yaşadıklarında, başlarına kötü bir şey geleceğinden korkuyorlarsa hissettikleri mutluluk ve yaşam memnuniyetlerinin azalabileceği tespit edilmiştir. (Demirci, Ekşi, Kardeş, & Dinçer, 2016, s. 2067) Gülcan ve Nedim Bal'ın yapmış oldukları başka bir araştırmada iyimserlikle, mutluluk ve yaşam doyumunu arasında anlamlı düzeyde pozitif bir korelasyon olduğu gösterilmiş, iyimserliğin her iki değişkeni de pozitif yönde ve anlamlı düzeyde yordadığı belirlenmiştir. (Gülcan & Nedim Bal, 2014, s. 47)

Demir ve Kutlu'ya göre; sosyal etkileşim kaygısı yaşayan bireyler daha fazla yalnızlık duygusu yaşamakta ve daha çok mutsuzluk yaşamaktadırlar. Bu konuda yaptıkları araştırmada, sosyal etkileşim kaygısının bireyleri yalnızlaştırdığı, yalnızlaşan bireylerin ise mutsuzlaştığı, bireyin yalnız kalmamak ve mutlu olmak için diğer bireylerle etkileşimini devam ettirme eğilimde olduğu ve sosyal etkileşime girmekten kaygı duymayan bireylerin daha az yalnızlık duygusu yaşadıkları dolayısıyla mutlu oldukları saptanmıştır. (Demir & Kutlu, 2016, s. 204) Sarıçam'ın yapmış olduğu başka bir çalışmada ise, belirsizliğe tahammülsüzlük durumu kaygıyı arttırmaktadır, kaygı da mutsuzluğa neden olmaktadır. Belirsizliğe tahammülsüzlük arttıkça mutluluk azalmaktadır. (Sarıçam, 2014, s. 7-8)

Sezer'e göre; psikolojik iyi olma durumunun belirleyicilerinden olarak bireyin kendini kabul etmesi, kendini olumlu algılayarak geçmişiyle ilgili olumlu duygular hissetmesini sağlamakta, diğer insanlarla olumlu ilişkiler kurması, sıcak ilişkiler geliştirerek sürdürebilmesine olanak vermekte, çevresel kontrole sahip olmak, bireyin

çevresindeki fırsatları değerlendirmesini sağlamaktadır. Bireyin yaşam amaçlarının farkında olması, yaşamının anlamına ulaşabilmesini, kişisel gelişime önem vermesi yeni yaşantılara açık olmasını sağlamaktadır. (Sezer, 2013, s. 490-491) Tüm bu değişkenler psikolojik iyi olma durumunu belirlemektedir.

Psikolojik ihtiyaçlardan olan, fizyolojik olarak hayatta olma, sevmek sevilme, aidiyet duygusu, güce sahip olma, özgür hissetme, eğlenebilme gibi ihtiyaçların giderilmesinin verdiği memnuniyet, bireyin mutluluğunu arttırmada etkili olmaktadır. (Çivitçi, 2012, s. 324) Alver, Dilekmen ve Ada'nın araştırmasına göre; kendilerini mutlu algılayan üniversite öğrencilerinin, gelecekte duydukları umut, iyimser olma, yüksek benlik saygısı, olumlu duygulanım, sosyallik, fiziki ve ruhsal olarak sağlıklı hissetme durumu, yaşamdan doyum almaları, mutsuz ve kısmen mutsuz algılayanlara göre daha iyi olmaktadır. (Alver, Dilekmen, & Ada, 2010, s. 19) Mutluluk bireyin beden ve ruh sağlığına, sosyal ilişkilerine olumlu katkılar sağlamaktadır. (Ayten, 2014, s. 275)

### **3.2.2.Mutluluğa Etki Eden Sosyolojik Faktörler**

Bireyin mutluluğu üzerinde yaşam alanının sunduğu şartlar, çevresel faktörler, yaşam koşulları, sosyal ilişkiler en az psikolojik faktörler kadar etken olabilmektedir. Mutluluğun üzerinde sosyal destek kaynaklarının etkisi incelendiğinde, en fazla etkinin kişinin ailesinden algıladığı destek olduğu görülmüştür. (Yalçın D. İ., 2015, s. 10) Bu durum öznel iyi oluşun yordayıcılarından ait olma, sevgi ihtiyacını karşılama durumuna da etki sağlaması açısından öznel iyi oluşu arttırdığı söylenebilir.

Şeker'in çalışmasına göre; mutluluk araştırmalarında düşük gelirli bireylerin, yüksek gelirlilere oranla daha mutlu oldukları ve yüksek milli gelire sahip ülkelere nazaran milli geliri düşük olan bazı ülkelerin mutluluk sıralamalarında önde oldukları görülmektedir. (Şeker, 2009, s. 131) Bu duruma örnek olarak; 1972 yılında Butan (Bhutan) Kralı Jigme Singye Wangchuck tarafından ifade edilen *Gross National Happiness* (GNH) (Gayri Safi Milli Mutluluk) kavramı da gösterilebilir:

“Gayri Safi Milli Mutluluk kavramı; ekonomik büyüme, ulusal kültürün korunup geliştirilmesi, çevreyi koruyan kalkınma, iyi, temiz ve sorumlu yönetim olmak

üzere dört kriterle açıklanmış ve dünya çapında mutlu insanların yaşadığı evrenin son cennet yeri Shangri-La şeklinde algılanmıştır. Jigme Singye Wangchuck birbirleriyle olan karşılaştırmalarında gayri safi milli hasıladan ziyade gayri safi milli mutluluk değerine bakılması gerektiğini söylemiştir.” (Zylinski, 2015, s. 5)

Çalışma ortamı, gelir ve kamu hizmetlerinden duyulan memnuniyet, yaşamdan alınan doyuma ve mutluluk düzeyine pozitif yönde etki etmektedir. (Çirkin & Göksel, 2016, s. 377) Toplumların mutlu olmaları için kamusal uygulamalar önem taşımaktadır. Bireyleri mutlu eden faktörlerin devlet tarafından tespit edilmesi, kamusal harcamaların toplumsal mutluluğu artırıcı alanlara yoğunlaştırılmasını sağlayarak, vatandaşların mutlu ve memnun olması sağlanabilecektir. (Şeker, 2009, s. 132) Devletin toplum refahı için uyguladığı siyaset yöntemi, mutluluğun aranmasında ve yöntem olarak gösterilmesinde oldukça önemlidir çünkü, siyasetin asıl amacı insan ve toplum mutluluğunu sağlayarak devletin varlığını sürdürmesini sağlamaktır. (Çelikel, 2016, s. 2)

Bireyin ekonomik durumu, ihtiyaçlarını giderebilmesi, kendini geliştirebilmek için seminer, etkinlik, kurslara katılabilmesine değin pek çok amacını gerçekleştirmek için önemli olduğundan, gelir ve sosyal statü psikolojik iyi oluşun en güçlü sosyo-yapısal yordayıcılarından olmaktadır. (Tuzgöl Dost, 2007, s. 139) Bireyin eğitim durumunun üst seviyede olması gelirinin de iyi olmasına etki edeceğinden mutluluk duygusu üzerinde de olumlu bir etkisi olacaktır ancak bu durum çevresindeki kişilerin gelirleriyle de ilgili olmaktadır örneğin, herkesin hayat standardının yüksek olduğu bir çevrede bireyin geliri çok yüksek olsa da onu mutlu etmeye yetemeyebilmektedir. (Çirkin & Göksel, 2016, s. 384)

Bülbül ve Giray’ın yapmış oldukları bir başka araştırmaya göre: “Kentte ikamet eden, çalışan, düşük eğitim seviyeli (ortaokul mezunu) ve nispeten düşük gelir grubunda yer alan (700-900 TL) gelire sahip olan erkeklerin, orta-üst mutluluk seviyesinde olup, kendilerini en çok mutlu eden kişilerin tüm aileleri olduğu görülmüş, ilkokul mezunu, orta yaşlı emeklilerin de mutluluk seviyesinin orta-üst mutluluk seviyesinde olduğu ve kendilerini en mutlu eden kavramın sağlık olduğu” tespit

edilmiştir. Bu durumda her koşulda yüksek gelirin mutluluğu sağlamada tek başına biricik bir faktör olmadığı söylenebilir. (Bülbül & Giray, 2011, s. 120-122)

Vachan ve Ragunaathan'a göre; Japonya'da yaşayan bir insanın, Japonya'da Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın (GSYİH) Hindistan'dan daha büyük olması nedeniyle, Hindistan'da yaşayan bir kişiden daha fazla yaşam doyumuna sahip olduğu sonucuna varılamaz çünkü mutluluk, refah koşulları, çevre, kaygı, psikolojik sağlık ve duygusal sorunların bileşimi olan sayısız tamamlayıcı parçanın ürünüdür. (Vachan & Ragunaathan, 2016, s. 459) Aynı zamanda kişinin yaşı itibariyle yaşadığı koşullar bu durumun değişiklik göstermesine etken olabilmektedir örneğin Tuzgöl Dost'un yapmış olduğu araştırmada; kişinin toplumdaki statüsünü belirlemede kritik öneme sahip olan üniversite zamanında, akademik anlamda başarıya sahip olmak öncelikli olarak mutluluğunu etkileyen en önemli faktörlerden olmaktadır. (Tuzgöl Dost, 2007, s. 140)

Mutluluğu etkileyen sosyolojik faktörlerden bir diğeri olarak; arkadaş ilişkilerinden algılanan desteğin etki büyüklüğünün güçlü olduğu tespit edilmiştir. (Yalçın D. İ., 2015, s. 30) Yalnızlık, bireyin mutluluğuna negatif yönde etki etmekte ve arkadaş çevresinin geniş olmasıyla birlikte yalnızlık hissetmeme ise bireyin mutlu olmasında önemli sosyolojik faktörlerden olmaktadır. (Cheng & Furnham, 2002, s. 338)

Çirkin ve Göksel' in yaptıkları çalışmadaki analiz sonuçlarına göre de; "Kişinin haftada en az bir defa dini ya da kendini eğlendiren bir etkinliğe katılmasının yaşam doyumunu ve mutluluk seviyesi üzerindeki etkisi pozitiftir. Ayrıca kişinin hayır işlerine ayırdığı miktarda meydana gelen artışın yaşam doyumunu ve mutluluk seviyesi üzerindeki etkisi olumlu yöndedir." (Çirkin & Göksel, 2016, s. 384) Tuzgöl Dost'un üniversite öğrencileri üzerinde yapmış olduğu araştırma da bu durumu destekler nitelikte olup, dini inanca sahip olan öğrencilerin, dini inançları olmayan öğrencilere göre yaşam doyumlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. (Tuzgöl Dost, 2007, s. 141)

Toplumsal yaşamı içerisinde, sürekli çevresiyle iletişim halinde olan birey, kendisini çevresiyle birlikte değerlendirirken yapmış olduğu sosyal karşılaştırma sonucunda, kendi yaşamını değerlendirirken yaşamından hoşnut olduğu kanısına varması, duygu durumunu olumlu etkileyecektir. Bireyin mutluluk seviyesinin artması

için genel anlamda, yaşamlarında yaptıkları işten, boş zaman değerlendirmelerinden, sosyal çevresi ile olan ilişkilerinden, aile hayatından, kendini yeterli hissetme gibi alanlardan memnuniyet duyması gerekmektedir. (Yalçın D. İ., 2015, s. 2)

### **3.3. İnsanoğlunun Mutluluğa Ulaşma Çabası**

İnsanoğlu dünyaya gözlerini ağlayarak açmasından, yaşadığı bir ömür boyunca, haz duyacağı, gülümseyebileceği, mutluluğa ulaşmasını sağlayacak sebepler aramaktadır. Sarı'ya göre; ilk çağlardan bu yana insanların yaptığı, her davranışta, aile kurmaktan gelirini arttırmak için çok çalışmaya, hayırseverlikten, güce sahip olmaya değin amaç hep mutluluk olmuştur. (Sarı, 2016, s. 48-49)

Psikoloji, felsefe veya din açısından baktığımızda mutluluk; erdem, haz, manevi ve maddi isteklerin yerine gelmesi gibi kavramlarla açıklanan bir olgu olup ahlak veya dinin verdiği kuralların temel amacı da toplumsal düzen ve mutluluğu sağlamak olmuştur. (Çelikel, 2016, s. 2) Din kitaplarındaki öğretilerde genel anlamda mutlu olmanın yollarını insanlara göstermeye çalışmakta, mutluluğa ulaşma çabası ilk insana kadar uzanmaktadır. (Sarı, 2016, s. 48) İnsanın mutlu bir yaşam sürmesi için insanın eylemlerinin nasıl olması gerektiğine ilişkin Platoncu ve Aristotelesçi erdem anlayışı nasıl davranmamız gerektiği konusunda aydınlatmaya çalışmış, iyi bir yaşamın, mutlu bir yaşam olduğu, mutlu bir yaşamın da mutluluk ahlakına uygun yaşamakla, bu ahlaka uygun karakter sahibi olmakla ve erdemle gerçekleştirilebileceği düşüncesini ortaya koymuş, erdem ile mutluluk kavramlarını birleştiren bir etik anlayışı ortaya çıkarmıştır. (Cengiz, 2010, s. 44) Antik Yunan'dan bu yana düşünürler mutluluğun ulaşılabileceği gereken yol olduğu konusunda hemfikir olmuşlardır. (Çelikel, 2016, s. 6) Faydacı anlayışa sahip olan Mill'in doktrininde de yaşamın biricik amacının mutluluk olduğu ortaya konmuştur. (Möngü, 2015, s. 28) Türk-İslam filozoflarından Ebu Bekr Zekeriyâ Râzî'ye göre ise, hazların fazla olması üzüntüye sebep olmakta çünkü, insan mutluluğa ulaşmak adına iradesini akıl yoluyla kontrol etmediği için dünyanın yarısına sahip olmak ister fakat, diğer yarısına sahip olmadığı için mutsuz olur, bütün dünyaya sahip olsa bu defa bütün kainata sahip olmak ister, diyelim ki bütün kâinata sahip oldu, o zaman da ölümsüz olmak isteyecek ve ölümsüz olamayacağı için de mutsuz olacaktır. (Yakıt, 1990, s. 58) Mutluluk, felsefi olarak çoğunlukla ahlak açısından

değerlendirilmiş ve iyi ya da kötü insan ayırımı ile ele alınmıştır. Ayrıca mutluluk diğer bilimlerden (dini, biyolojik, sosyolojik, psikolojik vs.) incelenip araştırılmıştır.

İnsan ve toplum, mutluluğu çok fazla değişkene bağlı olarak yaşadığı için mutluluk bu değişkenlerden bağımsız düşünülmesi de (Çelikel, 2016, s. 6) genel anlamda “Mutluluk nihai amaçtır, başka her şey onun içindir, ancak mutluluk başka bir şey için değildir.” (Sarı, 2016, s. 48)

### **3.4. Reel Ortamda Mutluluk Algısı**

Gerçek ortamda mutluluk algısı, çevremizdeki kişilere, olaylara, durumlara ve yaşam ortamımıza göre şekillenmektedir. Möngü’ye göre; İnsan yaşamının içinde diğer insanlarla beraber yaşamak durumundadır ve insanlar beraber yaşamak durumunda olduğu diğer insanlarla birlikte mutluluğa ulaşabilecektir. Bu durum insanın kendini ve mutluluğunu düşünmekle birlikte diğer insanları da düşünerek hareket etmesine neden olmaktadır. (Möngü, 2015, s. 28) O yüzden insanın mutluluğu, çevresindekileri de mutlu olarak algılamasıyla ilgili olmaktadır.

Bireyin yaşam doyumu; kendi yaşam alanından aldığı doyum, yaşamını değiştirip değiştirmeme isteğinin varlığı, geçmiş yaşamından duyduğu memnuniyet, gelecekte beklenenleri doğrultusunda aldığı doyum ve yakın çevresinin kendisinin yaşantısı ile ilgili sahip olduğu düşünceleri kapsamaktadır. Doyum aldıkları alanlar arasında ise yapmış oldukları iş, aile yaşamı, boş zaman etkinlikleri, sağlık, gelir, benlik, yakın çevre (Tümlü & Receptoğlu, 2013, s. 207) komşuluk ilişkileri, aile yaşamı, evlilik, yeterlilik hissi bulunmaktadır. (Yalçın İ. , 2015, s. 2) Bireyin ekonomik durumu, evli, bekar ya da dul oluşu, yaşı, eğitim seviyesi, sosyal ilişkilerine ayırdığı süre mutluluk seviyesi ile pozitif yönde ilişkili bulunmuştur. (Bülbül & Giray, 2011, s. 114) Bireylerin yaşam doyumu, yaşantılarından genel anlamda aldıkları mutluluklardan, yaşantılarına vermiş oldukları değerden, belirledikleri amaçlara ulaşip ulaşamama durumundan, sahip olduğu bireysel kimliğinden, fiziki özelliklerinden duyduğu memnuniyetten, ekonomik açıdan kendisini güvende hissetmesinden, kurduğu sosyal ilişkilerden etkilenmektedir. (Tümlü & Receptoğlu, 2013, s. 207) Tüm bunlarla birlikte bireyin bulunduğu çevre içindeki popüleritesi, bir çeşit üne sahip olması da

yüksek benlik saygısını yordayacak, mutluluk durumunu etkileyecektir. İnsanın mutluluk algısı da tüm bu doyum alanlarından duyduğu memnuniyet ya da memnuniyetsizlik ölçüsüyle biçimlenmektedir.

Bireylerin sahip olduğu olumlu duygularının varlığı ile olumsuz duygularının yokluğu yaşam doyumlarında etkili olmaktadır. (Yalçın İ. , 2015, s. 2) Psikolojik olarak sağlıklı olan birey, kendi yaşamını, etrafında olup biteni yorumlamada da daha sağlıklı ve olumlu fikirlere sahip olacaktır. Bu durum, mutluluk algısının daha olumlu fikirlerle tutarlı bir şekilde oluşmasına olanak tanıyabilecektir.

## **4.SOSYAL MEDYA KULLANIMININ MUTLU OLMA DURUMUNA ETKİSİ**

### **4.1. Sanal Ortamda Mutluluk Algısı**

Sanal ortamda mutluluk algısı, ulaşılabilirliği artmış internet kullanımı ile birlikte adeta düşüncelerimizin bir uzantısı haline gelen sosyal ağlarla şekillenmektedir. İnternetin yüz yüze iletişime alternatif olarak daha çok tercih edilir olması, gerçek yaşamda edinilen (gerçek) sosyal desteğin dışında internet aracılığıyla elde edilen (sanal), sosyal destekten de söz edilmesine sebep olmuştur. (Baltacı Şahin, İşleyen, & Özdemir, 2012, s. 27)

Bireyin mutlu olma durumuna etki eden yaşam doyumu değişkenlerinden olan, ait olma, sosyal ilişkiler, bağlılık, göz önüne alındığında internet teknolojisiyle kullanılan sosyal ağların, “online” olunduğunda sağladığı sosyal bağ ve destek duygusu (Baltacı Şahin, İşleyen, & Özdemir, 2012, s. 31), bireyin ait olma ve bağlılık duygusunu beslemektedir. Sosyal paylaşım ağlarının iletişim yetisini ve sosyal desteği, sosyal bağlılığı besleyen bir tarafı olup, gençlerin başkalarıyla ilişki kurma ihtiyacını karşılaması ve aidiyet ihtiyaçlarını gidermesi (Doğan & Karakuş, 2016, s. 60) bireyin kendini sanal ortamda mutlu algılamasına etken olabilecektir.

Bir diğer yaşam doyumu değişkenlerinden olan yalnızlık duygusu düşünüldüğünde ise, Doğan’a göre; üniversite öğrencileri arasında yapılan bir araştırmada, düşük seviyedeki sosyal adaptasyon ve yüksek derecedeki yalnızlık hisseden öğrencilerin, var olan çevrelerini devam ettirmek için sosyal ağlardan Facebook’u kullanan öğrencilerde, daha iyi sosyal adaptasyon ve düşük seviyede yalnızlık hissi gözlenmiştir. (Doğan U. , 2016, s. 219) Doğan ve Karakuş’un çalışmasında, bireylerin sanal ortamlarda kurdukları sanal arkadaşlık ile yalnızlık duygularını giderdiklerine yönelik sonuçlara ulaşılmış, sanal ortamlarda etkileşim kaygısının olmaması fiziksel görünüşleri ile ilgili bu ortamlarda endişe duymamaları daha rahat hissetmelerini sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. (Doğan & Karakuş, 2016, s. 63) Sosyal ağlar, etkileşim kaygısı yaşayan bireylerin yöneldiği mecralar olmasının yanı

sıra bireylere ilgili oldukları alanlarla ilgili dayanak sağlayarak sosyal destek temin etmektedir. (Baltacı Şahin, İşleyen, & Özdemir, 2012, s. 31)

İnternetin aşırı kullanımıyla birlikte ortaya çıkan problemler internet kullanımı ise sanal ortamda mutluluk algısına farklı bir yön vermektedir. Eroğlu'na göre;

*“Problemlerli internet kullanımı, haz üreten ve acıdan kaçınmayı sağlayan, fiziksel, duygusal ve sosyal açıdan olumsuz sonuçlara yol açan, internet kullanımını kontrol etmeye yönelik başarısız girişimlerle karakterize olmuş çevrimiçi davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Problemlerli internet kullanımında bireyler, zamanlarının büyük bölümünü internetle ilişkili ihtiyaçlarını doymak için harcayarak internetten ayrıldıklarında olumsuz duygular yaşamaktadırlar. Problemlerli internet kullanımının siber seks bağımlılığını, siber ilişki bağımlılığını, çevrimiçi zorlanımları (çevrimiçi kumar oynama, alışveriş yapma, borsa oynama vb.), internette saplantılı şekilde bilgi aramayı ve bilgisayar bağımlılığını (çevrimiçi oyun oynama gibi) içerdığını belirtmiştir. Problemlerli internet kullanımı bireylerin iş yaşamında, sosyal ilişkilerinde, fiziksel ve psikolojik sağlığında ve akademik yaşamlarında çeşitli sorunlar yaşamasına neden olmaktadır. Bu durumda bireye sanal ortamda oluşan gerçek yaşamdan kopuk farklı bir psikolojik iyi oluş, mutluluk algısı yaşatmaktadır.”* (Eroğlu, 2016, s. 1098)

Sanal ortamlarda sosyal ağlar, bireylerin üzerinde duygusal etkiler yaratmaktadır. Lu'nun yapmış olduğu çalışmaya göre; sosyal ağlardan Facebook kullanımı kullanıcıların olumlu etkilenme derecelerini azaltmaktadır. Yani, Facebook'ta harcanan zaman ne kadar fazla olursa mutluluk derecesi de o kadar düşmektedir. Örnek olarak Ohio Devlet Üniversitesinde halen mezun olabilmek için çabalayan bir Facebook kullanıcısının sayfasında arkadaşlarından birinin mezun olduğunu görmesi verilebilir. Üniversiteden mezuniyetin "Ömür boyu süren olaylar" platformunda varsayıldığı düşünüldüğünde, bu iletiyi gören kişinin kendisini kötü hissedeceği tespit edilmiştir. Bu nedenle, eğer Facebook kullanıcısının arkadaşının mezuniyet hakkındaki iletisini "özel ders/eğitim" etiketi altında paylaşırsa, söz konusu kullanıcının bu "Özel ders/eğitim" reklamına tıklaması ve sonrasında satın alması daha muhtemel olacaktır. Facebook kullanıcıları an itibarıyla sitenin etkilerinin farkında olmasa da, araştırmanın sonuçları

Facebook kullanımının mutluluğun azalmasıyla bağlantısı olduğunu göstermektedir. (Lu, 2016, s. 17)

Sosyal ağların kullanımı ve özellikle Facebook kullanımı, insanların hayatlarını hemen göze çarpmayan bir şekilde etkilemekte dışa dönük olmayan, anlaşması zor, vicdani duyguları körelmiş, nevrotik, düşük öz saygısına sahip bireylerin, karşılaştıkları olumsuz sosyal medya içeriklerinden duygusal anlamda daha çok etkilendiği; özellikle Facebook kullanımının kısa vadeli ruhsal etkisinin sıklıkla görüldüğü gözlemlenmiştir. (Jensen, 2016, p. 16)

#### **4.2. Reel Ortamdan Sanal Ortama Uyarlanan Mutluluk Algısı**

Gelişen yeni iletişim teknolojileriyle birlikte internete dayalı olan yeni iletişim ortamlarında zamandan mekândan bağımsız iletişim kurabilmemiz sağlanmaktadır. Göker, Demir ve Doğan'a göre; zaman ve mekândan soyutlanan iletişimde içerik, güncel ve gündelik hayata göre şekillendirmekte, istenilen her zaman iletişim kurmak, yaşanan her zamanı ayrıntısıyla ortaya koyan bir iletişimi sağlamakta bu sebeple, bireyin sanal ortamda kurduğu iletişimde deneyimlediği gerçeklik, gerçek ortamda deneyimlediği gerçeklikle örtüşmektedir. Bu durum bize gündelik hayatta yaşanan olaylar, yaşanan duygular, etkilenilen durumların internete dayalı iletişim ortamlarına da yansıtıldığını gösterebilmektedir. (Göker, Demir, & Doğan, 2010, s. 185) Kişinin ağa katılmaktan başka bir seçeneği bulunmamakta ve bireyin görünür olma isteğini gerçekleştirmek için yaptığı tüm davranış uygulamaları, gerçek toplumda da sanal toplumda da kendini göstermektedir. (Goffman, 2009, s. 29)

Kişiler, sosyal ağ araçlarını genel olarak eğlenceli zaman geçirme, boş zaman değerlendirme, günlük sıkıntılardan uzaklaşma, rahatlama, mutlu olma ve duygusal olarak rahatlama gibi nedenlerden dolayı kullanılmaktadırlar. (Biçer, 2014, s. 62) Sosyal paylaşım ağları, iletişim becerilerini geliştirmenin yanında sosyal bağlılığı da arttırmaktadır (Eren, Çelik, & Aktürk, 2014, s. 636-637) Yapılan araştırmalarda Facebook, en yaygın kullanılan ağ olmakta ve Facebook üzerinden arkadaşlıklar, ilişkiler kurulmakta ve sosyal, toplumsal, siyasi gruplar oluşturularak örgütlenilmektedir. (Ekşi, Erden, Erdoğan, & Yılmaz, 2013, s. 295) Gerçek yaşamda

yaşam doyumunu yordayan dolayısıyla mutluluk algısına etki eden yalnızlık duygusu ve kabul görme ihtiyacına yönelik arkadaşlık kurma; bağıllık duygusunu yaşamak adına evlilik kararı alma, ait olma isteğini karşılamaya yönelik toplumsal ve siyasal örgütlenmelerin içinde yer alma durumlarının sanal ortamlarda gerçekleştirilmesi, gerçek ortamda yaşanan mutluluk sebeplerinin, sanal ortama sosyal ağlar aracılığıyla uyarlanmasına örnek olabilecektir.

Bireyin, mutlu olma durumuna etki eden yaşam doyumunu değişkenlerinden olan fiziksel özelliklerinden ve kişilik özelliklerinden duyduğu memnuniyet durumu sanal ortamda da karşımıza çıkmaktadır. Sanal ortamda sosyal paylaşım siteleri bireye benzer yaşantılara sahip çok sayıda yaşıtıyla buluşma imkanının yanında, kendisi için aradığı kimliğe dair fikir verebilmektedir. (Doğan & Karakuş, 2016, s. 63) Sosyal paylaşım ağları bireye kendi kimliğinden arınıp, idealize edilmiş yeni bir kimlik oluşturma fırsatı vermektedir. (Eren, Çelik, & Aktürk, 2014, s. 636) Güzel'e göre; sosyal paylaşım ağları "hipergerçeklik ve hipermetinsellik" içermekte olup kimlikler göstergeye dönüşmüş bir çeşit taklit ya da gerçeklikten yoksun olarak yeniden oluşturulmakta ve bu ağlar yoluyla kurulan ilişkiler, arkadaşlıklar, yaşam tarzları, gerçeğin yerine konulan göstergelerden oluşan "hipergerçekliğin" yaratımı olarak karşımıza çıkmaktadır. (Güzel, 2016, s. 90) Bireyler sosyal ağlarda hiç tanımadıkları insanlarla iletişime geçerek oldukları gibi değil de olmasını istedikleri gibi davranmaktadırlar. Gerçek yaşamda beğenilmeyecekleri hissine kapılan bireylerin sosyal medyanın istedikleri gibi yeni ve yeniden kurgulayabildikleri dünyasında kendilerini mutlu hissedecekleri görülmektedir. (Hazar, 2011, s. 158-159)

Bir iletişim ortamı olarak kullanılan sosyal ağlar, bireyin hislerini duygularını duyurmak için kullandığı bir aracı haline gelmiştir. Uçar' a göre; insanlar sosyal eksikliklerini telafi etmek, utangaçlıklarından kaynaklanan eksikliklerini gidermek gibi duygusal nedenlerle sosyal ağları ve interneti kullanmakta, güncel hayatta tartışılan konularla ilgili uç düşüncelere sahip olan kişiler, sosyal topluluklara karşı sahip oldukları tutumlarını açıklamak için sanal ortamlarda alan bulabilmekteler ve böylelikle yaşadıkları nefret hisleri ya da yüksek kabul onlar için memnun edici olmaktadır. (Uçar E. , 2016, s. 12)

Bireyin psikolojik olarak sağlıklı olup olmaması gerçek ortamda mutluluk algısını önemli derecede yordamaktadır. Bu açıdan bakıldığında Yıldırım'ın yapmış olduğu araştırmaya göre; bireylerin sosyal ağlar aracılığı ile sanal ortamlarda fikir alışverişinde bulunmaları, geri bildirim alıp desteklenmeleri terapi etkisi göstererek rahatlama sağlanmakta, bir gruba ait olmanın verdiği destek, sanal empati'yi geliştirmektedir. (Yıldırım, 2014, s. 80-83) Böylelikle bireyin sanal ortamda kendini daha iyi hissederek mutlu algılamasına sebep olmaktadır.

#### **4.3. Sanal Ortamda Mutluluğu Somutlaştırma Çabasına Yönelik Sosyal Medya Kullanımı ve Bireyin Mutlu Olma Durumuna Etkisi**

Gerçek ortamlarda mutluluklarını yordayan değişkenleri sanal ortamlarda olumlu yönde beslemeye çalışan birey, gerçek ortamlarda mutlu olmasına etki eden, kendisinin olumsuz bulduğu kişisel, fiziksel özelliklerini yeniden inşa etmesine olanak tanıyan sosyal ağlar aracılığıyla; hep ulaşmak istediği biricik amaç olan mutluluk duygusunu, yaşam doyumu düzeyini, sanal ortamlarda arttırmaya çalışarak, bu ortamlarda göstermeye başlayarak, gerçek ortamdan bağımsız, yeni mutlu bir dünya oluşturmak istemektedir. (Özer, 2014)

Sanal ortamda özenle inşa edilen yeni kimlikler ve benlikler gerçeklikten uzak bir göstergeye dönüşmekte, özellikle sosyal ağlar aracılığıyla oluşturulan kullanıcı profilleri, sanal kimlikler zannetmeli bir dünya kurgusunu oluşturmaktadır. Sosyal ağlarda bireyler, filtre uygulamalarını kullanarak olduklarından daha farklı olarak idealize edilmiş fiziksel özelliklerini gösteren fotoğraflarını paylaşarak farklı bir kimlik oluşturmaktadırlar. (Güzel, 2016, s. 96) Hazar'a göre; artık bireyler dudaklarındaki ketçap lekeleri, üzerlerindeki pijamalarla sosyal medyadaki filtrelerden faydalanarak güzel fotoğraflar yayınlatabilmekte ve beğeni alabilmekte ve aynı etkiyi sosyal hayatta da yapamayacak olmalarının endişesiyle, gerçek yaşamdaki sosyal ortamlarda bulunmaktan ziyade sanal ortamlarda bulunma sıklıklarını arttırmaktadırlar. (Hazar, 2011, s. 162) Ekşi, Erden, Erdoğan ve Yılmaz'ın ergenler üzerinde yapmış oldukları çalışmaya göre; akranları arasında sosyal kabul ihtiyaçlarını karşılayabilmek için

buldukları sanal ortamlarda kendilerinin başkaları tarafından tam olarak anlaşılabilceği konusunda kaygılı davranmaktadırlar. (Ekşi, Erden, Erdoğan, & Yılmaz, 2013, s. 307) Sanal ortamlarda yeniden oluşturulan kimlik tamamlandığında, çevrimiçi topluluklara üye olmak isteyen bireyler, göstergeler üzerinden istedikleri çevrim içi topluluğun özelliklerine göre bir biçime bürünmekte, o gruba kendilerini kabul ettirerek iletişime geçmekte ayrıca birey kültürel sermayelerini çevrimiçine taşıyabildikleri sosyal ağlar aracılığıyla sanal statü edinebilmektedir. (Güzel, 2016, s. 97) Görmez'e göre ise; sosyal ağlarda beğenilmeme ve reddedilme durumu, bireyin düşük benlik saygısına, kişinin kendine olan güveni ile ilgili sorun yaşamamasına, dikkat dağınıklığı, uykusuzluk, huzursuzluk ve dolayısıyla mutsuzluk gibi problemlere neden olmaktadır. (Görmez, 2016) Ergenlik dönemindeki gençlerin, interneti aşırı kullanması yalnızlığa ve içe kapanmaya neden olabilmekte, yeterli düzeydeki kullanımı bireyde "heyecan", "mutluluk" gibi olumlu duyguları arttırmaya, aşırı kullanımı ise "mutsuzluk", "yorgunluk", "başarısızlık" gibi olumsuz duyguları arttırmaya neden olabilmektedir. (Derin & Bilge, 2016, s. 45) Yine ergenlik dönemindeki gençlerin duygusal ilişkilerde arzu ettikleri mutluluğu bulamaması yalnızlık duygusu yaşamalarına sebep olmakta, ergenlik dönemindeki gençler de yaşadıkları yalnızlık duygularını gidermek için sosyal ağları kullanmaya başlayabilmektedir. Yüz yüze kurulan iletişimle sağlanan ilişkilerde ulaşılamayan mutluluk duygusunu oluşturdukları sanal kimliklerle ulaşmaya çalışabilmektedirler. (Doğan & Karakuş, 2016, s. 64) Sosyal ağ kullanıcıları, sosyal ağ sitelerini kullanmalarının kendilerini daha kötü hissettirdiğini fark etmemektedir. (Lu, 2016, s. 17-18) Çeşitli fotoğraflarla, görsellerle, farklı kimliklerle hemen hemen herkesin kendini "mutlu" zannettiği ve zannettirdiği yegane ortam olan sanal ortamlar bu yönüyle bireyleri sürekli elinde olmayana ulaşma isteği içerisinde bırakarak kurgulanan sanal yaşamları izlerken kendi yaşantısını beğenememe durumuna düşürebilmektedir. (Özer, 2014) Bu durum bireyin yaşam doyumunu olumsuz etkileyecek yaşam doyumunu arttırmak için yeni kurgular arayışına itebilecektir.

Bireyler; gerçek dünyanın baskısından kaçmak adına sanal ortamlarda oluşturdukları sahte dünyalarında saklanmakta, gerçek ortamdaki mutsuzluklarını, sıkıntılarını gidermek, çare bulmak, eğlenmek, hoş zaman geçirmek için, sanal ortamda

kendilerine sanal kimlikler edinerek, sosyal paylaşım sitelerinde ve oyunlarda istedikleri karaktere bürünebilmekte hatta zamanla sanal dünyadaki sanal kişilikleri sabitlenip gerçek kişilikleri haline gelmektedir. (Uçar E. , 2016, s. 2) Bu açıdan bakıldığında, birey aslında mutlu olma durumuna etki eden yaşam doyumu seviyesini arttırmak için, sanal ortamlarda mutluluğunu somutlaştırma çabasına girmektedir.

Bireyin ihtiyaçlarını karşıladığında haz duyması, karşılayamadığında ise üzüntü duyması, bitmek tükenmek bilmeyen ihtiyaçlara sahip olması, bireyin bu ihtiyaçları giderebilmek için uğraşmasını gerektirmektedir. Birey, yaşamına dair sorunlarını aşmak ve mutlu bir yaşam amacına ulaşabilmek için yeni ilişkiler kurarak çözüm yolları aramaktadır. Bu süreçte bireyin kurduğu iletişim, farklı kanallara yönelmekte olup, bu kanallardan biri olarak da sosyal medyada kurulan arkadaşlıklardır. (Çakar & Yanlıç, 2014, s. 225) Bu duruma örnek olarak; Twitter gibi sosyal medya ağları, kanser toplulukları üyelerine, dünyanın herhangi bir yerinden gündüz veya gece her zaman birbirleriyle bağlantı kurma fırsatı sunmakta, bir kanser teşhisi ile birlikte gelen belirsizlik, fiziksel ağrı ve duygusal gerginlikle mücadelede sosyal desteğin önemi göz önüne alındığında, sağlıkla ilgili iletişim araştırmacıları için bu çevrimiçi kanser topluluklarının ayrıntılarını anlamak önemli hale gelmektedir. (Myrick, Holton, Himelboim, & Love, 2016, s. 603) Bu durum sosyal medyanın birey üzerindeki psikolojik ve duygusal etkisini ortaya çıkarmaktadır.

Hayatımızın her alanına girebilen ekranlar, yolları, sokakları, toplu taşıma araçlarını, vapurları, bekleme salonlarını, toplantı ortamlarını, eğitim kurumlarını, devlet kurumlarını ve akla gelebilecek her yeri kaplamış, bireysel teknolojik cihazlarla da kişiyi her an kendisi ile baş başa kalmaktan, kendini dinlemekten alıkoyup, meşgul eder olmuştur. (Çakır, 2014, s. 200) Kültürel içeriğin sunumu için ekranların giderek daha çok kullanılmasının insanların algı ve kavrayışları üzerindeki etkisi oldukça görünür ve doğrudandır. Hayatın tüm alanlarında giderek daha fazla ekran mevcut olması benzer faaliyetlerin yoğunlaşmasına neden olabilmektedir. Biyoteknolojinin teknik olanaklarının ortaya çıkışı insanları bir nevi siber varlıklara, sayborglara dönüştürebilmektedir. Teknolojiler kişiselleşmekte, bağlayıcı, çarpıcı ve bağımlılık yaratıcı hale gelmektedir. Kişiliğimizin inşasında ikinci benliğimiz haline

dönüşebilmekte, yoğun medya kullanımı dil kullanımını, sosyal ilişkileri, dünyaya bakış açısını, toplumdaki çoklu kimliklerimizi değiştirebilmektedir. (Dijk, 2016, s. 371-374)

Sosyal medyanın da varlığını sürdürebilmesi kullanıcıların izlenmesine ve edinilen bilgilerin diğerlerine satılmasına bağlıdır. (Bauman & Lyon, 2013, s. 15) “İzleyicilik genel bir role, bir yaşam biçimine dönüşür. Görüntü bağımlılığı tüm bu süreçlerin üstün ürünüdür. Sürekli birilerini izlemekten bunalan birey, artık kendisi de ekranlarda görünmek ister. Bunun özlemini çeker. Çünkü ekranda olmak, herkesin izlediğini düşünmek, tatmin edici bir şey gibi görünür. Ekranda olmak, bir mutluluk vaadi sunar. İlgi çekmek, değer verilmek, anlaşılacak gibi algılanır. Bunlar, bireyin modern hayatta elinden alınmış, yitip gitmiş önemli insansal ihtiyaçlardır. Toplumsal yaşantıda elde edilemeyen tatmin, ekranlar yoluyla, görünmek yoluyla ikame edilmek istenir. Yeni medya bunu mümkün kılmış ama çok sayıda sorunu da beraberinde getirmiştir". (Çakır, 2014, s. 200)

Sanal ortamın cezp ediciliğinin nedeni yakın ama aslında uzak, ilişilemez ve bireyin düşlediğine yakın kurgusal bir ortam sunmasıdır. Bireyin düşlediklerine en yakın kurgusal yapının içerisinde isteklerine ulaşabileceği ve kendini daha rahat, kaygısız hissedebileceği farklı bir dünya olarak algılanan sanal ortamın neredeyse gerçekliğin yerini alabilme durumundan bahsedilmektedir. (Robins & Çev: Türkoğlu, 2013, s. 37) Birey sanal ortamda tanık oldukları ile belli bir mesafeden ilişki kurmaktadır. Sanal ortamda takip edilme durumu bir endişeye sebep olmamakta aksine haz vermektedir. Sanal ortamda oluşturduğu kimliğe ve imaja uymaya çalışan birey mutsuz olmakta, yaşadığı uyum problemi süresince gerçek yaşamıyla ve sanal ortamda oluşturmuş olduğu kimliği arasında kalarak kendisini mutsuz hissettiği söylenebilir. (Kart, 2014, s. 208-212) Amerikadaki Utah Valley Üniversitesi'nde sosyologlar tarafından, 425 öğrencinin katıldığı araştırmada; Facebook'ta uzun zaman harcayan bireyler, Facebook'taki arkadaşlarının kendi yaşamlarından çok daha iyi bir yaşama sahip olduklarını düşünerek mutsuzlaşmakta; Facebook üzerinden iletişim kurmaktansa yüz yüze iletişim kurmayı tercih eden kişilerinse kendilerini daha mutlu hissettikleri ve hayata bakış açılarının daha olumlu olduğu ortaya çıkmakta ancak, sosyal ağlarda yayınlanan mutlu fotoğrafların kişilerin kendilerini mutsuz olarak hissetmesinde etkili

olduğu belirtilmektedir. (Sarı, 2016, s. 48-49) Elektronik araçlarla iletişimin getirdiği etkileri incelemek üzere Türkiye’deki üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir başka araştırmada; diyalog kurmak için kullanılan becerilere bilgi alışverişinde bulunmak yerine çevrede bir izlenim yaratma nedeniyle önem verilmekte, bireylerin imajlarını olumlu yönde şekillendirmesi ön plana çıkmaktadır. (Sütçü, Algül, & Uralman, 2015, s. 12-13) Akıllı mobil cihazların hem fotoğraf çekme özelliklerinin olması hem de sosyal ağlara girilebilmesini sağlaması, fotoğraf çekme aktivitesinin sosyal ağlarda paylaşmak için önemli olmasına ve sosyal ağ kullanıcılarının kendi imaj ve kimliklerini sosyal paylaşım ağlarını kullanarak görselleştirmelerine ve paylaşımlarına sebep olmuştur. Bütün bunlar göz önünde bulunmak, görmek ve görölmek isteğini gerçekleştirmek üzere yapılmaktadır. (Özdemir, 2015, s. 119)

Dikizleme kültürünün olduğunu ileri sürmekte olan Niedzviecki’ye göre; “İnsan kendisini izlenir kılıp, insanların kendisiyle ilgili yorum yapmasını sağladığı zaman, birey olduğunun bilincine varmaktadır. Dikizlenerek, ne kadar özel ve farklı olduğunu başkalarına göstermek istemektedir. Dikizlemek, teknoloji çağını yaşıyan bir toplumda doğmuş olmanın etkisiyle küresel magazin’in doğal bir sonucu ve bu duruma karşı ortaya çıkan bir tepki olarak kendini göstermektedir. İnsanlar toplumun doyuramadığı birtakım ihtiyaçlarını tatmin etmeye çalışmakta örneğin; beğenilme, takdir görme gibi özelliklerini destekler biçimde özçekim fotoğraflar ile kendini gösterme açısından ön plana çıkartarak sürekli çevrelerinde olumlu bir imaj uyandırmaya çalışmaktadırlar.” (Niedzviecki & Çev: Gündüç, 2010, s. 37-38)

Kültür Endüstrisinde vaatler hiçbir zaman yerine getirilmemekte, sürekli bir aldatma hüküm sürmektedir. İnsanlar da aldatılmayı gönüllü olarak istemektedirler çünkü, istenileni yapmadıklarında hayatın ne denli çekilmez olacağının farkında olmaktadır. (Adorno & Horkheimer, 2010, s. 186-190)

Birey, diğer profillere göre, kendi kimliğini oluşturma ve sürekli olumlu yönde yenileme çabası içerisinde bulunarak; Facebook hesabı ile ilkokul arkadaşlarını bulup iletişime geçerek, siyasi görüşlerini genellikle Twitter üzerinden aktararak, özel yaşamı ile ilgili fotoğraflarını Instagram’da göstererek, Linkendin’da ise sahip olduğu mesleki yetkinlikleriyle rekabet ederek istediği kadar farklı kimliği gösterebilmektedir.. (Güzel,

2016, s. 97) Bireyin istenilen ve sempatikliğini gösteren kimliği dikkatli bir şekilde yeniden oluşturulabilmektedir. (Uçar F. , 2015, s. 316)

Şener ve Özkoçak'ın Facebook fotoğrafları üzerinde benliğin ifşasını araştırdıkları çalışmalarında, paylaşılan fotoğraflarda göstermek istedikleri durumların, "Ben yalnız değilim, sosyalim, eğlenceliyim ve mutluyum" olduğu tespit edilmiştir. Fotoğraf paylaşarak etkileşimde bulunan birey, sosyal bir benlik imajı göstermeye çalışırken aynı zamanda profillerini sık sık kontrol ederek fotoğraflarına beğeni ve yorum yapılmasını beklemektedirler . (Şener & Özkoçak, 2012, s. 7-8)

Sosyal medya kullanıcılarında depresyon oranının fazla olmasının nedeni ise sergiledikleri sanal kendilikleri ile gerçek kendilik imajları arasındaki tutarsızlığı görüyor olmalarıdır. Bireyler sosyal paylaşım ağlarındaki profillerinde mutluluk göstergesi fotoğraflarını paylaştıklarından diğer sosyal paylaşım ağı kullanıcıları tarafından herkesin yaşamının kendilerinden daha iyi olduğuna dair bir kanı oluşmaktadır. Kadınların Facebook'ta geçirdikleri süre arttıkça ve diğer profillerle kendi profillerini karşılaştıkça, yaptıkları kıyaslama sonucu duygu durumları olumsuz etkilenmektedir. Artan sosyal medya kullanımı ile, bireyler gittikleri her yer için "Ben burdayım" anlamında olan check-in yapma yer bildiriminde bulunma durumu artmış bireyler, isimlerini ara sıra Google'dan aratıp kendisinden bahsedildiği yerleri aramaya başlamış, kendisini tanıtmak ve hit almak için kendi videolarını çekerek çeşitli internet sitelerinde yayınlamaya başlamış, gerçek hayattaki kimlikleriyle ilgisi bulunmayan kişilikler yaratmaya yönelir olmuştur. Eğer sanal ortamdaki bu uğraşlarına karşı hesaplarında olumlu bir hareket yoksa bu durum bireyi altüst edebilmektedir. (Yıldırım, 2014, s. 82-83)

Sosyal ağlarda bireyin kendini gösterme, beğeni alma, kabul görme ihtiyacını karşılaması, sosyal paylaşım ağlarından beklentilerindedir. Sanal ortamlarda, bireyler düşlediklerine yakın bir gerçekliğin içinde bulunmakta ve psikolojik olarak rahatlayabilmektedir. Bu sebeple eğlenmenin yanı sıra, artık yemek yeme, sosyalleşme gibi ihtiyaçlar birer göstergeye dönüşmüş bulunmaktadır. (Çetin, 2015, s. 786-787)

Bu noktada bağılı olduğumuz sosyal ağ bizlerin sosyo-kültürel ve ekonomik yaşamına dair göstergeleri de barındırmaktadır (Ataman Yengin, 2016, s. 110) Yaşanılan anların sosyal ağlarda gösterilmediği ve fotoğrafların sosyal ağlarda paylaşılmadığı müddetçe değerlerini kaybetmeye başladığı da söylenebilmektedir. “ Facebook için fotoğraf çekme ” ifadeleri çok sık dile getirilmeye başlanmakta ve bu yüzden zaman geçirilen mekânlarda, fotoğraf çekme trafiği yaşandığından garsonların dahi fotoğraf çekmeye yetişemedikleri görülmektedir. (Çetin, 2015, s. 782)

Aynı zamanda yaşanan bu mobilleşme ve yeni medya ortamlarının çeşitliliği dile de etki ederek “smombie (telefon zombisi), nomofobi (mobil cihazlara ulaşım kısıtlandığında yaşanan endişe hali)” gibi yeni kavramların da dile eklenmesini sağlamıştır. Kullandığı araçlarla farklılaştığına inanan birey aslında toplumun diğer bireyleri gibi aynı döngünün bir parçası olmakta, tükettikleriyle farklılaşmak yerine aynılaşmaktadırlar. (Ataman Yengin, 2016, s. 112) Schwartz’ a göre; İnsan beyni düzeyindeki bilginin sadece dil analiziyle tahminlerin ötesine geçebileceği ve iyi yaşama götüren şeylerin iç yüzünü anlatabileceği görülmekte, uzun ömürlülük, ekonomi ve sağlıkla ilişkili olan “durumu resmederek sonuç inşa etme” giderek popüler hale geldiği için insanlar ve hükümetler, salt ekonomik önlemlerle toplumların refaha erişemeyeceğini anlamış, yaşam tatmini ve sosyal medyadaki günlük dil arasındaki bağları kullanarak, iyi oluş ve bu iyi oluşu belirleyen faktörleri, göstergeleri ve sonuçları anlamaya yönlendirmiştir. (Schwartz, 2016, s. 525) Örnek olarak; Dodds, Harris, Kloumann, Bliss ve Danforth’un Twitter üzerinde yapmış oldukları çalışma; mutluluk araştırması için kullandıkları kelime kaydırma grafiği ile iki metnin kelime sıklığındaki değişikliklere göre neden bir fark oluştuğunu ayrıntılı bir şekilde görmenizi sağlamakta örneğin, 'çocuk istismarı' ve 'cinsel skandal' gibi verilere 'mutlu değil' gibi olumsuz düşünce verilerinin eklenmesi gibi mevcut yaklaşımımızın şeffaflığını kaybetmeden mutluluk ve bilgi tedbirlerimizin güvenilirliğini artıracak, belli başlı konularda kullanılan kelimeler ile birden fazla anlam taşıyan kelimeler de ele alınmaya başlanabilecektir. Twitter tarafından eklenen meta verilerine dair iletiler için dil algılaması, dil açısından özel analizlere imkân tanımaktadır. (Dodds, Harris, Kloumann, Bliss, & Danforth, 2011, s. 22-23)

Sanal ortamlarda duygu durumunu ifade etmek için adeta sosyal medya dili olma özelliğine sahip emoji kullanılmaktadır. Emoji sözcüğünün köken olarak Japonca'da resim anlamına gelen “e” ve harf, karakter anlamına gelen “moji” sözcüklerinden oluştuğu görülmektedir. Emojiler, duyguları anlatmaya yönelik yüz ifadelerinin yanı sıra birtakım kavram ve düşünceleri de ifade eden grafik temelli simgeler olarak karşımıza çıkarak, ev, otomobil , yiyecek-içecek , hayvanlar gibi çok çeşitli simgeleri bulunmakta, bireyin duygusal tutumunu ifade eden, bir enformasyonu kısa ve öz biçimde aktaran, mesajı sözcük kullanmadan ileten her türlü küçük resim, simge, ikon olmaktadır. (Gökalliler & Saatçioğlu, 2016, s. 67-68) Hemen her duyguyu yansıtmak, somutlaştırmak bu emojilerle mümkün olmaktadır. Sosyal ağlardan Facebook, emojiler için hisler adı altında bir alan oluşturmuş ve hissedilen her duygu ve durum için, bir emoji tanımlamıştır: Sevgi dolu, keyifli, mutlu, uykusu gelmiş, müthiş, hasta, açık, hüznü, sinir olmuş, endişeli, ağrı sızı içinde, uykulu, çılgın, umutlu, heyecanlı, enerjik, şanslı, kafası karışık, yalnız, mutluluktan uçmuş, mutsuz, muzip, derin duygular, bitkin, nostaljik, minnettar, sıkılmış, başarılı, kimsesiz, coşmuş, fevkalade, evini özlemiş, çaresiz, güzel, harika, kaybolmuş, usanmış, süper, şahane, acı içinde, kıl olmuş, hazır, komik, akli karışık, şen, gıcık olmuş, şımarık, rahat, bunalıma girmiş, sıkıntılı, çok iyi, memnun, sevimli, iyi karşılanmış, kutlu, karamsar, ucuz atlatmış, hoş, baymış, sersem, üzgün, eğlenmiş, darmadağın, huzurlu, duygusal, gururlu, yorgun, eksik, düşünceli, öfkeli, çalışkan, üşümüş, şaşkın, durumdan rahatsız, halinden hoşnut, sevildiğini hissetme, kızgın, moralsiz, kendinden emin, canı sıkılmış, kararlı, paramparça, hayal kırıklığına uğramış, hayran kalmış, çakırkeyif, neşeli, aç, özel, stresli, mükemmel, güçlü, canı sikkın, meraklı, dinlenmiş, tıka basa doymuş, rahatlamış, küplere binmiş, muhteşem, kötü, sevinçli, şaşırmış, korkmuş, müteşekkir, bıkkın, havalı, sarhoş, umutsuz, iyi, huzursuz, çok olmuş, motive, hiper, sabırsız, uyanık, hoşnut, dingin, kararsız, canlanmış, sıcaktan bunalmış, sıcaklamış durumlarını ve duygularını yansıtan yüz yirmi bir farklı emoji bulunmaktadır. Bu emojilerden özellikle; sevgi dolu, keyifli, mutlu, müthiş, mutluluktan uçmuş, coşmuş, fevkalade, güzel, harika, süper, şahane, şen, rahat, çok iyi, memnun, hoş, eğlenmiş, huzurlu, gururlu, halinden hoşnut, sevildiğini hissetme, neşeli, muhteşem, sevinçli emojileri, yine Facebook'ta çıkartmalar alanında, mutlu çıkartmasıyla, eylemler alanında ise, diğer kategorisinde, hayatı seviyor, eğleniyor, günün keyfini çıkarıyor, güneşin tadını çıkarıyor durum

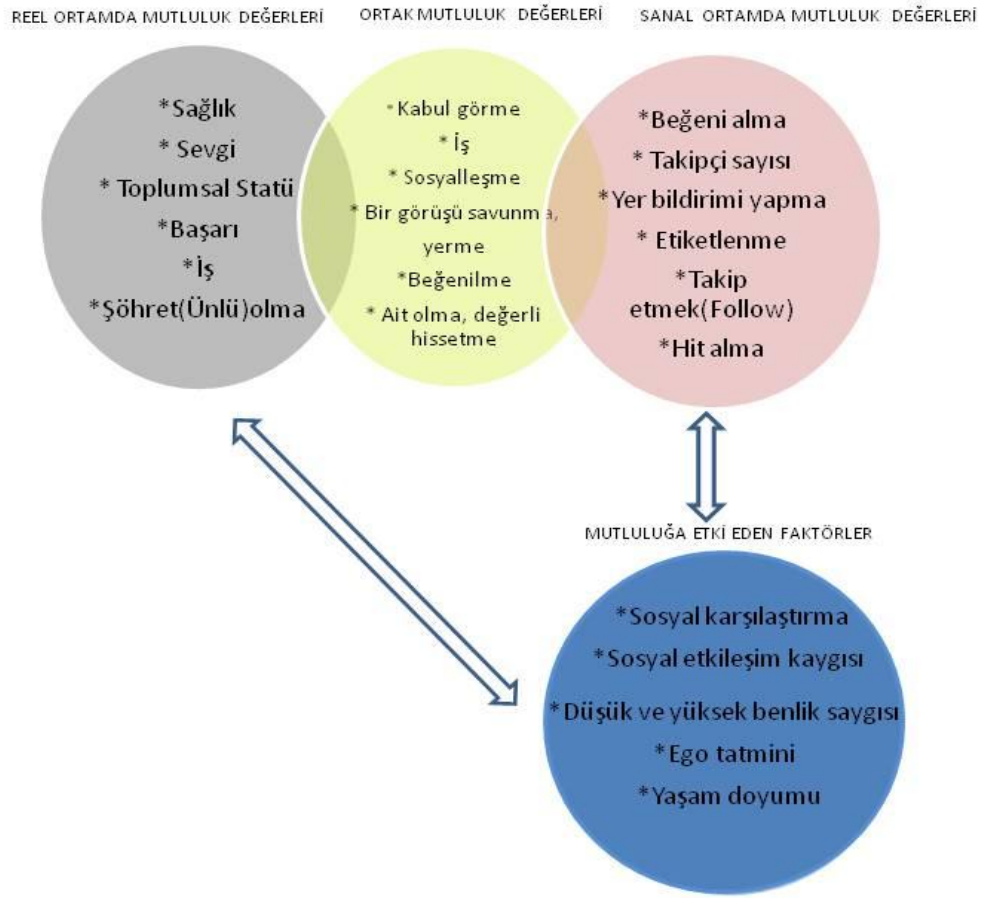
bildirileri ile bireylerin sosyal medya aracılığıyla mutluluklarını, psikolojik iyi olma durumlarını duyurmakta aynı zamanda pekiştirme, görselleştirme, somutlaştırma çabasına yönelik de kullanılmaktadır.

Sosyal medyada öne çıkan önemli terimlerden biri olarak “Hashtag” terimi de bireyin mutluluk duygusunu somutlaştırma çabasına hizmet etmektedir. Yakın ve Alaçam Akşit’in Instagram üzerine yapmış oldukları çalışmaya göre; mutluluk etiketiyle paylaşılan fotoğraflarda “gezme” kategorisi altında değerlendirilenlerin %29 oranıyla birinci sırada, özçekim fotoğrafları ise %19 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Bu fotoğraflarda birey mutluluk duygusunu sadece kendi görseliyle ifade etmiştir. Mutluluk etiketiyle paylaşılan fotoğrafların % 35’inin “sevgi” ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Buna göre bireyler en çok “gezme” hali içerisinde, “tek başına”, “sevgi” değeriyle ve “aşk” etiketleriyle kendini bir mutluluk resmi içerisinde ifade etmiştir. (Yakın & Alaçam Akşit, 2016, s. 1264-1265) Bu sonuç Instagram kullanıcısı olan kuşağın mutluluk algısının benmerkezci ve sevgi odaklı olduğunu öne sürmektedir.

## 5. FACEBOOK KULLANICILARI ÜZERİNDE SOSYAL MEDYANIN MUTLU OLMA DURUMUNA ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI

### 5.1. Araştırma Modeli

Şekil2:Araştırmanın Modeli



Bu modelde; ilgili literatür taraması yapıldıktan sonra, reel ortamda mutluluk değerleri ile ilişkisi görülen mutluluğa etki eden faktörler adı altındaki başlıkların, sanal ortamda mutluluk değerleri ile olan ilişkisi ele alınmış ve öngörülen bu modeldeki mutluluğa etki eden faktörler, çalışmanın sınırlılıklarına göre belirlenmiştir. Bu sınırlılıklar; çalışma grubunun Facebook sosyal ağında hayatının her anını paylaşmaktan hoşlanan kişiler arasından seçilen az sayıdaki aktif kullanıcılardan oluşması, sadece Facebook kullanımını baz alan bir çalışma olmasıdır. Konunun diğer sosyal ağların kullanımı üzerinden de araştırılıp daha geniş bir çalışma grubuyla yapılacak nicel bir

araştırma yöntemi de sosyal medya kullanımının bireyin mutlu olma durumuna etkisini araştırma konusunda destek olabilecektir.

## 5.2.Çalışma Grubu

Bu araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. “Ölçüt örnekleme, seçilen örneklemin problemle ilgili olarak belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumlardan oluşturulmasıdır.” (Büyüköztürk, 2012) Bu doğrultuda ölçüt örnekleme ile belirlenen niteliklere sahip olduğu düşünülen kişiler örnekleme alınmıştır. Çalışma grubunu, İstanbul’da yaşayan ve sosyal medya siteleri aracılığı ile sosyal medyayı ve özellikle sosyal ağlardan Facebook’u aktif olarak kullandıkları gözlemlenen 8 Kadın, 7 Erkek, toplam 15 katılımcı oluşturmaktadır. Bu katılımcılar, Facebook sosyal ağında hayatlarının her anını paylaşmaktan hoşlanan ve her gün profil resimlerini değiştiren, Facebook’un hisler adı altındaki alanını sık sık kullanan, hissettikleri her duygu durumunu bu alan içindeki emojilerle paylaşan, Facebook üzerinde gittikleri her yeri bildiren ve günde en az beş defadan fazla paylaşımda bulunan kişiler arasından seçilmiştir.

**Tablo1. Çalışma Grubundaki Erkek Katılımcılara İlişkin Bilgiler**

Katılımcı Adı	Yaşı	Eğitim Durumu	Mesleği	Yaşadığı Şehir	Cinsiyeti
G.C.	37	Üniversite	Finans Uzmanı	İstanbul	Erkek
Ç.S.	20	Üniversite	Öğrenci	İstanbul	Erkek
A.A.	51	Ortaokul	Esnaf	İstanbul	Erkek
O.P.	14	Ortaokul	Öğrenci	İstanbul	Erkek

O.O.	30	Üniversite	Yönetici	İstanbul	Erkek
S.E.	27	Lise	Gayrimenkul Danışmanı	İstanbul	Erkek
S.İ	28	Üniversite	İşletmeci	İstanbul	Erkek

**Tablo2. Çalışma Grubundaki Kadın Katılımcılara İlişkin Bilgiler**

<b>Katılımcı Adı</b>	<b>Yaşı</b>	<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Mesleği</b>	<b>Yaşadığı Şehir</b>	<b>Cinsiyeti</b>
Ç.D	24	Ünivesite	Gıda Mühendisi	İstanbul	Kadın
F.P.	57	İlkokul	Emekli	İstanbul	Kadın
D.C.	33	Üniversite	Mali Müşavir	İstanbul	Kadın
N.S	43	İlkokul	Terzi	İstanbul	Kadın
D.D.	22	Üniversite	Öğrenci	İstanbul	Kadın
Ş.A	46	Ortaokul	Ev Hanımı	İstanbul	Kadın

Y.A.	22	Üniversite	Öğrenci	İstanbul	Kadın
S.K.	24	Üniversite	Bankacı	İstanbul	Kadın

**Tablo3. Çalışma Grubundaki Erkek ve Kadın Katılımcıların Yaş Ortalamaları**

Cinsiyet	Yaş Ortalaması
Erkek	29
Kadın	33

**Tablo4. Çalışma Grubundaki Katılımcı Sayılarına Göre Eğitim Durumları**

Eğitim Durumu	Kişi Sayısı
İlkokul	2
Ortaokul	3
Lise	1
Üniversite	9

### **5.3.Ölçme Araçları**

Araştırmanın ilk aşamasında elektronik iletişim ortamı olarak sosyal medya kavramı ve mutluluk kavramını açıklamak bununla birlikte sosyal medyanın bireyin mutlu olma durumu ile ilişkisine cevap bulmak amacıyla literatür taraması yapılmıştır. Veri toplama aracı buna göre geliştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu

kullanılan araştırmada, önceden sorulması planlanan soruları içeren bir görüşme protokolü hazırlanmıştır. Katılımcılarla yapılan görüşmenin önceden sorulması planlanan soruları içeren bu protokole göre yapılması, görüşmenin daha karşılaştırılabilir bilgiler sunmasını sağlamaktadır ve kişilerin yanıtlarını açmalarına, ayrıntılandırmalarına olanak tanımaktadır. (Türnüklü, 2000, s. 547) Bu doğrultuda çalışmada, sosyal medya kullanıcılarının, sosyal medya kullanımının mutlu olma durumuna etkisini araştırmak amacıyla araştırma modelindeki mutluluğa etki eden faktörler göz önüne alınarak, toplam 17 soru maddesinden oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır.

#### **5.4.Verilerin Toplanması**

Araştırmaya ilişkin veriler, birincil verilerdir. Sosyal medya siteleri aracılığıyla sosyal medyayı özellikle Facebook’u aktif olarak kullandığı gözlemlenen 15 katılımcı (8 kadın, 7 erkek) ile yüz yüze iletişim kurarak soruların yöneltilmesi ve yapılan görüşmelerin kayıt altına alınması suretiyle toplanmıştır. Katılımcılara, yapılan çalışmanın konusu ve içeriği ile ilgili bilgiler verilerek katılımcılardan edinilen bilgilerin sadece bu bilimsel çalışma için kullanılacağı, kimliklerinin belirtilmeyeceği açıklanmıştır.

#### **5.5. Verilerin Analizi ve Bulgular**

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak verilere ulaşılan araştırmada verilerin analiz edilmesi için betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Anlık fotoğrafın çekildiği bu araştırma yorumlayıcıdır.

“Betimsel analiz, veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesini, yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde araştırmacı görüştüğü ya da gözlemiş olduğu bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara da yer verebilmektedir.” (Özdemir M. , 2010, s. 336)

Derinlemesine görüşme verilerinin analizini sağlamak amacıyla bu kısımda, sosyal medya kullanımının mutlu olma durumuna etkisine ilişkin katılımcıların

görüşlerine yer verilecek ve bu amaçla sırayla katılımcılara yöneltilen araştırma soruları ile birlikte, katılımcıların araştırma sorularına ilişkin verdikleri her bir görüş açıklanacaktır.

1) Facebook'taki arkadaşlarınızın profillerini takip edip, kendi profilinizle karşılaştırdığınız zaman ne düşünüyorsunuz?

*“Kendi profilimi arkadaşlarımın profili ile karşılaştırdığımda **profilime daha fazla resim ve etkinlik eklemem gerektiğini düşünüyorum** ve bu isteğim asla azalmıyor.”* (D.C. , 33, Mali Müşavir)

*“ Arkadaşlarımın hayatlarının her anını Facebook'ta paylaştıklarını benimse onlara göre daha pasif kaldığımı düşünüyorum. Bu yüzden de **paylaşım larımı ona göre ayarlayıp, renklendirmeye daha aktif olmaya çalışıyorum.**”*(D.D. , 22, Öğrenci)

*“Onların daha mutlu olduklarını, benden daha fazla gezdiklerini görüyorum. **Ben de onlar gibi davranmaya çalışıyorum.**”* (Ş.A., 46, Ev Hanımı)

*“Arkadaşlarımın profillerini incelediğimde mutlu oldukları anlarını, mutlu oldukları mekanları içeren paylaşımlarını görüyorum. **Ben de profilimi ona göre güncelliyorum geri kalmamak için.**”*(O.O., 30, Yönetici)

*“Sevdiğim arkadaşlarımın profillerine baktığımda kendimi mutlu hissediyorum.”* (N.S., 43, Terzi)

*“Arkadaşlarımın çok fazla paylaşımda bulunduğunu, oldukça renkli ve aktif bir hayat sürdürdüklerini görüyorum genellikle. Bu durum benim de **profilimi daha renkli paylaşımlarla düzenlemem gerektiği yönünde bir etki uyandırıyor.**”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Arkadaşlarımın profillerine baktıktan sonra **ben de kendi profilimi göz önüne alıp daha güzel paylaşımlarda bulunmak istiyorum.**”* (F.P., 57, Emekli)

*“Arkadaşlarımın da benim gibi çok paylaşımda bulunduğunu, gezdiğini, yer bildirimini yaptığını görüyorum. **Ben de onlardan aşağı kalmıyorum.**”* (G.C.,37,Finans Uzmanı)

*“**Benden daha fazla fotoğrafları olduğunu görüyorum.** Arkadaşıma göre daha az fotoğraf paylaştığımı görüyorum.”* (Ç.S., 20, Öğrenci)

*“Profilimin bir nevi benim hayatımı yansıttığını düşünüyorum. Aynı şekilde arkadaşlarımın da profillerinin onların hayatlarını yansıttığını düşünüyorum. **Genellikle paylaşımlarından hayatlarının renkli olduğu izlenimine kapıldığımdan ister istemez ben de paylaşımlarımı fazlalaştırarak hayatımın güzel ve renkli yanlarını göstermek istiyorum.**”* (S.E.,27,Gayrimenkul Danışmanı)

*“**Kendimin daha güzel paylaşımlarda bulunduğumu düşünüyorum.** Diğer arkadaşlarımın paylaşımlarını daha özensiz buluyorum.”* (Y.A.,22,Öğrenci)

*“**Herkesin çok mutlu görüldüğünü kendi hayatımın ise daha durağan ve monoton olduğunu düşünüyorum.**”* (Ç.D., 24, Gıda Mühendisi)

*“Arkadaşlarımın profillerine baktığımda **bana göre çok aktif hayat sürdüklerini düşünüyorum.** Profillerinden öyle anlaşılıyor.”* (O.P., 14,Öğrenci)

*“**Açıkçası kendimi onlar kadar aktif görmüyorum. Acaba ben onlar kadar gezmiyorum, sosyal değil miyim diye düşünüyorum.**”* (S.K.,24,Bankacı)

*“**Ben her şeyin reklam olduğunu düşünüyorum. O insanların özel hayatlarının çoğunu bildiğim için profildeki resimle gerçek hayattaki durumun tamamen bağdaşmadığını düşünüyorum.**”* (A.A., 51, Esnaf)

Katılımcıların cevaplarından genellikle, kendileri de Facebook’u aktif olarak kullanmalarına rağmen Facebooktaki arkadaşlarının kendilerinden daha fazla paylaşımda bulduklarını gördüklerini ve bu durumun kendilerini de daha çok

paylaşımında bulunmaya ittiğini belirtmişlerdir. Arkadaşlarının profillerindeki paylaşımlarını takip ettikten sonra kendi hayatlarının hareketsiz ve sıkıcı olduğunu düşünen üç katılımcı olmuştur. Katılımcılardan sadece bir tanesi profildeki paylaşımların gerçek yaşamla alakası olmayıp tamamen reklam amaçlı yapıldığını belirten görüşünü belirtmiştir.

2) Arkadaşlarınızın Facebook profillerini incelediğinizde daima neşeli ve mutlu bir etki bıraktıklarını görüyor musunuz? Bu durum sizde nasıl bir etki uyandırıyor?

*“Arkadaşlarımın **mutlu ve neşeli oldukları paylaşımlarına daha sık rastlıyorum.** Aynı zamanda hüznü anlarını paylaşan arkadaşlarım da oluyor. Yani insanlar yaşadıkları her duyguyu Facebook profillerinde paylaşma gereği duyuyorlar. Ben ise bu paylaşımlara baktığımda çok fazla mutlu ve neşeli fotolarla karşılaştığımda ister istemez **kendi hayatımı göz önüne getirip acaba o kadar mutlu değil miyim? Diye düşünebiliyorum.** Üzgün fotoğraflarda ise ister istemez arkadaşlarımın duygularını paylaşma onlara yorum yapma ihtiyacı hissediyorum”* (D.D.,22, Öğrenci)

*“Arkadaşlarımın Facebook profillerini incelediğimde **daima mutlu ve neşeli anlarını paylaştıklarını,** kendilerini takip edenlerde böyle bir izlenim bırakmaya çalıştıklarını düşünüyorum.Mutsuz anlarını paylaşan insanların daha az olduklarını ve insanların bu tip paylaşımlardan kaçındıklarını görüyorum.İnsanların daima mutlu etki bırakmak için paylaşım yaptıklarını görmek **bende de bu tip paylaşımlar yapma isteği uyandırıyor.**”*(D.C., 33, Mali Müşavir)

*“Evet. **Kesinlikle. Hiç dertleri olmadığını düşünebiliyorum.** Acaba onlarda benim öyle olduğumu düşünüyorlar mı diye aklımdan geçiyor.”* (S.K.,24, Bankacı)

*“**Görüyorum,** bende onlar gibi mutlu ve neşeli olduğumu yansıtan fotoğraflarımı paylaşmak istiyorum. **Hayatımın daha renkli olması gerektiğini düşünüyorum.**”* (F.P., 57, Emekli)

*“Facebook arkadaşlarımın genellikle mutlu anlarını paylaştıklarını görüyorum. Kimse mutsuz anlarını çok fazla paylaşmıyor. Ben de bunun böyle olması gerektiğini düşünüyorum.”* (G.C.,37, Finans Uzmanı)

*“Evet, sürekli mutluymuşlar gibi düşünmeme neden oluyor.”* (O.P., 14, Öğrenci)

*“Genellikle mutlu görünüyorlar, karizmatik ya da sinirli fotoğraflarda olabiliyor. Her anlarını resmederek çekingenlik göstermediklerini görüyorum”* (Ç.S, 20, Öğrenci)

*“Evet, herkesi çok mutlu görüyorum, hiç kimsenin üzülmediğini düşünmüyorum. Herkes mutluluklarını paylaşıyor. Kırk yılda bir özel günlerini, herhangi bir şeylerini de paylaşıyorlar ama genellikle herkes mutluluğunu paylaşıyor. Güzel bir şey.”* (Ş.A., 46, Ev Hanımı)

*“Evet. Neşeli ve mutlu olduklarına daha çok rastlıyorum. İster istemez kendi paylaşımlarımla kıyaslıyorum. Ben de genellikle mutlu ve neşeli olduğumu belirten paylaşımlara daha çok yer veriyorum.”* (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Görüyorum, arkadaşlarımın kendilerini oldukları gibi göstermediklerini düşünüyorum, çoğu zaman mutsuzluklarını gizlediklerini düşünüyorum.”* (Ç.D.,24, Gıda Mühendisi)

*“Arkadaşlarımın profillerinde sürekli mutlu ve neşeli bir etki bıraktıklarını görüyorum. Sanki hayat hep onlara güzel gibi. Ben de mutlu olup olmadığımı sorguluyorum bu durumda. Kıskançlığa sebep oluyor galiba. Ben de mutlu olduğum izlenimi veren fotoğraflar paylaşmaya çalışıyorum.”* (O.O.,30, Yönetici)

*“Evet. Reklamlar... Gerçek hayatla çok farklılık var. Gerçek hayatla alakasız olduğunu düşünüyorum. Ben gerçekçi bulmuyorum.”* (A.A., 51, Esnaf)

*“Genellikle **mutlu ve neşeli bir etki** bırakmaya çalıştıklarını görüyorum. Bu da çoğu zaman **kendi hayatımı düşünerek bir karşılaştırma yapmama neden olabiliyor.** Ben de o yöndeki paylaşımlarımı arttırıyorum.”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Genellikle **mutluluk** fotoğraflarını paylaştıklarını görüyorum. **Çok gerçekçi bulmuyorum.**”* (N.S.,43, Terzi)

Katılımcılar arasından sadece bir tanesi mutlu ve neşeli bir etki bırakmalarının yanında karamsar bir etki de bıraktıklarına dair görüş belirtmiştir.

*“Mutlu ve neşeli bir etki bırakmanın yanında **karamsar bir etki bıraktıklarını da görüyorum.** Bu durumun, yaşımızdan da kaynaklanan duygu değişimleri ile ilgili olabileceğini düşünüyorum.”* (Y.A.,22, Öğrenci)

Yapılan açıklamalarda katılımcılar genel olarak, arkadaşlarının daima neşeli ve mutlu bir etki bırakmak için paylaşımlarda bulduklarına, paylaşımların genellikle gerçeği yansıtmadığına, yaşadıkları her duyguyu profillerinde yansıttıklarına dair görüşlerini belirtmişler ve kendi hayatlarını göz önüne getirip değerlendirmelerine neden olduğunu belirten açıklamalar yapmışlardır.

3) Sanal ortamda iletişim kurmak ve sosyalleşmek mi, gerçek ortamda iletişim kurmak ve sosyalleşmek mi size göre daha kolay, rahat kaygısız veya tercih edilir? Sebebini açıklar mısınız?

*“**Sanal ortamda iletişim kurmak gerçek ortama göre daha kolaydır, daha rahat ve kaygısızdır.** Çünkü, gerçek ortamda bazı hareket ve mimiklerle duygularını gizleyemeyebilirsin fakat, sanal ortam buna müsaittir”* (D.C.,33, Mali Müşavir)

*“**Sanal ortamda daha kolay, örneğin, online oyun oynarken de tanımadığım insanlarla daha kolaylıkla iletişim kuruyorum.** Yüz yüze daha dikkatli olmak, karşıdakinin de moraline dikkat etmem gerekiyor. Ancak **sanal ortam daha çok vakit sağladığı için daha rahat ve kaygısız davranabiliyorum.**”* (Ç.S., 20, Öğrenci)

*“Sanal ortamda daha kolay çünkü; söylemek istediklerimi daha uzun düşünerek derleyerek ifade etmeme olanak sağlıyor. Kendimi daha rahat ve kaygısız hissediyorum.”* (D.D., 22, Öğrenci)

*“Sanal ortamda daha kolay iletişim kuruyorum. Gerçekte yüz yüze ifade edemeyeceğimi düşündüğüm şeyleri sanal ortamda daha kolay söyleyebiliyorum. Kendimi daha özgür hissediyorum.”*(F.P., 57, Emekli)

*“Sanal ortamda iletişim kurmak ve sosyalleşmek bana göre daha kolay, daha rahat çünkü, istediğim zaman, istediğim kişiye ulaşmama imkân tanıyor. Çoğu zaman iletişim kurmak istediğim kişinin yüzüne açıkça söyleyemeyeceğimi düşündüğüm şeyleri sanal ortamda daha rahat ve bir kaygı duymadan söyleyebiliyorum.”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Sanal ortamda iletişim kurmak ve sosyalleşmek daha kolay. Neticede bir bağlayıcılığı yok. Değişik isim kullanarak, değişik kişilerle iletişim kurulabiliyor, sosyalleşilebiliyor ama gerçek hayatta çok zor, insanların daha çok mücadele etmesi gerekiyor sosyalleşebilmek için. Bunun için sanal ortamda iletişim bence daha kolay.”* (A.A., 51, Esnaf)

*“Tabii ki sanal ortamda iletişim kurmak daha kolay çünkü, paylaşımlardan az çok kimin düşüncesi ne yönde kestirebiliyorsun. O yüzden ona göre iletişim kurabiliyorsun. O yüzden de daha kaygısız geliyor bana.”* (O.O.,30, Yönetici)

*“Sanal ortam, çünkü rahat rahat düşünüp analiz ederek cevap verebiliyorum daha rahat bir iletişim kuruyorum.”* (O.P., 14, Öğrenci)

*“Sanal ortamda iletişim kurmak bence daha kolay. Her şekilde metin, yazı, ses, görüntü kullanarak da anında iletişime geçmemi sağlıyor. Ayrıca yüz yüze olduğu gibi belli bir kalıba girmek zorunda kalmıyorum. Bu yüzden daha kaygısız ve rahat sosyalleşebiliyorum. Kendimi karşı tarafa da nasıl bir izlenim uyandırmak istersem öyle tanıtabiliyorum.”* (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Sanal ortamda iletişim kurmak her zaman daha kolaydır. En fazla istemezsen eklemesin. İletişim kurmazsın ama, gerçek ortamda o kadar rahat iletişim kuramazsın.”* (G.C.,37,Finans Uzmanı)

*“Sanal ortamda beni bir güvensizlik duygusu kaplıyor. Gerçek ortamda jest, mimik, ses tonunu bildiğimden daha güvenli geliyor. Kendimi daha rahat hissediyorum.”* (Y.A.,22, Öğrenci)

*“Konuşurken benim için göz teması ve mimikler daha önemli. O yüzden gerçek ortamda daha kolay iletişim kurduğumu düşünüyorum. Sanal ortam bana bu konuda güvensiz geliyor.”* (S.K.,24, Bankacı)

*“Gerçek ortam benim için daha iyi , sanal ortam çok samimi gelmiyor bana açıkçası. Gerçek ortamda kişinin gözüne yüzüne bakıyorsun , samimi olup olmadığını anlıyorsun ama sanal ortamda yazılanların hepsi bana tamamen yalan geliyor ama kullanıyoruz o ayrı”* (Ş.A., 46, Ev Hanımı)

*“İkisini de kullanıyorum ama sanal ortamdaki ziyade gerçek ortamda daha kolay iletişim kuruyorum.”* (N.S., 43, Terzi)

*“Sanal ortamda duygularımı karşı tarafa aktarmada jest ve mimiklerimi gösteremediğim için kendimi tam olarak ifade edemediğimi düşünüyorum.”* (Ç.D., 24, Gıda Mühendisi)

Katılımcılar soruya verdikleri cevaplarda genel olarak, sanal ortamda iletişim kurmanın daha kolay ve kaygısız olduğunu dile getirmişlerdir. Kendilerini daha rahat hissettikleri ve daha rahat düşüncelerini ifade ettiklerine dair cevaplar vermişlerdir. Bunu sağlayan nedenler olarak da, sanal ortamın kendilerine zaman tanıması, iletişim kuracakları kişi hakkında fikir sahibi olmasını kolaylaştırması, istedikleri zaman istedikleri kişiye ulaşmalarına imkân tanıması olarak ifade etmişlerdir. Katılımcılar arasında beş kişi ise gerçek ortamda iletişim kurmanın sanal ortama göre daha güvenli

olduğunu belirtmekte, gerçek ortamda iletişim kurmanın daha samimi geldiğini ifade etmektedirler.

4) Facebook'ta arkadaşlarınız tarafından etiketlenmek, açılan bir gruba dahil olmak size kendinizi nasıl hissettiriyor?

*“Bende bir **motivasyon duygusu oluşturuyor, insanların benimle iletişim kurma çabasında olmaları beni sevindiriyor.**”* (D.C., 33, Mali Müşavir)

*“İnsanların beni arkadaşları olarak gördüklerini görüyorum. Bu da beni **mutlu ediyor.**”* (Ç.S., 20, Öğrenci)

*“İlgimi çeken videolarda, fotoğraflarda yer almak **kendimi iyi hissettirir.** Bir grubun içerisindeyken kendimi o grup üyelerinin yanında onlara dahil olarak gördüğümünden bende **mutluluk uyandırır.**”* (O.P., 14, Öğrenci)

*“Başkalarının benimle ilgili fotoğraf paylaşması **beni mutlu eder.** Bir gruba dahil olmak beni  **motive eder.**”* (N.S., 43, Terzi)

*“Arkadaşlarım tarafından **sevilen biri olduğumu, yalnız olmadığımı düşündürüyor.** Hoşuma gidiyor. **İyi hissediyorum.**”* (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Facebookta çok fazla herkes arkadaşlarıyla fotoğraflar yayınlıyor. Ben de yayınlamak istiyorum . Böylelikle onlar gibi bende **yalnız olmadığımı göstermiş oluyorum.** Bu da beni **mutlu ediyor.**”* (F.P., 57, Emekli)

*“**Mutlu oluyorum ve sevildiğimi hissediyorum.**”* (G.C.,37, Finans Uzmanı)

*“İnsanlar tarafından **sevildiğimi ve önemsendiğimi düşündürüyor.**”*  
(O.O.,30, Yönetici)

*“O an için güzel hissediyorsun, önemsendiğini düşünüyorsun ama çok önemli gelmiyor”* (Ş.A.,46,Ev Hanımı)

*“Facebookta arkadaşlarım tarafından etiketlenmek bence **arkadaşlarım tarafından sevildiğimin bir göstergesi**. Demekki birlikte zamanlarımız geçiyor ki etiketliyorlar. Açtıkları bir gruba beni de dahil etmeleri kendimi o gruba ait hissettiriyor. Demek ki **yalnız değilim diye düşünüyorum**.”* (S.İ.,28,İşletmeci)

*“Eğer etiketlendiğim paylaşımda güzelsem ya da güzel bir paylaşımsa bu hoşuma gider ama kötüyse gizlerim. Gruba dahil olmakta hoşuma gider çünkü, arkadaşlarımla bir arada olduğum, **yalnız olmadığım hissi verir**.”* (S.K.,24,Bankacı)

*“Arkadaşlarım benim **bilgim ve isteğim dışında olan paylaşımlara beni etiketleyebiliyorlar**. Bu da beni rahatsız ediyor. **Kötü hissediyorum aslında**.”* (Y.A.,22,Öğrenci)

*“Etiketlendiğim fotoğraflarda arkadaşlarım genellikle kendi seçtikleri fotoğrafları koydukları için kötü çıktığım fotoğrafları da koyabiliyorlar. Bu durum kendimi çirkin ve kötü hissetmeme neden olabiliyor. Gruba dahil olduğumda insanların benim daha aktif ve sosyal olduğumu düşünmelerine neden oluyor. O etkinliğe katılmasam bile katılıyormuşum gibi düşünmeleri hoşuma gidiyor.”* (Ç.D., 24, Gıda Mühendisi)

*“Aslında kötü hissettiriyor çünkü; arkadaşlarım benim tercihim dışında olan bazı paylaşımlara beni etiketliyorlar.Bu da beni olumsuz şekilde etkiliyor.Rahatsız oluyorum. Çoğu zaman etiketimi kaldırıyorum.”* (D.D.,22,öğrenci)

*“Kendi şahsımca çok önemsemiyorum. Çok yakın tanıdığım ve sevdiğim insanlar kendileri davet ettiğinde kırmamak adına katılıyorum ama sadece takip etmek adına katılıyorum.”* (A.A., 51,Esnaf)

Katılımcıların verdiği cevaplarda genel olarak, Facebook'ta arkadaşları tarafından etiketlenmenin, açılan bir gruba dahil olmanın kendilerini motive, iyi, mutlu hissettirdiği, sevildiklerini ve yalnız olmadıklarını düşündürdüğü, bir topluluğun içine dahil olmanın iyi hissettirdiğine dair düşüncelerini açıklamışlardır. Katılımcılar içerisinden Facebook'ta arkadaşları tarafından etiketlenmenin kendilerini kötü hissettirdiğini belirten görüşlere sahip olan katılımcılar da buna sebep olan düşüncelerini genel olarak arkadaşlarının kendi isteklerinin dışında olan paylaşımlarda onları etiketleyebildiklerini bu durumda kendilerini kötü hissettirdiği yönünde belirtmişlerdir. Genellikle etiketlendikleri fotoğraflarda kötü çıkma durumlarından dolayı kaygı yaşadıkları görülmektedir. Katılımcılardan sadece A.A, takipçi olduğunu belirterek bu durumun onu pek etkilemediğini belirtmiştir.

5) Facebook kullanımınızın kendinizi daha sosyal ya da yalnız hissetmenizde nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?

*“Daha sosyal hissediyorum çünkü daha çok etkileşime giriyorum. Ses, görüntü, video olsun, her şekilde iletişim kurmamı sağladığı için kendimi daha sosyal hissediyorum.”* (O.P.,14, Öğrenci)

*“Kendimi daha sosyal hissediyorum çünkü Facebook sayesinde arkadaş topluluğumdan kopmamış gibi hissediyorum. İstedğim an onlara ulaşabilmem için uygun ortamı sağlıyor. Onların hayatlarıyla ilgili bilgilerden habersiz olmuyorum bu sayede.”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Facebook kullanımı gerçek hayatta çok fazla sosyalleşme fırsatı bulamayan insanlar için, etkin bir sosyalleşme aracı olduğunu düşünüyorum. Herhangi bir çaba sarfetmeden ya da bir bütçe harcamadan iletişime geçerek kendini olduğundan fazla olmak istediğin gibi gösterebiliyorsun. Hatta gerçekte olmadığın ve olmak istediğin insan dahi olabilirsin. Bu da bir nevi insanın yalnızlığını yok eden bir etki yaratıyor. Benim içinde çok yoğun çalışmam nedeniyle dışarıda çok fazla sosyalleşme imkânım olmaması nedeniyle tercih ettiğim bir iletişim aracıdır.”* (D.C., 33, Mali Müşavir)

*“Sosyal hissettiriyor. Her türlü insana ulaşabilmemi sağlayan bir ortam olduğu için kendimi yalnız hissettirmiyor. Her an herkese ulaşabileceğim bir ortam sonuçta.”* (O.O., 30, Yönetici)

*“Ben çok dışarı çıkamayan biri olduğum için bana iyi geliyor. Herkesin neler yaptığını görüyorum, kim nerelere gitmiş onu görüyorum. Herkesle görüşmem imkânsız, oradan her şeyi öğreniyorum. Yüz yüze görüşsek daha iyi olur ama sanal ortam da sosyalleşmemi sağlıyor. Mutlu oluyorum. Onların (arkadaşlarımın) mutluluklarını gördükçe daha mutlu oluyorum. Bir şeylerden haberim olduğunu anlıyorum, dünya ile bağlantım kopmuyor en azından o yönden güzel.”* (Ş.A.,46, Ev Hanımı)

*“Kesinlikle daha sosyal hissediyorum. Gündemden, arkadaşlarımdan her zaman haberdar oluyorum. Beğendiğim bir ürünü mesela, dışarı çıkıp gezmeme gerek kalmadan oradan bakıp alabiliyorum.”* (S.K.,24, Bankacı)

*“Facebook kullanımım anlık olarak kendimi daha sosyal hissetmeme sebep oluyor. Canım sıkkın olduğunda Facebook’a girip oradan arkadaşlarımdan etkinliklerini görüp beraber plan yapmaya çalışıyorum. Böylelikle yalnızlığımı unutmamı sağlıyor.”* (F.P., 57, Emekli)

*“Facebook kullandığım zaman kendimi daha sosyal hissediyorum. Sanki arkadaşlarım ve sevdiğim insanlarla hep bir aradaymışım gibi, hayatlarından haber alıyormuşum gibi geliyor. Facebook kullanımına uzun süre ara verdiğimde mesela, sanki birçok şeyden haberim olmuyor ve arkadaş çevremden daha uzaklaşmış hissediyorum. Bu da yalnız hissetmeme sebep olabiliyor.”* (S.E., 27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Facebook kullanımı en azından hiçbir şey yapmasam bile beni yalnız hissettirmiyor. Arkadaşlarımdan yaptıklarından haberdar oluyorum.”* (G.C.,37,Finans Uzmanı)

**“Facebook’tan uzak kaldığım süre içerisinde, kendimi yalnız hissediyorum.”**

(Y.A.,22,Öğrenci)

**“Facebook’ta kendimi arkadaşlarımdan daha fazla haberdar olduğum için daha sosyal hissediyorum.”**(N.S., 43, Terzi)

**“Facebook’ta örneğin doğum günüm olduğu zaman tüm arkadaşlarım ve normalde hiç görüşmediğim arkadaşlarım bile doğum günümü kutluyor. Bu durum beni o esnada yalnız olmadığımı hissettirse de gerçekte o gün yanımda o kadar insanın olmadığını fark etmem aslında yalnız olduğumu hissettiriyor. Yani **anlık olarak sosyal olduğumu düşündürüp gerçekte öyle olmadığını hissettiğimde yalnızlık hissi uyandırabiliyor.**”** (Ç.D.,24, Gıda Mühendisi)

**“Facebook’a girdiğimde kendimi kalabalık bir ailenin parçası olarak hissediyorum o yüzden daha sosyal hissediyorum ancak, gerçek hayatta en fazla 10-15 kişiyle görüştüğümün farkına varınca o kadar da sosyal olmadığımı düşünmek beni yalnızlığa itebiliyor.”** (D.D.,22, Öğrenci)

**“Facebook’a daha çok arkadaşlarımla yapmış oldukları reklamları seyretmek için giriyorum. Kendimi sosyal hissetmemde bir etkisi olmuyor.”** (A.A.,51,Esnaflar)

**“Vakit öldürmek için Facebook kullanıyorum. Çok fazla vakit harcamak istemiyorum. Vakit hızlı geçmesini sağlıyor.”** (Ç.S.,20,Öğrenci)

Görüşmeye katılanlara yöneltilen Facebook kullanımınızın kendinizi daha sosyal ya da yalnız hissetmenizde nasıl bir etkisi olduğuna dair soruya verdikleri cevaplar genel olarak, kendilerini daha sosyal hissettikleri yönündedir. Facebook kullanımının kendilerini hem yalnız hem sosyal hissettirdiğine dair görüşlerini belirten iki katılımcı olmuştur. Genel olarak sanal ortamın kurgusallığı ile gerçek ortamın sahiciliği arasında kaldıklarında hissettikleri duygu durum değişiklikleri buna sebep olmaktadır. Kendini daha sosyal ya da yalnız hissetmelerinde bir etkisi olmadığını

belirten iki katılımcının görüşleri, arkadaşlarının yaptıkları kendi reklamlarını izlemek ve vakit öldürmek için Facebooku kullandıkları yönünde olmuştur.

6) Gerçek ortamda kabul görme, beğenilme, kendinizi değerli hissetmeniz mutluluğunuzu etkiler mi? Peki bu değerlerin sanal ortamda sizin için önemi nedir?

*“Gerçek ortamda bunları elde etme mutluluğumu olumlu yönde etkiler. Sanal ortamda elde etmek de yine aynı etkiyi yaratır. Fakat gerçekte bunları elde edemeyip sadece sanal ortamda elde etme durumunda, gerçek ortamda dışlandığını fark ettiğinde insanın psikolojisinde yıkıcı etki yaratır. O nedenle bu dengeyi iyi korumak gerekiyor.”* (D.C.,33,Mali Müşavir)

*“Mutluluğumu etkiliyor. Örneğin, kendimi yalnız hissettiğim bir vakitte bir fotoğraf koyup o fotoğrafın beğenilmesi o an beni mutlu ediyor. Ruh halim değişiyor.”* (Ç.D., 24, Gıda Mühendisi)

*“Kesinlikle etkiler. Sanal ortamda da benim için önemli hatta sanal ortamda, daha çok kişiden beğenilme aldığım için daha önemli geliyor açıkçası.”* (S.K.,24,Bankacı)

*“Tabii ki etkiler, sanal ortamda da örneğin, Facebook’ta paylaştığım fotoğrafların beğenilmesi hoşuma gidiyor. Kendimi değerli hissediyorum. Daha fazla paylaşımlarda bulunup daha fazla beğeni almak istiyorum.”* (F.P.,57, Emekli)

*“Evet mutlu ettirir. Sanal ortamda da aynı şekilde beğenilmek beni mutlu hissettirir.”* (G.C.,37, Finans Uzmanı)

*“Tabii ki etkiler. Mesela, sanal ortamda da paylaşımlarıma, fotoğraflarıma yapılan samimi yorumlar kendimi değerli hissettiriyor. Bu durumda mutluluğuma olumlu yönde yansıyor.”* (D.D.,22, Öğrenci)

*“Evet tabii ki etkiler. Sanal ortamda sahip olduğum ünü, beğeniye gerçek ortama taşıma durumum olabileceğinden kendimi iyi hissetmemde etkisi olur.”*  
(O.P.,14,Öğrenci)

*“Evet kesinlikle motive eder. Facebook’ta da aynı şekilde beni motive eder ve gurur duyarım. Kendimi daha iyi hissederim.”* (N.S.,43, Terzi)

*“Tabii ki etkiler. Sanal ortamda da aynı şekilde mesela birisi benim paylaşımlarımı, yazılarımı beğeniyorsa, yorum yazıyorsa kendimi değerli hissediyorum. Beğenilmek hoşuma gidiyor.”* (O.O., 30, Yönetici)

*“Etkiler. Gerek gerçekte gerek sanalda insanlar tarafından beğenilmek, kabul görmek zaten kendimi değerli hissettirir. Bu da herkesin olduğu gibi benim de hoşuma gider. Kendime olan saygımı arttırır.”* (S.E., 27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Elbette etkiler. Etrafım tarafından kabul görülmek , beğenilmek her ortamda mutluluğumu olumlu etkiler. Sanal ortamda da mutluluğumu pekiştirir. Sonuçta söylediğiniz insanın hoşuna giden ve gururunu okşayan şeyler.”* (S.İ., 28, İşletmeci)

*“Mutlu olmamı sağlar. Gerçek ortamda bu duyguları hissetmek benim için daha önemli.”* (Ç.S.,20,Öğrenci)

*“Gerçek ortamda çok daha güzel, sanal ortamda o kadar etkileyeceğini düşünmüyorum. Benim sanal ortamdaki paylaşımlarımın beğenilmesi o an hoşuma gidiyor ama gerçek ortamda beğenildiğimde bunu ömür boyu unutmuyorum.”*(Ş.A.,46,Ev Hanımı)

*“Etkiler. Sanal ortamda çok fazla Photoshop ve filtreler kullanıldığı için normalde öyle olmadığını bildiğimden etkisi gerçek ortamdaki gibi olmuyor.”*  
(Y.A.,22,Öğrenci)

*“Gerçek ortamda kabul görme ve beğenilme mutluluğuma etki eden bir olgudur. Facebooka veya sosyal ortama göre bana göre daha değerlidir toplum içinde kabul görmek sözümün dinlenmesi.”* (A.A.,51,Esnaf)

Katılımcılara yöneltilen, gerçek ortamda kabul görme, beğenilme, kendinizi değerli hissetmeniz mutluluğunuzu etkiler mi? Peki bu değerlerin sanal ortamda sizin için önemi nedir? Sorusuna verdikleri cevaplar genellikle, kabul görme, beğenilme, kendilerini değerli hissetmelerinin gerçek ortamda da sanal ortamda da mutluluklarını etkiledikleri, kendilerini değerli hissettirdiği yönünde olmuştur. Katılımcılar arasından dört kişi ise gerçek ortamda bu değerleri hissetmenin sanal ortama göre daha önemli olduğunu belirtmişlerdir.

7) Facebook'ta zaman geçirmek size kendinizi nasıl hissettiriyor. Facebook'ta ilgi merkezi olmak ve insanları etkilemek hoşunuza gidiyor mu? Evet ise nedenlerini açıklar mısınız?

*“Facebook'ta zaman geçirdiğim süre içerisinde **keyif alıyorum** . Başkalarının hayatlarını paylaşımlarını incelemek hoşuma gidiyor. İlgi merkezi olmaksızın açıkçası ben dikkat çekmeyi severim. Doğal olarak da **Facebookta da insanların ilgisini çekmek bana özgüven veriyor.**”* (S.İ., 28, İşletmeci)

*“Facebook'ta zaman geçirmek **çok hoşuma gidiyor**. Uzun zaman sonra erkek arkadaşımın fotoğrafını paylaştığımda bir çok arkadaşım tarafından olumlu mesajlar almak çok hoşuma gidiyor. İnsanların bizi yakıştırmaları beni sevindiriyor. **Kendimi iyi hissediyorum. Kendimi önemli hissettiriyor.**”* (S.K.,24, Bankacı)

*“Facebook'ta zaman geçirmek **beni mutlu ediyor** çünkü, sevdiğim arkadaşlarımla paylaşımlarını likeliyorum. Onların mutluluklarına da ortak oluyorum.”* (G.C.,37,Finans Uzmanı)

*“İnsanların hayatlarına göz atmak keyif veriyor. Boş zamanımı keyifli geçirmemi sağlıyor. Mesela **Facebook'ta ben genellikle kendimden ziyade bulunduğum mekanları, yerleri paylaşıyorum. Bunlarla ilgi çekmek hoşuma gidiyor.**”*

***Kendimi daha özgüvenli hissettiriyor. Sadece kendimin bulunduğu fotoğrafları çok fazla paylaşmıyorum çünkü biraz içe kapanık bir insan olduğum için bu şekilde etkilemek çekinme/utanma duygusuna sebep olabiliyor.***” (D.D, 22,Öğrenci)

***“Kendimi iyi hissettiriyor. İlgı merkezi olduğum dönemler örn; doğum günü gibi özel günlerde hoşuma gidiyor ve hayata dair motivasyonumu olumlu etkiliyor.”*** (D.C,33, Mali Müşavir)

***“Hiç sıkılmadan vaktimi hızlı geçirmemi sağlıyor. Facebook’ta ilgi merkezi olmak ve paylaşımlarımla insanları etkilemek hoşuma gidiyor. Demek ki fark edilir önemsenilir şeyler paylaşıyorum diyorum. Mutlu ediyor.”*** (O.O., 30, Yönetici)

***“Kimi zaman iyi hissettiriyor çünkü, gündemden haberdar oluyorum. Kimi zamanda çok fazla vakit geçirdiğim için zaman kaybı olduğundan kötü hissettiriyor. Çevremden destek gördüğümü, yalnız olmadığımı hissettirdiği için ilgi merkezi olmak ve insanları etkilemek hoşuma gider.”*** (Y.A.,22,Öğrenci)

***“Her zaman hayatta ilgi merkezi olmak hoşuma gidiyor. Doğal olarak bunu sanal ortamda da yaşamak beni mutlu ediyor. Örn; paylaştığım bir fotoğrafın, konumun insanlar tarafından beğenilip ilgi görmesi beni motive ediyor.”*** (Ç.D., 24, Gıda Mühendisi)

***“Eğer Facebook’ta geçirdiğim zaman içerisinde güzel, komik, eğlenceli paylaşımlara rastladiysam kendimi keyifli hissediyorum. Günün stresini atabiliyorum. Kendi paylaşımlarımla da insanların dikkatini çektiysem bu bana haz verir. Mesela o anda aynı videoyu izleyip güldüğümüzü düşünebilirim. Bir çok kişi tarafından o gün konuşulabilirim.”*** (S.E., 27, Gayrimenkul Danışmanı)

***“Paylaşımımın türüne göre iyi nitelikte bir paylaşımım sayesinde insanları etkilersem bu bana büyük bir motivasyon sağlar, ancak kötü nitelikte bir etki yaratırsam bu da kendimi kötü hissettirir. Yani paylaşımımın türüne göre ilgi merkezi olmak ve insanları etkilemek hoşuma gider.”*** (O.P., 14, Öğrenci)

*“Facebook’ta zaman geçirmek o an benim hoşuma gitse de sonrasında yapacağım şeyleri ertelememe neden oluyor. Bu yüzden bazen kendimi huzursuz hissediyorum. Facebook’ta ilgi çekmek için bir çabam oluyor. Örneğin; haber sitelerinden ya da güzel sözlerin yayınlandığı sosyal medya sayfalarını bulup ordan en güzel paylaşımları kendi profilimde paylaşarak insanların ilgisini beğenisini almak istiyorum.”* ( F.P.,57,Emekli)

*“Kendimi üzgün hissettiriyor. Başka şeylerle değerlendirebileceğim zamanı orda harcadığım için üzüntü duyuyorum Arada komik videolara vs.ulaşmamı sağladığı için kafamı rahatlatıyor ve neşeli hissettirebiliyor.”* (Ç.S,20,Öğrenci)

*“O kadar çok değil, Facebook’a girdiğim zaman aklımı dağıtıyorum, daha çok zaman geçirmek için kullanıyorum.”* (Ş.A., 46, Ev Hanımı)

*“Bazen boşa vakit geçirdiğimi düşünerek sıkıntıya sokabiliyor ama kafamı dağıtmak istediğim zamanlarda rahatlamamı sağlıyor.”* (N.S., 43, Terzi)

*“Facebook’ta arakadaşlarımın ne yaptığını görmek, oyun şeylerinde kafa dağıtmak için bulunuyorum. Beklentim bu yönde.”* (A.A., 51, Esnaf)

Katılımcılara yöneltilen, Facebook’ta zaman geçirmenin kendilerini nasıl hissettirdiği, Facebook’ta ilgi merkezi olmanın ve insanları etkilemenin hoşlarına gidip gitmediği ve bunun nedenleri sorulduğunda verilen cevaplar genellikle, kendilerini iyi hissettikleri ilgi merkezi olmanın ve insanları etkilemenin hoşlarına gittiği ve kendilerine motivasyon sağladığı ve özgüven verdiği ve mutlu ettiği yönünde olmuştur. Verilen cevaplar arasında üç kişinin, huzursuz hissettirdiği, üzgün hissettirdiğine dair görüşleri de olmuştur. Bunun nedeni genel olarak, boşa vakit harcadıklarını düşünmeleridir. Ayrıca yine üç katılımcı, Facebook’u kafa dağıtmak için kullandıklarını ve bu sayede rahatladıklarını bildirmişlerdir.

8) Facebook'ta uzun süre vakit geçirdikten sonra kendinizi mutlu ve neşeli bir ruh hali içinde mi yoksa mutsuz ve neşesiz bir ruh hali içinde mi hissedersiniz? Hissettiğiniz duygu durumuna sebep olan nedenleri açıklar mısınız?

*“Facebook'ta uzun süre geçirdiğim vakit esnasında karşılaştığım güzel, olumlu, kendimi de ilgilendiren iyi paylaşımlarla, haberlerle, bildirimlerle karşılaşmışsam, mutlu ve neşeli bir ruh hali içerisinde hissederim ama tam aksi bir durumla, yani beni de ilgilendiren kötü nitelikte paylaşımlarla, haber yada bildirimlere maruz kaldığımda o günümü de olumsuz etkiler. Mutsuz ve neşesiz bir ruh hali içerisinde hissedebilirim.”* (O.P.,14, Öğrenci)

*“İkisi de olabiliyor. Mesela o gün gezdim, güzel vakit geçirdim, bunu da Facebook'ta paylaşıp güzel beğeniler aldığımda mutlu ve neşeli hissediyorum. Bazen de günlerce çıkmadığım oluyor. Facebook'ta gezip dolaşan insanların fotoğraflarını görünce kendimi asosyal hissediyorum. Mutsuz ve neşesiz hissedebiliyorum.”* (S.K.,24,Bankacı)

*“Facebook'ta güzel haberler aldığımda mutlu ve neşeli bir ruh hali içinde oluyorum. Ancak üzüntülü haberler aldığımda üzüntülü oluyorum. Facebook benim çevremden haberdar olmamı sağlıyor. Kendimi daha iyi hissediyorum.”* (N.S.,43, Terzi)

*“Facebook'ta geçirdiğim zaman esnasında günlük stresimi unutmama, kendimi daha rahat hissetmeme neden olması nedeniyle mutlu ve neşeli hissettiğim söylenebilir. Ancak bazen, çok bunaltıcı bir gün geçirmiş ve ruh halim oldukça kötüyken Facebook'ta sürekli mutlu mesut fotoğraflarla karşılaşmak ya da can sıkıcı haberler almak mutsuz ve neşesiz hissetmeme neden olabiliyor.”* (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Eğer uzun süredir paylaşımda bulunmadıysam, arkadaşlarımın resim ve paylaşımlarını gördüğümde neşesiz hissedebiliyorum. Fakat güzel paylaşımlar yapabiliyorsam ruh halimi olumlu etkiliyor.”* (D.C, 33, Mali Müşavir)

*“Eğer o gün canım çok sıkınsa, moralim bozursa, Facebook’ta uzun süre vakit geçirirken sürekli mutluluk göstergesi olan fotoğraflarla karşılaşsam bu benim daha çok canımı sıkar.İ ster istemez daha mutsuz ve neşesiz bir ruh hali içine sokar. Yani o günkü ruh halime göre bu durum değişiklik gösterir. Facebook’ta paylaşılmaya değer güzel bir gün geçirmişsem eğer bende mutlu ve neşeli hissedebilirim.”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Uzun süre vakit geçirdikten sonra ruh halimi çok etkilememekle birlikte bazı can sıkıcı haberlere ulaştığımda üzgün hissediyorum. Canım sıkılıyor.”* (Ç.S., 20, Öğrenci)

*“Aklımı dağıtıyorum, o an için her şeyi unutuyorum ama Facebook’tan çıktıktan sonra gerçek hayata karışıyorum. Kullandığım süre içerisinde beni rahatlatıyor.”* (Ş.A .,46, Ev Hanımı)

*“Facebook’ta uzun süre vakit geçirmek insanların paylaşımlarını inceleyip gittikleri yerleri görüp bilgi alıp daha sonra hoşuma giden o yerleri not edip gitmeye yönelik plan yapmamı sağlayabiliyor. Bu da benim hoşuma gidiyor. Mutlu ve neşeli olmama sebep oluyor.”* (Ç.D.,24, Gıda Mühendisi)

*“Uzun süre vakit geçirmek çok hoşuma gidiyor. O an mutsuzsam bile zamanımı iyi geçiriyorum. Bu da bana moral veriyor.”* (G.C.,37, Finans Uzmanı)

*“İkisi de. Facebook’a girip zaman geçirdikten sonra mutlu olduğum ya da mutsuz olduğum önemli değil. Benim için o sisteme girme sebebim gün içindeki yorgunluğumun, beyin yorgunluğumun sıfırlanması, kafa dağıtmak, rahatlamak.”* (A.A.,51,Esnaf)

*“Facebook’taki paylaşımlara göre değişiklik gösterebiliyor. Eğer gerek ülke sorunları ile ilgili gerekse farklı karamsar paylaşımlar olduğunda ister istemez mutsuz ve neşesiz hissedebiliyorum ama iç açıcı paylaşımlar, fotoğraflar manzara gibi görünce içim açılıyor.”* (O.O., 30, Yönetici)

*“Özellikle sınav dönemlerinde Facebook’ta zamanın nasıl geçtiğini anlamadan vakit geçiriyorum. Bu durumda yeterli düzeyde çalışamadığının farkına varıyorum. Üzüntü ve kaygı duyuyorum.”* (D.D.,22, Öğrenci)

*“Çok uzun süre vakit geçirdiğimde kendimi kaptırmuş oluyorum. Bu bazen uykumu dahi alamamama neden oluyor. O yüzden günüm daha verimsiz geçebiliyor. İşlerim aksayabiliyor. O yüzden de vakit geçirdiğim an keyif verse de sonrasında mutsuzluğuma neden olabiliyor.”* (F.P.,57,Emekli)

*“Mutsuz ve neşesiz bir ruh hali içinde hissederim çünkü, daha vakti zamanı olan hayallere kavuşamayınca ama, Facebook’ta bu hayalleri gerçekleştiren insanların profilini görmek beni mutsuz ediyor.”* (Y.A.,22,Öğrenci)

Katılımcılara yöneltilen Facebook’ta uzun süre vakit geçirdikten sonra kendinizi mutlu ve neşeli bir ruh hali içinde mi yoksa mutsuz ve neşesiz bir ruh hali içinde mi hissettikleri ve hissettikleri duygu durumuna sebep olan nedenler sorulduğunda verilen cevaplar genellikle, Facebook’ta karşılaştıkları paylaşımların niteliğine göre değişiklik gösterdiği yönünde olmuştur. Ayrıca o günkü ruh hallerine göre de farklılık gösterdiği yönünde cevaplar gelmiştir. Facebook’ta uzun süre vakit geçirmenin kendilerini mutsuz, üzüntülü ve kaygılı hissettirdiğini belirten üç katılımcının görüşlerine ayrı ayrı bakıldığında bu duruma etken olan sebeplerin, zamanın nasıl geçtiğini anlamamaları, kendilerini kaptırmaları ve gerçekleştiremediği hayalleriyle karşılaşmaları görülmektedir.

9) Facebook’ta paylaştığınız fotoğraflarınız kendiniz hakkında olumlu ya da olumsuz düşüncelere sahip olmanıza neden oluyor mu? Fotoğraflarınızı incelediğinizde ne hissediyorsunuz?

*“Evet sebep olabiliyor. Paylaşabileceğim fotoğrafları özenle seçiyorum. Olumsuz düşünce yaratan fotoğraflarımı paylaşmıyorum.”* (D.C.,33,Mali Müşavir)

*“Bir fotoğrafı paylaştığımda, paylaştığım fotoğrafın yaşandığı an benim için daha önemli. O an yaşadığım zamanı tekrar hatırladığımda mutlu hissediyorum.”* (Ç.S., 20, Öğrenci)

*“Fotoğrafta iyi çıkmışsam, açısı, düzenlemesi yerindeyse olumlu iyi hissederim. Sonradan baktığımda gözüme hoş gelmeyen, kötü çıktığını düşündüğüm fotoğraflarımı genellikle kaldırırım. İyi görünmek, iyi izlenim bırakmak benim için önemli.”* (O.P.,14, Öğrenci)

*“Evet. Oluyor. Mesela, paylaştığım fotoğrafta sonradan, gerek ışıktan gerek filtreden dolayı fiziksel olarak kötü çıkmışsam kendi hakkımda olumsuz düşünmeme sebep oluyor. Ancak mesela, yazın çekildiğim, hafif bronzlaştığım güzel fotoğraflarıma bakıp ne kadar güzelmişim, yine yaz gelse diye düşündüğüm de olabiliyor.”* (S.K.,24, Bankacı)

*“Genellikle birkaç kere üzerinde düşünerek fotoğraflarımı paylaşıyorum bu nedenle olumsuz düşüncelere kapılmıyorum. Hatta profilimi incelemek bana moral veriyor. Kendimi iyi hissediyorum.”* (D.D,22, Öğrenci)

*“Paylaştığım fotoğraflarda güzel çıkmışsam olumlu düşüncelere sahip oluyorum çünkü, kendimi güzel görmek başkalarının beni güzel olarak gördüğünü bilmek bana gurur ve özgüven veriyor. Kendimi iyi hissediyorum ama paylaştığım fotoğrafın kötü olduğunu, kötü çıktığını fark edersem o fotoğrafı kaldırma ihtiyacı hissediyorum çünkü kötü hissettiriyor.”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Facebook profilimde en güzel fotoğraflarımı paylaşmaya gayret ediyorum. Ama bazen profilimdeki fotoğrafları tekrar incelediğimde kusur bulabiliyorum çünkü o kadar çok paylaşılan fotoğraflar oluyor ki arkadaşlarım tarafından kendimin daha güzel paylaşımlarda bulunması gerektiği hissine kapılıyorum. Çoğu zamanda bunu gerçekleştiremediğim için hayıflanıyorum.”* (F.P.,57, Emekli)

*“Fotoğraflarımı seçerek paylaştığımdan olumsuz bir düşünceye sahip olmuyorum.”* (G.C.,37, Finans Uzmanı)

*“Genellikle bana göre en güzel görünen fotoğraflarımı paylaştığım için genellikle fotoğraflarıma baktığımda olumlu düşüncelere sahip oluyorum. Hatta çoğu zaman kendimi olduğumdan daha iyi görüyorum. Bu da bana özgüven veriyor, mutlu oluyorum.”* (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Facebook’ta paylaştığım fotoğraflar genellikle olumlu duygu uyandırıyor. O anı hatırladığım için mutlu oluyorum.”* (N.S.,43, Terzi)

*“Öncelikle fotoğraflarımı paylaşmadan önce watshapp grubuma fotoğraflarımı gönderip hangisini paylaşacağım konusunda onay alıyorum. Ondan sonra paylaşıyorum. O yüzden olumsuz düşünce uyandırmıyor.”* (Y.A.,22, Öğrenci)

*“Genellikle resim paylaşımımız tatillerde olduğu için ya o kıyafeti giymeseydim, ya kötü çıkmışım, kilo almışım gibi veya gidilen yerin beğenilip beğenilmemesi gibi yorumlar oluyor ama paylaştığım fotoğraflarla ilgili herhangi bir şikayetim, rahatsızlığım olmadı.”* (A.A.,51, Esnaf)

*“Kendi fotoğraflarımı incelediğimde çok beğeniyorum, profilimi incelediğimde gittiğim güzel yerleri tekrar yaşıyorum. Mutlu oluyorum. Ruh halim değişiyor.”* (Ç.D.,24, Gıda Mühendisi)

*“Ara sıra fotoğraflarımızı koyuyoruz. Güzel oluyor. Olumsuz düşüncelere sebep olmuyor. Hoşuma gidiyor. Neler yaşamışım diye bakıyorum. Bazı tatil fotoğrafları oluyor ya da arkadaş gruplarına karışmış oluyorsun. O gün güzel bir gün oluyor ama aklından çıkabiliyor ama Facebook’ta kurcalayınca ulaşması da kolay, gerçek hayatta fotoğrafları çekiyorsun albüme koyup bir kenara atıyorsun ama orada her şey elinizin altında bir tıklamayla daha kolay ulaşıyorsun. Kolay, o dünyaya karışıyorsun. O günlere dönebiliyorsun o yönden çok güzel.”* (Ş.A.,46, Ev Hanımı)

*“Olumlu ya da olumsuz düşünmeme neden olabiliyor. Mesela fotoğraflarımda kötü çıktığımı sonradan fark ettiğimde o fotoğrafı hemen kaldırmak istiyorum. **Kötü hissediyorum** ama sevdiğim bir ortamda **iyi bir fotoğraf paylaşmışsam sonradan o fotoğrafa baktığımda kendimi olduğumdan daha iyi hissettiğimde oluyor.**”* (O.O.,30, Yönetici)

Katılımcılara yöneltilen paylaştıkları fotoğrafların kendileri hakkında olumlu ya da olumsuz düşüncelere sahip olmalarına neden olup olmadığı, fotoğraflarını incelediklerinde ne hissettikleri sorusuna genellikle hoşnut oldukları fotoğrafları düşünerek koyduklarını ve incelediklerinde keyif aldıklarını belirten cevaplar vermişlerdir. Sonradan kötü çıktıklarını düşündükleri fotoğrafların ise kendilerini kötü hissetmelerine neden olduğu için o fotoğrafları kaldırdıklarını belirten cevaplar da vermişlerdir. Genellikle katılımcılar insanlar tarafından daha iyi görünme peşinde olduklarını belli eden açıklamalarda bulunmuşlardır.

10) Facebook'ta paylaşımlarınızın çok sayıda beğeni alması, takipçi sayınızın çok fazla olması, Facebook üzerinden paylaştığınız web sitesinin birçok kişi tarafından hit alması gibi durumlarda ne hissediyorsunuz?

*“Kendimi **önemli hissetmeme** neden oluyor. **Mutlu oluyorum.**”*  
(D.C.,33,Mali Müşavir)

*“İnsanlar tarafından **beğenilmek çok hoşuma gittiği için egomu yükseltiyor. Kendimi motive hissedirim. O an canım sıkınsa o an ki modum değişir. Kendimi önemli hissedirim.**”* (Ç.D.,24,Gıda Mühendisi)

*“Arkadaşlarımdan yorumlar almak **beni sevdiğini, önemsediklerini hissettirir.**”* (N.S.,43, Terzi)

*“Aşkçası **özgüven verir. Demek ki insanlar beni seviyor. Egom yükseliyor.**”*(O.O., 30, Yönetici)

“Öncelikle **çok iyi hissediyorum**. Ancak profilimdeki paylaşımları özellikle belli kişilerin beğenmesi benim daha çok hoşuma gider. Akrabalarımın yanı sıra arkadaşlarım gibi.” (Y.A.,22,Öğrenci)

“Zaten Facebook'ta bir paylaşım yaptığımda **sürekli beğeni sayımı takip ediyorum. Beğeni aldığımda hoşuma gidiyor**. Kimlerin beğendiğine bakıyorum. Beğeni sayısına göre paylaşımlarımı düzenliyorum.” (F.P.,57,Emekli)

“Paylaşımlarımın çok sayıda beğeni alması **çok hoşuma gider, mutlu olurum**. Takipçi sayımın çok fazla olması insanların dikkatini çektiğimi gösterir bu da **özgüvenimi artırır**. Genel olarak **kendimi önemli hissedirim**.” (S.İ.,28,İşletmeci)

“Kendimi beğenilen takip edilmeye değer görülen biri olarak görüyorum. **Kendimi önemli hissediyorum, mutlu oluyorum**.” (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

“Paylaşımlarım az beğeni alıyor ancak, **çok fazla beğeni alıp, takip edilmek, tanınmak beni mutlu ederdi**.” (Ç.S.,20,Öğrenci)

“Tabii ki de çok hoşuma gidiyor. Beğenilmek insana haz veren bir şey sonuçta o yüzden **hem gerçek ortamda hem de sanal ortamda beğenilmek beni tatmin ediyor**.” (D.D., 22, Öğrenci)

“Tanımadığım kişilerin beni takip etmelerini engelliyorum. Tanıdığım kişilerle arkadaşlık gruplarım var. **Arkadaşlarımın beni beğendiğini görmek güzel**, arkadaşlarımla paylaşıldığında bir şeyler daha çok hoşuma gidiyor. Yabancılara kapalıyım. **Fotoğraflarımın beğenilmesi mutlu ediyor** ancak çok fazla yazı paylaşmıyorum hit olma durumum pek yok yani.” (Ş.A.,46, Ev Hanımı)

“Tabii ki **kendimi iyi hissedirim**. Paylaşımlarımı aynı şekilde devam ettiririm. Bu durum **beğenildiğimi, takip edildiğimi düşündürür**.” (S.K.,24,Bankacı)

*“Öncelikle iyi hissederim, kendimi olduğumdan daha iyiymişim gibi algılamama neden olur. Beni olumlu yönde motive eder.”* (O.P,14,Öğrenci)

*“Evet, demek ki takip ediliyorum hoşnut oluyor insan. Böyle olunca da daha farklı düşünüyor insan, moral kazanmış oluyorsun. Moralin yerine geliyor. Sevenim var, takipçim var, o zaman insan mutluluk duyuyor.”* (A.A, 51, Esnaf)

*“Paylaşımlarımdaki beğeni sayısının her seferinde artmasını umuyorum. Artıkça mutlu oluyorum. Gelen beğeni sayısına göre ne kadar sevildiğimi anlıyorum.”* (G.C.,37, Finans Uzmanı)

Katılımcılara, Facebook'ta paylaşımlarının çok sayıda beğeni alması, takipçi sayılarının çok fazla olması, Facebook üzerinden paylaştıkları web sitesinin birçok kişi tarafından hit alması gibi durumlarda ne hissettikleri sorulduğunda, genel olarak bu durumun kendilerini iyi hissettirdiğine, mutlu ettiğine, moral verdiğine, motive ettiğine ve kendilerini önemli hissettirdiğine dair görüşlerini belirterek egolarını yükselttiğini belirten açıklamalarda bulunmuşlardır.

11) Facebook'taki paylaşımlarınız beğeni almadığında ve/veya takipçi sayınızın azalması durumunda ne hissediyorsunuz?

*“İnsanların benden sıkıldığını dahi düşünebiliyorum. Bu da beni mutsuz ediyor.”* (D.C.,33.Mali Müşavir)

*“Kendimi çok kötü hissediyorum. Daha ilgi çekici sitelerden paylaşım yapmaya çalışıyorum. Arkadaşlarımın ilgisini çekici şeyler paylaşmaya gayret ediyorum.”* (F.P.,57, Emekli)

*“Paylaşımlarıma dikkat ederim. Dikkat çekmediğim ve önemsenmediğim hissine kapılırım.”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Paylaşımlarıma dikkat ederim çünkü, aniden beni takip eden arkadaş sayımdaki azalış beni kötü hissettirir.”* (O.O., 30, Yönetici)

*“Acaba ne eksik diye kendimi sorgulamama neden olur. Paylaşımlarımı gözden geçirir, kafama takarım. Bu da modumu düşürür.”* (Ç.D.,24,Gıda Mühendisi)

*“Açıkçası canım sıkılıyor.”* (S.E., 27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Kendimi sorgularım. Acaba çok kötü çıkmış bir fotoğraf ya da çok uçta bir paylaşım mı yaptım diye düşünüyorum.”* (Y.A.,22,Öğrenci)

*“Kendimi kötü hissediyorum. Bazen Facebook'ta paylaştığım fotoğrafların arkadaşlarımla ilgi alanlarına hitap etmediğini anladığımda o tarz paylaşımlar yapmamaya çalışıyorum. Örneğin, bir keresinde bir sergide bulunmuştum. Sergiden paylaştığım, diğer fotoğraflara göre çok az beğeni aldı. Bu durum canımı sıkıyordu doğru söylemek gerekirse, beğenilerimin azaldığını gördüğüm zaman hemen arkadaşlarımla paylaşımlarını beğenmeye başlıyorum.”* (D.D.,22, Öğrenci)

*“Yaptığım paylaşımları gözden geçiririm, olumsuz bir durum olup olmadığını incelerim. Tabii ki beni kötü hissettirir.”* (O.P.,14,Öğrenci)

*“Paylaşımlarımı ve fotoğraflarımı gözden geçiririm. Az beğeni alanları silerim çünkü, kendimi kötü hissettirir.”* (S.K.,24,Bankacı)

*“Paylaşımımın çok yersiz ve boş olduğunu düşündürür.”*  
(G.C.,37, Finans Uzmanı)

*“O gün kimsenin Facebook'ta olmadığını düşünüyorum. Yoksa beğenirlerdi diye düşünüyorum.”* (Ş.A.,46, Ev Hanımı)

*“Arkadaşlarımla benimle aynı düşüncede olmadığını düşündürüyor.”*  
(N.S.,43, Terzi)

*“Ben herhangi bir resmi beğeniyorum ya da beğenmiyorum. Bu karşı tarafı da etkileyebilir. Ben kısasa kısas olduğunu düşünüyorum. Ben onun attığı bir resmi beğendim ya da beğenmedim onun da o şekilde tavır aldığını düşünüyorum. %90 karşılıklı olduğunu düşünüyorum.”* (A.A.,51, Esnaf)

*“Paylaşımlarımın çok fazla beğeni almaması beni çok etkilemez. Çünkü ben paylaşacak kadar değer verdiysem benim için önemli olması yeterlidir.”* (Ç.S.,20, Öğrenci)

Katılımcıların, Facebook'taki paylaşımlarının beğeni almaması durumunda veya takipçi sayılarının azalması durumunda ne hissettiklerine dair soruya verdikleri cevaplar genellikle, kendilerini kötü hissettikleri, canlarını sıktığı, yönünde olmuştur. Paylaşımlarını tekrar gözden geçirmelerine, paylaşımlarını sorgulamalarına neden olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar içerisinde farklı olarak dört kişinin verdiği cevaplar içerisinde birinin görüşü; Facebook'ta beğenilerin karşılıklı olduğu, bir başkasının görüşü; o gün beğeni almadıysa Facebook'a o gün kimsenin girmediğini düşündüğü, diğerinin, arkadaşlarıyla farklı düşüncelerde oldukları, bir diğerinin ise, paylaşımlarının kendisi için önemli olmasının yeterli olduğu yönünde olmuştur.

12) Sahip olduğunuz bir görüşü savunma ya da yerme isteğinizi Facebook üzerindeki paylaşımlarınızda da gösteriyor musunuz? Evet ise, sizi buna iten sebepleri açıklar mısınız?

*“Açıkçası ben tepki almamak için görüşlerimi belli etmek istemiyorum. Çünkü Facebook'ta da karşı görüşte kişilerden tepki alma kaygısı yaşamak istemiyorum.”* (D.D.,22, Öğrenci)

*“Facebook arkadaşlarım tarafından tepki görmekten korktuğum için görüşlerimi paylaşmaktan çekiniyorum. Facebook'taki arkadaş gruplarımdan dışlanma durumuna yol açabileceğinden temkinli davranıyorum.”* (F.P.,57,Emekli)

*“Hayır, özellikle paylaşmıyorum çünkü; dini, siyasi görüşler, kişinin kendine hastır. Kavgaya etmeye neden oluyor. Profilimdeki arkadaşlarla gereksiz tartışmalara girmek istemiyorum.”* (Y.A, 22,Öğrenci)

*“Nötr davranmayı tercih ederim. Benim çevremdeki insanlar, böyle paylaşımlarda bulunduğu düşünülüyor. O yüzden bu sistemde nötr davranmaya çalışıyorum. Örneğin, toplumda fanatik insanların olduğunu gördüğüm için, spor kulüpleriyle ilgili bilgi vermem. Siyasi olarak da öyle.”* (A.A.,51, Esnaf)

*“Çekiniyorum. Tepki almaktan çekiniyorum. Benim gibi düşünmeyen arkadaşlarımdan tepki almak istemiyorum. Bu durum bizi uzaklaştırabilir.”* (S.K.,24, Bankacı)

*“Çok fazla siyasi paylaşım yapmamaya özen gösteriyorum. Çünkü farklı düşüncedeki insanlardan tepki görmek istemiyorum.”* (N.S.,43, Terzi)

*“Gerçek hayatta olduğu gibi Facebook’ta da siyasi görüşlerimi paylaşmıyorum çünkü, arkadaşlarımla aramın bozulmasını istemiyorum.”* (G.C.,37,Finans Uzmanı)

*“Hayır, çünkü benim görüşlerime zıt görüşlerle çatışmak istemem. Bu durum arkadaş sayımı düşürebilir.”* (Ç.D.,24,Gıda Mühendisi)

*“Son zamanlarda bazı şeyleri paylaşmaya çekinir hale geldik. Neyin suç olup olmadığını bayağı bir düşünür hale geldik. Onun için çok fazla şey paylaşmıyoruz, çekiniyoruz açıkçası korkuyoruz. Ben korkuyorum kendi adıma söyleyeyim. Kendi içime saklıyorum. Daha önce biraz daha rahat paylaşıyordum. Siyasi, dünya görüşümü paylaşabiliyordum. Artık paylaşmıyorum, suç sayılabiliyor.”* (Ş.A,46,Ev Hanımı)

*“Facebook üzerinden herhangi bir görüşü savunmuyorum ama çekingenlikten dolayı değil, bazı şeylerin gizli tutulmasından yanayım. Bana göre sosyal medya eğlence amaçlı kullanılması gereken bir yerdir.”* (Ç.S.,20,Öğrenci)

*“İlgim olan konu ile ilgili tam ve doğru olduğuna inandığım bilgilere sahipsem bunu **Facebook üzerinden de paylaşırım**. Beni takip edenlere bahsi geçen konunun benim açımdan doğru olan tarafını göstermeye çalışırım. **Facebook’un bunun için rahat ve özgür hissetmemi sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.**”* (O.P.,14,Öğrenci)

*“Evet, gösteririm. Örneğin, savunduğum bir görüş varsa milyonlarca kişiye ulaşma durumum olacağından **savunduğum görüşü yayma propagandası için uygun bir ortam**. Böylece hedefime ulaşabileceğimden **başkalarını da etkileyebileceğimden dolayı kendimi güçlü hissederim.**”* (O.O., 30, Yönetici)

*“**Evet savunma ya da yerme ihtiyacı hissediyorum**. Bunu paylaşımlarımda da göstermekten kaçınmam. Buna beni açıkça iten bir neden yok. Sadece, sanal ortamda da olsa ki, bu ortam sahteciliğe çok müsait. İnsanların karakterlerini ve düşüncelerini ortaya koymaları gerektiğini düşünüyorum. **Böylelikle benimle aynı fikre sahip olmayan insanlarla gereksiz yere yakınlık kurmamış olurum.**”* (D.C.,33, Mali Müşavir)

*“**Gösteriyorum**. Çünkü, bir görüşü savunmak ya da yermek beni o an güçlü hissettiriyor. **Güçlü ve kararlı biri olarak görünmek bana üstünlük veriyor diye düşünüyorum.**”* (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“**Gösteriyorum**. Çünkü, sahip olduğum görüşü savunarak **insanların bana göre yanlış olan düşüncelerini etkilemek bana haz veriyor.**”* (S.İ.,28,İşletmeci)

Katılımcılara yöneltilen, sahip oldukları bir görüşü savunma ya da yerme isteklerini, Facebook üzerindeki paylaşımlarında da gösterip göstermedikleri, gösteriyorlarsa onları buna iten sebeplerin neler olduğuna dair soruya genel olarak; Facebook üzerindeki paylaşımlarında sahip oldukları bir görüşü savunma ya da yerme isteklerini göstermekten kaçındıkları, bunun sebebinin de genel olarak karşıt görüşlü arkadaşlarından tepki almak istememelerini, arkadaş sayılarının azalmasından

duydukları kaygıyı, gizli tutulması gerektiğini düşündüklerini belirten cevaplar vermişlerdir. Görüşmeye katılan beş katılımcı ise, Facebook üzerindeki paylaşımlarında sahip oldukları bir görüşü savunma ya da verme isteklerini göstermekten kaçınmadıklarına dair görüşlerini bildirmişlerdir. Bunun sebepleri arasında, Facebook'un rahat ve özgür bir ortam olması, kendilerini güçlü ve kararlı hissetmelerine neden olması, farklı fikirlere sahip insanlardan uzaklaşmak istenmesi ve insanların görüşlerini etkilemekten duyulan haz görülmektedir.

13) Bir mekâna gittiğinizde konum bildirme kararınızı en çok ne etkiliyor? Bunun sebebi nedir? Konum bildirme yaptığınızda kendinizi öncelikli olarak nasıl hissediyorsunuz? Bulduğunuz yerde sizi öncelikli olarak yer bildirimine ya da fotoğraf paylaşımına iten sebep nedir?

*“Bir yere gittiğimde öncelikle muhakkak yer bildirimini yaparım daha sonra mekândan zevk almaya çalışırım. İyi, kaliteli olduğumu düşündüğüm mekânlarda konum bildirdiğim için insanların benim orda olduğumu bilmesi beni motive ediyor, özgüvenimi yükseltiyor. Açıkçası egomu tatmin ediyor.”*(D.D.,22,Öğrenci)

*“Konum atmayı seviyorum. Özel zamanlarımda ve mekânın güzelliğine göre konum bildirme kararım değişiyor. Çevremi etkileyecek yerlerde konum bildirmek hoşuma gidiyor.”* (N.S, 43, Terzi)

*“Mekânın güzel, lüks ve genellikle bulunduğum şehirden uzak olması etkiliyor. Kendimi öncelikli olarak zengin ve özgüvenli hissediyorum. İnsanların benim her gün nerelere gidip nerelerde konakladığımı, yemek yediğimi bilmeleri hoşuma gidiyor. Egomu yükseltiyor. Bu durum sanki bir yarış gibi, gösteriş gibi.”* (O.O., 30, Yönetici)

*“İnsanları etkileyebilecek bir yer, dedikodusu yapılabilir bir yer olması etkiler. Kendimi konum bildirdiğimde bir şeymişim gibi hissettirir. Kendimi daha rahat hissederim konum bildirdikten sonra. Ayrıca insanların dikkatini çekmek ve konuşulmak beni çok mutlu eder.”* (O.P,14,Öğrenci)

*“Mekânın güzel ve elit olması etkiler. Farklı yerlere, şehirlere gittiğimde daha çok yer bildirimini yaparım. Fotoğraflarımın, yer bildirimini yaptığımda daha güzel ve anlamlı olduğunu düşünüyorum.”* (S.K.,24,Bankacı)

*“Herkesin benim gittiğim yerleri bilmesi hoşuma gidiyor. Mekânın güzelliği konum bildirme kararımı etkiliyor. Genellikle güzel yerlerde olduğumun bilinmesini istiyorum. Aslında arkadaşlarıma gösteriş yapmak için öncelikle fotoğraf ya da konumumu paylaşıyorum. Hoşuma gidiyor. Daha havalı olduğumu hissettiriyor.”* (F.P.,57,Emekli)

*“Gittiğim mekânın kalitesi, güzelliği ve manzarası etkiler. Kendimi daha özel ve havalı hissediyorum.”* (G.C.,37,Finans Uzmanı)

*“Mekânın güzel ve meşhur olmasıdır. Kalabalık olduğum zamanlarda daha çok konum bildiririm. Diğer insanların arkadaşlarımla vakit geçirdiğimi görmesi yalnız olmadığımı görmesi hoşuma gider.”* (Ç.S.,20,Öğrenci)

*“Bulduğum yerin güzelliği ve popüleritesinin fazla olması etkiliyor. Sanki bir görevimi tamamlamış gibi hissediyorum. Artık Facebook'ta herkes bu şekilde yaptığı için nerdeyse eksik kalmamak adına zorunlulukmuşçasına bunu yapıyoruz. Bir anlamda gösteriş yapmak hoşumuza gidiyor.”*(Ç.D.,24, Gıda Mühendisi)

*“Bir bakıyorum arkadaşım lüks bir restorana gitmiş ya da tatil köyüne gitmiş. Ben onu beğeniyorum. O da beni beğeniyor. Yarışa dönüyor. Mesela havaalanındayız, oranın yolcusu kalmasın, buranın yolcusu kalmasın gibi şeyler. İnsanlar ne kadar olmasa gösteriş yapmak peşinde ama bu sadece bizim toplum için mi diğer toplumlar için mi böyle bilmiyorum ama bizde böyle.”* (A.A.,51.Esnaf)

*“Güzel ve şık bir mekâna gidiyorsam konum bildirme ihtiyacı hissediyorum. Buna iten nedenin bulunduğum ortam olduğunu düşünüyorum.”*(D.C.,33,Mali Müşavir)

*“Tabii ki de **mekânın gözde bir yer olması**. Konum bildirme yaptığımda kendimi nedense psikolojik olarak rahatlamış hissediyorum. Galiba bu konuda **egoma hizmet veriyorum**.”* (S.E.,27,Gayrimenkul Danışmanı)

*“Arkadaşlarım daha önce bir yerlere gitmişler, paylaşmışlar. Ben de onlara bildiriyorum bakın bende geziyorum diye. Biraz da tabii **hava atmış oluyoruz** birbirimize. **Mutlu oluyorum** o an için, belki onların da benimle birlikte mutlu olacaklarını düşünüyorum. Konsere, sinemaya gidiyorum paylaşıyorum. Arkadaşlarıma da fikir olur diye düşünüyorum ondan etiketliyorum. Başka bir amaç değil.”* (Ş.A, 46, Ev Hanımı)

*“Mekânın **şık ve popüler olması** etkiliyor. Konum bildirme yaptığımda sanki bu bir **zorunlulukmuşçasına rahatlamış hissediyorum**. Etrafıma daha fazla dikkat etmeye başlayabiliyorum. Tamamıyla **şık ve popüler** bir yerde bulunmak **egomu tatmin ediyor**, keyif veriyor. **Haz veriyor**. O yüzden de yer bildirimini ve fotoğraf paylaşımı yapıyorum.”* (S.İ.,28,İşletmeci)

*“Açıkkası konum bildirimini yaptığım zamanlarda, **arkadaşlarımdan nerede olduğumu görüp gelmeleri** gibi durumlar yaşadım. Bu durum benim hoşuma gitmedi. **Kötü hissettim**. O yüzden konum bildirme yapmama kararı aldım. Benim nerde olduğumu kimse bilsin istemiyorum.”* (Y.A.,22,Öğrenci)

Görüşmeye katılanlara yöneltilen bir mekâna gittiklerinde konum bildirme kararlarını en çok neyin etkilediği, bunun sebebinin ne olduğu, konum bildirme yaptıklarında kendilerini öncelikli olarak nasıl hissettikleri, buldukları yerde kendilerini öncelikli olarak yer bildirimine ya da fotoğraf paylaşımına iten sebebin ne olduğu sorusuna cevap olarak genellikle, konum bildirme kararlarını, buldukları mekanın şık, popüler, insanları etkileyen bir yer olması gibi özelliklerinin etkilediğini belirtmişler, kendilerini olduklarından daha iyi, rahatlamış ve hoşnut hissettiklerine dair görüşlerini açıklamışlardır. Gösteriş yapmak istemeleri ve bu durumun egolarını tatmin ettiğine dair cevaplarda da bulunmuşlardır. Katılımcılardan bir tanesi ise konum bildiriminde bulunmanın, kendisini kötü hissettirdiğine dair düşüncesinin arkadaşlarının

konum bildirdiği yerlere gelmelerinden duyduğu rahatsızlıktan dolayı olduğunu belirtmiştir.

14) Toplumsal yaşamınızın içinde sağlıklı olmanız, sevmeniz/sevilmeniz, toplum içerisinde sahip olduğunuz mevki, konum ya da statünüz; sahip olduğunuz başarılarınız, iyi bir işe sahip olmanız ya da olmamanız, toplum içinde bir üne sahip olup olmamanız mutlu olma durumunuza etki eder mi? Öncelikli olarak, hangisinin sizin mutlu olma durumunuza etkisi daha büyüktür? Bunun sebebi nedir?

*“Öncelikli olarak tabii ki **sağlık** daha önemli, sonrasında sahip olduğum mevki, konumumun takdir edilmesi beni mutlu ediyor. Çünkü, takdir edilmek gurur verici bir durum ve kendimin **daha önemli ve değerli olduğumu** hissetmeme neden oluyor.”* (D.D.,22,Öğrenci)

*“Tabii ki eder. **Çok çalışmayı ve başarılı olmayı** kendime hayat motivasyonu edindim. Hırslıyım. Bu da beni mutlu eder.”* (N.S.,43,Terzi)

*“Toplumsal yaşamın içinde **sağlıklı olmak** her şeyin başıdır. Eğer sağlıklı olursanız sağlık birdir. Diğerleri sıfırdır. Sağlık sıfır olursa diğerlerinin önemi yoktur. Sağlığınız yerindeyse, akıl sağlığı olursa diğerleri gelecektir. Gelmese de sağlıklı olduğunuz için şükrederek yaşamınıza devam edebilirsiniz. Her şeyin başı sağlık.”* (A.A.,51, Esnaf)

*“Evet. Öncelikle **sağlık** çünkü, sağlıklı olmadıktan sonra hiçbir şeyden keyif alamam.”* (Ç.D.,24, Gıda Mühendisi)

*“Bunların hepsi beni mutlu eder. En önemlisi benim için insanlar tarafından **sevilmek ve sağlıklı olmaktır**. İnsanlar tarafından sevildiğinde, seninle konumuna, mevkiine bakmadan seninle vakit geçirir ve sağlıklı olduktan sonra da diğerlerinin elde edilebileceğini düşünüyorum.”* (Ç.S.20,Öğrenci)

“Eder tabiî ki, **sağlıklı olmak** benim için daha önemli. Yaşımın verdiği bir durumdan dolayı sağlıklı olmak benim için çok önemli.” (F.P.,57,Emekli)

“**Sağlıklı olmak** en güzeli, **sevilmek**, sağlıklı olmak en çok beni mutlu ediyor. Sağlıklı olduktan sonra insan başarır da. Her işin altından kalkar diye düşünüyorum.” (Ş.A.,46, Ev Hanımı)

“Etkiler. Özellikle bunların içerisinde en önemlisinin **sağlık** olduğunu düşünüyorum. Sağlıklı olduktan sonra bazı şeyleri elde etmek mümkündür.” (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

“Hepsi mutlu olmamı etkiler. Ancak öncelikli olarak **sağlık** daha önemli çünkü her şeyin sağlıklıla başarılabilceğine inanıyorum.” (S.İ.,28, İşletmeci)

“Evet, bunların hepsi etkiler. Öncelikli olarak sağlık, sevilmek, mevki, statü, başarı mutlu olmayı tetikleyen nedenlerdir. En çok **sağlıklı olmamın** mutluluğuma etkisi büyüktür. Sağlık olmazsa diğerlerinin anlamsız olduğunu düşünüyorum.” (D.C.,33,Mali Müşavir)

“Evet. Hepsi etkiler. Öncelikle **sağlıklı olmam** ve toplum içerisindeki **mevkim** benim için daha önemli çünkü, sağlıklıysam ve iyi bir mevkim varsa takdir edilirim.” (G.C.,37, Finans Uzmanı)

“Hepsi etkiler. **Sevmek ve sevilmek** ise benim için en önemlisi çünkü, sevgi olursa, diğer değerlerin olmaması ya da az olması beni o kadar etkilemez. Tolere eder.” (Y.A.,22,Öğrenci)

“Hepsi etkiler. Özellikle **sevmek ve sevilmek** benim için daha önemli çünkü, kendimi daha iyi hissederim. Daha verimli vakit geçiririm.” (S.K.,24, Bankacı)

“Genel olarak hepsi mutlu eder. Ancak en çok da toplum içerisinde sahip olduğum ya da olacağım **mevki** beni mutlu eder. Çünkü böylelikle insanlar arasında

*daha üstte olduğumu düşünürüm. Bana saygı duyarlar. Bu da beni inanılmaz mutlu eder.”* (O.P.,14, Öğrenci)

*“Tabii ki etki eder. Öncelik olarak ise, **sahip olduğum mevki**, toplum içinde beni daha ayrıcalıklı hissettireceği için daha çok haz verir, mutlu hissettirir.”* (O.O., 30, Yönetici)

Katılımcılara yaşamlarında kendilerini mutlu hissetmelerine sebep olan en önemli faktörün ne olduğunu bulmak yöneltilen soruya verilen cevaplara bakıldığında; genellikle, sağlıklı olmanın ve sevilmenin mutlu olma durumlarına etkisinin daha büyük olduğuna dair görüşlerini belirtmişlerdir. Katılımcılar arasından iki kişi ise, toplum içerisinde sahip olduğu mevkinin mutlu olma durumu üzerinde etkisinin daha büyük olduğuna dair görüşünü belirtmiştir.

15) Facebook profilinizde yaşadığınız şehir, sahip olduğunuz meslek gibi toplumsal statünüzü belli eden paylaşımlarda bulunmanızın veya bulunmamanızın sebebi nedir?

*“Bu paylaşımlarda bulunurum. Sahip olduğum meslek ve statüm buna uygun fakat, **sevmediğim bir işi yapıyor olsaydım paylaşımda bulunmayabilirdim.**”*(D.C.,33,Mali Müşavir)

*“Bulunuyorum çünkü, **toplum içinde bir vasfımın olduğunun göstergesi olduğunu düşünüyorum. Bu da bana haz veriyor.**”* (S.İ.,28,İşletmeci)

*“Statüm, toplum içinde sahip olduğum yeri belli eder. **Toplum içinde sahip olduğum yeri duyurmak aitlik duygumu pekiştirir.**”* (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Bilgilerimi daha çok insanlar beni tanısn, fark etsin diye paylaşıyorum. Fark edilmek hoşuma gidiyor.”* (O.P.,14,Öğrenci)

*“Büyükşehirde yaşıyor olmak, benim için önem arz ediyor. Bunu profilimde belirtmek, kendimi ayrıcalıklı hissettiriyor. Örn; İlkokul mezunu olduğumu profilimde paylaşmak istemiyorum beni ezik hissettiriyor.”* (F.P.57,Emekli)

*“Facebook’ta yaşadığım şehir ve sahip olduğum meslek ile ilgili paylaşımlarda bulunurum çünkü, yaşadığım şehirle ve sahip olduğum meslekle gurur duyarım.”* (G.C.37,Finans Uzmanı)

*“Yaşadığım şehri paylaşmak, büyükşehir ve Türkiye’nin en güzel illerinden olduğu için hoşuma gidiyor. Okuduğum okulun güzel olması paylaşmama etki ediyor çünkü, gören kişiler başarılı olduğumu düşünerek gurur duymama sağlarlar.”* (Ç.S.,20, Öğrenci)

*“Kendimde bulunmasından hoşnut olduğum durumları paylaşıyorum.”* (Ç.D.,24, Gıda Mühendisi)

*“Örneğin, Facebook’ta okuduğum bölümü paylaşıyorum çünkü, toplum tarafından kabul görülen saygın bir meslek olduğunu düşünüyorum. Ama eğer ilkokul mezunu olsaydım, bunu sayfamda göstermek istemezdim. Yaşadığım şehri de büyükşehir olduğu için paylaşıyorum. Ama ilçem lüks bir semt olmadığı için onu paylaşmıyorum. Çünkü sayfamda daha elit görünen bir profil çizmek istiyorum. Bu durum gururumu okşuyor.”* (D..D.,22,Öğrenci)

*“Bulunuyorum. Çünkü, yaşadığım şehri seviyorum. Sahip olduğum, okuduğum mesleği paylaşıyorum çünkü, seviyorum. İnsanların bilmesini istiyorum. Çünkü bana gurur veriyor.”* (Y.A.,22, Öğrenci)

*“Yaşadığım şehir büyükşehir olduğu için onu paylaşıyorum mesela. Bir ayrıcalık olduğunu düşünüyorum. Mesleğimden de gayet memnun olduğum için bunu da belli ederim. İnsanların gözünde iyi bir yerde olduğumun bilinmesi beni mutlu eder.”* (O.O., 30, Yönetici)

*“İstanbul’da yaşadığım için bunu paylaşmak ayrıcalıklı hissettiriyor. Sonuçta güzel bir şehir. Çalıştığım yer saygın bir kurum olduğu için bunu da paylaşmak haz veriyor ama sıradan bir yer olsaydı paylaşmayabilirdim. **İnsanların gözünde önemli bir yerde olduğumun bilinmesi beni mutlu eder.**” (S.K., 24, Bankacı).*

*“Yaşadığım şehri, mesleğimi yazmıyorum. Herkesin bilmesi gerektiğini düşünmüyorum. **Özellerimi çok fazla açmak istemiyorum.**” (Ş.A.,46,Ev Hanımı)*

*“Toplum içindeki fanatizm, benim eşim dostum benim ne iş yaptığımı biliyor. Nasıl yaşadığımı biliyor. Ben art niyetli insanların bu bilgilerimi bilmelerine karşı olduğum için paylaşma taraftarı değilim. Yaşadığımız yeri paylaşıyorum. **Çoğu kişi tanık oldum, yaşını, doğum tarihini yanlış yazıyor aman bir şey olursa diye bunlara tanık olduktan sonra bazı şeyleri paylaşmak bence pek mantıklı gibi gelmiyor.**” (A.A.,51,Esnaf)*

*“Belirtmiyorum. Çünkü, **etrafım tarafından özel bilgilerimin görünmesini istemiyorum.**” (N.S.,43, Terzi)*

Katılımcılara, Facebook profillerinde yaşadıkları şehir, sahip oldukları meslek gibi toplumsal statülerini belli eden paylaşımlarda bulunup bulunmadıklarının sebebi sorulduğunda genel olarak; kendilerinin sahip olmaktan hoşnut oldukları sürece toplumsal statülerini yansıtan paylaşımlarda buldukları bu durumun kendilerine hoşnutluk, gurur ve haz verdiği yönünde cevaplar vermişlerdir. Katılımcılardan üç tanesi Facebook profillerinde yaşadıkları şehir, sahip oldukları meslek gibi toplumsal statülerini belli eden paylaşımlarda bulunmaktan kaçındıklarını, özel bilgilerinin görülmesini istemediklerine dair görüşlerini açıklamışlardır.

16) Profilinizde iş yaşamınız, eğitim yaşamınız ile ilgili başarılarınızı, yaptığınız bir yemeği ya da yaptığınız bir aktiviteyi paylaşma ve övgü alma isteğiniz var mı? Var ise sizi buna iten sebepler nelerdir?

*“Evet, bu tip isteklerim var. Kendim çabalayarak elde ettiğim ve gurur duyduğum başarılarımı, bir yemek dahi olsa paylaşmaktan **mutluluk duyuyorum.** İnsanlar tarafından **beğenilme, imrenilme iç güdüsü buna neden olabilir.”***  
(D.C.,33,Mali Müşavir)

*“Var. Çünkü, bir şeyleri başarabildiğimi, yapabildiğimi insanlara göstermek, onların **övgüsünü ve takdirini almak**, toplum içinde iyi bir yerde olduğumu hissettiriyor. Bu da bana iyi geliyor. **Mutlu oluyorum.**”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Var. İnsanlar tarafından **beğeni almak, övgü almak, insanlar tarafından konuşulması beni mutlu ediyor.**”* (Ç.D.,24,Gıda Mühendisi)

*“**Övgü almak herkesi mutlu eder. Beni de ediyor. Sanal ortamda övgü almak da beni anlık olarak mutlu eder ancak gerçek yaşamda övgü almak daha uzun süren bir motivasyon sağlar.**”* (Ç.S.,20,Öğrenci)

*“Var. Mesela, oyunda aldığım başarıları insanlara göstermek hoşuma gidiyor. **Kendimi motive ediyorum ve kendimi halimden hoşnut hissettiriyor.**”* (O.P,14, Öğrenci)

*“**Tabii ki var çünkü, özellikle başarılarımı insanlar görsün, beni takdir etsin isterim. Bu da beni daha çok yaşama karşı motive eder, mutlu olurum.**”*  
(O.O.,30, Yönetici)

*“Yemek paylaşımlarında bulunuyorum. Arkadaşlarımın beğenmesini umuyorum. Onları özendirmek için yapıyorum. Bir aktivitede bulunduğumda orada olduğumu, onu yaptığımı belirtiyorum. Özellikle arkadaşlarımın yapmadığı bir aktiviteyse paylaşmak daha çok hoşuma gidiyor. **Örnek olmak istiyorum. Gururlu hissediyorum.**”* (Ş.A.,46, Ev Hanımı)

“İş yaşamım, eğitim yaşamım ile ilgili başarılarımı paylaşma isteğim oluyor. Çünkü, aldığım takdir edildiğimi belli eden mesajlar, yorumlar beni daha da teşvik ediyor. Yaşamımdan duyduğum zevki arttırıyor.” (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

“Gerçekten var. Bu yaptığım bir yemek bile olsa bunu profilimde paylaştığımda yapmış olduğuma inancım daha çok artıyor. Bi de sorumluluk duygumu arttırıyor. Daha özenli yapıyorum paylaşacağım için. Övgü almak benim motivasyonumu, hayat enerjimi arttırıyor.” (Y.A.,22, Öğrenci)

“Var. Çok hoşuma gider. Mesela misafirlerimi ağırladığımda hazırladığım sofrayı resmetmek hoşuma gidiyor. Kendimden bahsedilmesi gururumu okşuyor.” (N.S.,43, Terzi)

“Yaptığım işte başarılı olduğumu hissetmek beni mutlu ediyor. Facebook’ta bunu duyurabilecek bir yer olduğu için orada paylaşıp övgü almak gururumu okşuyor. Kendimi iyi hissediyorum.” (F.P.,57, Emekli)

“Başarılarımı paylaştığımda övgü almak isterim çünkü, benim başarıyı arkadaşlarımdan görmesi beni takdir etmeleri hoşuma gider.” (G.C.,37, Finans Uzmanı)

“Var. Örneğin; üniversiteyi kazandığım zaman bunu sayfamda herkese bildirme gereği duydum. İnsanlardan aldığım takdir, hem mutluluğumu paylaşmada, mutluluğumu arttırmada ve kendime güvenimi arttırmada etkili oldu.” (D.D.,22, Öğrenci)

“Evet. Var çünkü, başarıyı insanların görmesi beni takdir etmeleri gururumu okşar. Daha motive hissedirim. Yaptığım şeylerin hayatımda tadını daha çok alırım. Haz verir.” (S.K.,24, Bankacı)

“Bir beklentim yok. Eşimle bir tatile gittiğimde o böyle şeylere daha meraklıdır. Paylaşıyoruz ama, yediğim yemeği paylaşmayı seven biri değilim, sevmemde.” (A.A.,51, Esnaf)

Katılımcılara yöneltilen, profillerinde iş yaşamları, eğitim yaşamları ile ilgili başarılarını, yaptıkları bir yemeği ya da yaptıkları bir aktiviteyi paylaşma ve övgü alma isteklerinin olup olmadığı, eğer böyle bir istekleri var ise onları buna iten sebeplerin neler olduğu sorusuna verdikleri cevaplar genellikle; övgü alma isteklerinin olduğu ve aldıkları övgünün, hayat motivasyonlarını arttırdığı, gurur verdiği, mutlu hissettirdiği yönünde olmuştur. Katılımcılardan yalnızca bir tanesi, Facebook profilinde iş yaşamı, eğitim yaşamı ile ilgili başarılarını, yaptığı bir yemeği ya da yaptığı bir aktiviteyi paylaştıktan sonra övgü alma isteğinin olmadığına dair görüşünü belirtmiştir.

17) Gerçek hayatta yaşamınızdan hoşnut olduğunuzu düşünüyor musunuz? Peki Facebook profilinizdeki yaşamınıza ait anlık paylaşımlarınızı incelediğinizde yaşamınızı nasıl yorumluyorsunuz?

*“Yaşamda mutsuz olduğum zamanlar olabiliyor. Tabii ki bunları profilime yansıtmıyorum. Ben de her yüz Facebook kullanıcısının doksanı gibi sadece mutlu anlarımı paylaşmaktan zevk duyduğum için **profilime baktığımda sadece güzel anlarımı görüyorum**. Bu nedenle kendimi neşeli ve beğenilen biri olarak tanımlayabiliriz.”* (D.C.,33, Mali Müşavir)

*“Gerçek hayatta yaşamımdan hoşnut olduğum zamanlar olduğu gibi hoşnut olmadığım zamanlarda olabiliyor. **Facebook profilimi incelediğimde sürekli yaşamımdan hoşnut, hayatın tadını çıkarmayı bilen, aktif, sosyal bir insan görüyorum**.”* (S.İ.,28, İşletmeci)

*“Gerçek hayatımda halime şükretmekle başlayayım. **Kendi resmime baktıkça gülüyorum. Orda krallar gibymişim gibi ama baktıkça resmin daha sonrası daha öncesi var paylaşımlar orda reklam başka bir şey değil**.”* (A.A.,51,Esnaf)

*“Hoşnut olduğumu düşünüyorum. Gezmeyi çok seven, neşeli, mutlu, seyahat etmeyi seven biri olarak görüyorum. **Facebook'ta hep mutluyum ancak gerçek hayatta***

*elbette ki mutsuz olduğum durumlar var ama, bunları Facebook'ta yansıtmıyorum, öyle görünmesini istemiyorum.*” (Ç.D.,24, Gıda Mühendisi)

*“Genel anlamda yaşantımı göz önüne aldığımda kaygılarım elbette oluyor. Sosyal kaygılar, arkadaşlar arası gerginlikler gibi ama profilime baktığımda bunları çok fazla yansıtmıyorum. Hoş, güzel, her şeyin yolunda olduğu izlenimi veren bir profil görüyorum.*” (O.P.,14, Öğrenci)

*“Hoşnut olduğumu düşünüyorum genel olarak. Facebook profilimde ise insanların benim hakkımda ne düşüncelerini istersem ona göre paylaşımlarda bulunuyorum. Onları yönlendirebiliyorum. Mesela hayatın içinde kaygılarımızın da olduğu zamanlar olabiliyor ama, profilime yansıtmıyorum. Beni genellikle rahat, zengin, mutlu mesut olarak görürler.*” (O.O., 30, Yönetici)

*“Hayatımdan memnunum. Facebook profilimde genelde gezdiğim yerleri, özel günlerimi paylaşıyorum. Güzel şeyleri paylaşmaya çalışıyorum. Okuduğum köşe yazılarını paylaşıyorum. Okumayı çok seviyorum. Arkadaşlarım da okusun istiyorum. Fotoğraflarıma baktıklarında aileme düşkün olduğumu görürler. Ailem ve akrabalarıma düşkünüm.*” (Ş.A.,46,Ev Hanımı)

*“Genel olarak yaşantımdan memnun olduğum söylenebilir. Ancak elbette ki zaman zaman canımın sıkıldığı hoşnut olmadığım zamanlarda olmuyor değil. Facebook profilimi incelediğimdeyse, yaşantısından gayet memnun, başarılı, sosyal, fikirlerini savunan, güçlü karakterli bir profilim olduğunu görüyorum.”* (S.E.,27, Gayrimenkul Danışmanı)

*“Bu aralar pek hoşnut değilim. Profilime bakan kişi ise benim gezmeyi seven, ilginç şeyler paylaşan, ince eleyip sık dokuyarak paylaştığım gönderilere bakarsak yaşamımdan gayet hoşnut olduğum düşünülebilir.”* (Y.A.,22, Öğrenci)

*“Evet. Profilimde de üzgün olduğum anlar olsa bile bir şeye takılıp kalmadığım için kendimi motive ediyorum. Bu durum profilime de yansıyor. Profilime*

*bakan kişi, benim hep mutlu olduğumu düşünür. Öyle düşünülmesinin beni de karşımdakini de mutlu ve motive ettiğini düşünüyorum.*” (N.S.,43, Terzi)

*“Pek de hoşnut değilim, geçmişe dair keşkelerim var ama, Facebook profilimi açtığımda kendimi, torunlarıyla, çocuklarıyla vakit geçirip bir yerlere giden mutlu bir kadın olarak görüyorum.”* (F.P.,57, Emekli)

*“Yaşadığım gelecek kaygımı ya da sıkıntılarımı, üzüntülerimi düşünürsem tabii ki de gerçek yaşamda tam anlamıyla yaşantımdan hoşnut olduğum söylenemez fakat, profilime şöyle bir baktığımda daima hayattan keyif alan, dertsiz tasasız, gezip tozmayı seven bir profil görüyorum. Hiçbir kaygı ya da sıkıntıyı paylaşımlarıma yansıtmadığımı görüyorum.”* (D.D.,22, Öğrenci)

*“Şu an hayatımdan pek memnun değilim. Profilime bakıldığında ise, kendimi erkek arkadaşıyla, arkadaşlarıyla aktif bir yaşam süren, halinden oldukça memnun bir insan olarak görüyorum.”* (S.K., 24, Bankacı)

*“Gerçek yaşamımdan genel anlamda memnunum. Mutlu, mutsuz, kaygılı ya da kaygısız zamanlarım oluyor. Facebook profilime bakıldığında gerçek yaşamımla ilgili ruh halimle ilgili bir kaniya varılabilir.”* (Ç.S.,20,Öğrenci)

*“Genel anlamda hoşnutum. Facebook profilimde benim gerçek yaşantımı yansıtıyor. Facebook profilim incelendiğinde beni gezmeyi seven, iyi yerlere gitmeyi seven, hayat dolu, sosyal, iyi bir ailesi olan biri olarak görürler.”* (G.C.,37, Finans Uzmanı)

Görüşülen kişilere yöneltilen, gerçek hayatlarında yaşantılarından hoşnut olup olmadıkları ve Facebook profillerindeki yaşamlarına ait anlık paylaşımlarını incelediklerinde yaşamlarını nasıl yorumladıkları sorusuna verdikleri cevaplara bakıldığında; katılımcılar genellikle yaşantılarından memnun olduklarını ancak yaşantılarının içinde mutsuz, kaygılı, hoşnut olmadıkları zamanlarında olduğunu belirtmişlerdir. Facebook profillerinde ise yaşamlarının hep hoşnut oldukları yanlarını

paylaştıklarını, mutsuzluklarını belirten paylaşımlarda bulunmadıklarına dair görüşlerini belirtmişlerdir. Yaşantılarından hoşnut olmayan katılımcılar ise, Facebook profillerine baktıklarında yaşantılarından hoşnut olduğunu gösteren bir profil çizdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar arasında sadece iki tanesi, Facebook profilinde gerçek yaşamını olduğu gibi yansıttığına dair görüşünü belirtmiştir.

## 5.6.Araştırmanın Sonucu

Bu araştırmada Sosyal Medya kullanımının, özellikle Facebook kullanıcıları üzerinden bireyin mutlu olma durumuna etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen araştırmada, görüşme analizleri sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Bu bölümde elde edilen bulgulara göre ulaşılan sonuçlar literatürde yer alan benzer araştırma bulguları ile birlikte tartışılarak ele alınmıştır. Araştırmanın neticesinde elde edilen veriler incelenerek, ulaşılan sonuçlar verilmiştir.

Katılımcılar, Facebook'taki arkadaşlarının profillerini takip ederek, kendi profilleriyle karşılaştıklarında Facebook'taki arkadaşlarının kendilerinden daha fazla paylaşımda bulduklarını gördüklerini, buna istinaden kendileri de daha çok paylaşımda bulunmaya çalıştıklarını ifade etmişler, arkadaşlarının profillerindeki paylaşımlarını takip ettikten sonra kendi hayatlarının hareketsiz ve sıkıcı olduğunu düşündükleri, arkadaşlarının daima neşeli ve mutlu bir etki bırakmak için paylaşımlarda bulduklarını, paylaşımların çoğunlukla gerçeği yansıtmadığını, yaşadıkları her duyguyu profillerinde yansıttıklarını ifade etmişler, kendi hayatlarını göz önüne getirip değerlendirmelerine neden olduğuna dair görüşler belirtmişlerdir. Bu durum sanal ortamda da sosyal karşılaştırmanın olduğunu göstermektedir. Bireyin mutluluğuna etki eden faktörlerden olan sosyal karşılaştırma ile bireylerin, hayatları hakkında bir kanıya varabilmek için, başkalarının hayatlarına dikkat ettikleri görülmektedir. Zaten bireyin mutluluk algısı, çevresindeki kişilere, olaylara, durumlara ve yaşam ortamına göre şekillenmektedir. Möngü'nün de belirttiği gibi insan, toplumsal yaşamının içerisinde diğer insanlarla birlikte yaşamaktadır ve mutluluğa ulaşabilmek birlikte yaşanan diğer insanlar arasında mümkündür. Bu durum insanı başkaları için de hareket etmek zorunda bırakmaktadır. (Möngü, 2015, s. 23-30) Literatürde, sosyal karşılaştırma teorisi ile

ilgili olarak; her insanın çeşitli şekillerle ve farklı sıklıkta sosyal karşılaştırma sürecine girerek, kendini daha şanslı veya şanssız kişilerle karşılaştırdığı, bu karşılaştırma sonucu elde edilen bilgilerinde kişilerde farklı duygusal sonuçlara yol açabildiği görülmüştür. (Aydoğan, Erden, Bıyık, & Bingöl, 2017, s. 21-22-28) Bu durumda, sosyal medyanın, bireyin çok daha fazla kişinin hayatlarına tanık olmasını sağladığı düşünülürse, çok daha fazla sosyal karşılaştırma yapacağı bir ortam sunmakta, bireyin farklı duygusal sonuçlara ulaşmasını muhtemel kılmaktadır. Bu duygusal sonuçlara göre bireyin mutluluğuna olan etkisi farklılık gösterecektir.

Ulaşılan diğer bir bulguya göre, katılımcıların çoğu sanal ortamda daha kolay ve kaygısız iletişim kurduklarını belirten açıklamalar yapmışlardır. Kendilerini daha rahat hissettikleri ve daha rahat düşüncelerini ifade ettiklerine dair cevaplar vermişlerdir. Katılımcılar arasından sadece beş tanesi gerçek ortamda iletişim kurmanın sanal ortama göre daha güvenli olduğunu belirtmekte, gerçek ortamda iletişim kurmanın daha samimi geldiğini ifade etmektedirler. Facebook'ta arkadaşları tarafından etiketlenmenin, açılan bir gruba dâhil olmanın genel olarak kendilerini motive, iyi, mutlu hissettirdiği, bir topluluğun içine dâhil olmanın iyi hissettirdiğine dair düşüncelerini açıklamışlardır. Katılımcılar içerisinde Facebook'ta arkadaşları tarafından etiketlenmenin kendilerini kötü hissettirdiğini belirten görüşlere sahip olan katılımcılar ise buna sebep olan düşünceleri genel olarak, arkadaşlarının kendi isteklerinin dışında olan paylaşımlarda onları etiketleyebildiklerini, kötü çıktıkları bir fotoğraf ya da beğenmedikleri bir paylaşımda etiketlenmiş bulunmanın kendilerini rahatsız ve kötü hissettirmesi olarak belirtmişlerdir. Facebook kullanımının genel olarak, kendilerini daha sosyal hissettirdiği yönünde cevaplar veren katılımcılardan sadece iki tanesi bir etkisinin olmadığını belirtmiştir. Bu bulgular, sanal ortamda da, Facebook'ta da bireyin sosyal etkileşim kaygısı içerisinde olduğunu göstermektedir. Birey, Facebook'ta genel olarak kendini daha sosyal hissetmekte, Facebook'ta arkadaş grupları içerisinde yer almak kendisini yalnız olmadığı, sosyal olduğu düşüncesine yönlendirmektedir. Ancak kötü paylaşımlar yüzünden çevresi tarafından çirkin, yanlış anlaşılma durumlarından da rahatsız olmakta kaygı içerisinde düşmektedir. Bireyin Facebook'ta da yaşadığı bu sosyal etkileşim kaygısı, onun duygu durumu üzerinde anlamlı etkiler bırakmaktadır. Literatüre bakıldığında; bireylerin sanal ortamlarda

kurdukları sanal arkadaşlık ile yalnızlık duygularını giderdiklerine yönelik sonuçlara ulaşılmış, sanal ortamlarda fiziksel görünüşleri ile ilgili, bu ortamlarda endişe duymamalarının, daha rahat hissetmelerini sağladığı görülmüştür. (Baltacı Şahin, İşleyen, & Özdemir, 2012, s. 31) Yine sosyal etkileşim kaygısının bireyleri yalnızlaştırdığı, yalnızlaşan bireylerin ise mutsuzlaştığı, bireyin yalnız kalmamak ve mutlu olmak için diğer bireylerle etkileşimini devam ettirme eğiliminde olduğu ve sosyal etkileşime girmekten kaygı duymayan bireylerin daha az yalnızlık duygusu yaşadıkları dolayısıyla mutlu oldukları tespit edilmiştir. (Demir & Kutlu, 2016, s. 204) Yalnızlık, bireyin mutluluğuna negatif yönde etki etmekte ve arkadaş çevresinin geniş olmasıyla birlikte, yalnızlık hissetmeme ise bireyin mutlu olmasında önemli bir faktördür. (Cheng & Furnham, 2002, s. 338) Seligman' a göre de mutlu insanlar diğer insanlara göre daha sosyal insanlardır. Tanıdıkları, yakın arkadaşları, grup etkinlikleri açısından daha pozitifler. (Seligman, 2002, s. 47) Bu çalışmalarda göz önüne alındığında Facebook'ta da sosyal etkileşim kaygısı yaşamayan bireylerin kendilerini daha rahat hissettiklerini açıklayan ve endişe duyarak sosyal etkileşim kaygısı yaşayan bireyler olarak ayrıldığı görüldüğünden, mutluluk düzeylerinin de yaşadıkları bu duygu durumuna göre farklılık göstereceği söylenebilir.

Ulaşılan bulgulardan bir diğeri, Katılımcıların, kabul görme, beğenilme, kendilerini değerli hissetmelerinin gerçek ortamda da sanal ortamda da mutluluklarını etkiledikleri yönünde olmuştur. Facebook'ta zaman geçirmenin, Facebook'ta ilgi merkezi olmanın ve insanları etkilemenin genellikle, kendilerini iyi hissettirdiği, ilgi merkezi olmanın ve insanları etkilemenin hoşlarına gittiği ve kendilerine motivasyon sağladığı ve özgüven verdiği yönünde olmuştur. Ayrıca Facebook'u kafa dağıtmak için kullanan katılımcılar bu sayede rahatladıklarını bildirmişlerdir. Facebook'ta uzun süre vakit geçirdikten sonra Facebook'ta karşılaştıkları paylaşımların niteliğine göre kendilerini mutlu ve neşeli ya da mutsuz ve neşesiz bir ruh hali içinde hissettiklerini belirtmişlerdir. Özellikle mutsuz ve neşesiz hissetmelerine neden olan sebepler başkalarının gerçekleştirdiği ama kendilerinin gerçekleştiremediği hayaller, ertelenen işler ve vaktin nasıl geçtiğini anlamamak olmuş, bu durum kendi hayatları ile ilgili kaygı yaşamalarına sebep olmuştur. Özellikle gerçekleştirilemeyen hayaller görüşü, Lu' nun yapmış olduğu araştırmaya benzerlik göstermektedir. Lu'ya göre, Facebook'ta

harcanan zaman ne kadar fazla olursa mutluluk derecesi de o kadar düşmektedir. Örnek olarak Ohio Devlet Üniversitesinde halen mezun olabilmek için çabalayan bir Facebook kullanıcısının sayfasında arkadaşlarından birinin mezun olduğunu görmesini vermiştir. Bu iletiyi gören kişinin kendisini kötü hissedeceği tespit edilmiştir. (Lu, 2016, s. 17) Katılımcılar, profillerinde paylaştıkları fotoğrafları özellikle itina ile seçerek paylaştıklarını ve incelediklerinde keyif aldıklarını ve kendileri hakkında olumlu düşüncelere sahip olduklarını, kendilerini fiziksel ve ruhsal olarak daha iyi hissettiklerini belirten cevaplar vermişlerdir. Bireyin benlik algısı, kendisine yönelik öz değerlendirmelerinin bütününden oluşmakta, bu öz değerlendirmelerinin olumlu ya da olumsuz olması benlik saygısı düzeyinin yüksekliğini ya da düşüklüğünü göstermektedir. (Şahin Baltacı & Altan, 2016, s. 228) Benlik saygısı yüksek olan bireyler, öz yaşamlarını değerlendirirken daha pozitif bir tutum gösterdikleri düşünülmektedir. Benlik saygısı bu doğrultuda mutluluk açısından önemli bir değişkendir. (Büyükşahin Çevik & Yıldız, 2016, s. 102) Pozitif duygusal durum ve yüksek motivasyon benlik saygısı ile pozitif bir ilişki içindedir. (Arıcak, 2005, s. 20) Katılımcılar, kabul görme, beğenilme, kendilerini değerli hissetmelerinin sanal ortamda da kendilerinin mutlu olmalarında etkili olduğunu belirtmişlerdir. İnsanlar tarafından beğenilmek, kabul görülmek, değerli hissedilmek benlik saygısını besleyen durumlardır. Aynı zamanda Facebook'ta vakit geçirmenin ve insanları etkilemenin kendilerine motivasyon sağlaması, özgüven vermesi, mutsuz ve neşesiz hissetmenin sebebi olarak da gerçekleştirilemeyen hayallerini görmeleri, kendi öz değerlendirmelerinin olumlu ya da olumsuz olmasına etki edeceği için benlik saygılarının düşük ya da yüksek olmasına dolayısıyla da kendilerini mutlu ya da mutsuz algılamalarına etkisi olacaktır.

Katılımcıların Facebook'ta paylaşımlarının çok sayıda beğeni alması, takipçi sayılarının çok fazla olması, Facebook üzerinden paylaştıkları web sitesinin birçok kişi tarafından hit alması gibi durumların, kendilerini çok iyi hissettirdiğine, moral verdiğine ve kendilerini önemli hissettirdiğine, egolarını yükselttiğine dair görüşlerini belirtmişlerdir. Facebook'taki paylaşımlarının beğeni almaması durumunda veya takipçi sayılarının azalması durumunda ise kendilerini kötü hissettikleri, bu durumun canlarını sıktığı yönünde cevaplar vermişler, paylaşımlarını tekrar gözden geçirmelerine, paylaşımlarını sorgulamalarına neden olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar, Facebook

üzerindeki paylaşımlarında sahip oldukları bir görüşü savunma ya da yerme isteklerini göstermekten kaçındıkları bunun sebebinin de genel olarak karşıt görüşlü arkadaşlarından tepki almak istememeleri arkadaş sayılarının azalmasını istememelerine yönelik cevaplar vermişlerdir. Görüşmeye katılan beş katılımcı ise, Facebook üzerindeki paylaşımlarında sahip oldukları bir görüşü savunma ya da yerme isteklerini göstermekten kaçınmamalarına sebep olan durumu, Facebook'un rahat ve özgür bir ortam olması, kendilerini güçlü ve kararlı hissetmelerine neden olması, farklı fikirlere sahip insanlardan uzaklaşmak istenmesi, insanların görüşlerini etkilemekten duyulan haz olarak göstermişlerdir. Katılımcılar, Facebook'ta yer bildirme kararlarını mekânın şık, popüler, insanları etkileyen bir yer olması gibi özelliklerine göre verdiklerini belirterek yer bildirimi yaptıktan sonra, kendilerini daha iyi, rahatlamış ve havalı hissettiklerine dair görüşlerini açıklamışlardır. Gösteriş yapmak istemeleri ve bu durumun egolarını tatmin ettiğine dair cevaplarda da bulunmuşlardır. Verilen cevaplar, sanal ortamda da kişinin kendini ispatlamaya yönelik davranışlarda bulunduğu göstergesidir. Kişiler, başkaları tarafından beğenilmek, dikkat çekmek, önemli olduklarının hissettirilmesi peşindedirler. Benlik, insanın kendini her arzusunu tatmin edebilecek kudrette bir ego ideali fantezisine kaptırmasına neden olmaktadır . (Kızıltan, 2012, s. 9) İnsan, yaşamı boyunca temel ihtiyaçlarının dışında çevresine kendini ispat etmeye çalışmaktadır. Kendini gerçekleştirme olarak da ifade edilen bu durum, bireyin kendini başkalarına tam anlamıyla açıklama arzusunu, elinde bulunan ortaya çıkmamış gücünü göstermek istemesi eğilimini ifade etmektedir. (Sungur & Yüksek, 2009, s. 191) Birey, günümüzde çevresine katkı sağlayıp bir şeyler üreterek, bunun karşılığında takdir alarak kendini gerçekleştirme amacına ulaşmaktan ziyade, Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinde çoğunlukla kendilerine de ait olmayan yazı, resim gibi paylaşımlarda bulunarak, bu paylaşımları ile beğeni ve takdir toplamaya çalışır hale gelmiştir. Bu durumdan duyulan haz, neredeyse gerçekte çevresine katkı sağlayıp bir şeyler üreterek ve bunun karşılığında takdir aldıklarında duydukları haz kadar tatmin eder hale gelmiş, büyük ölçüde bu doyumunu sağlamak için sosyal medyayı kullanır hale gelmişlerdir. Bu durum Niedzwiecki'nin kitabında belirttiği görüşle örtüşmektedir. Niedzwiecki'ye göre; insan kendisini izlenir kılıp, insanların kendisiyle ilgili yorum yapmasını sağladığı zaman, birey olduğunun bilincine varmaktadır. Başkaları tarafından

izlenerek, ayrıcalıklı, özel ve farklı olduğunu ortaya koymak istemektedir. (Niedzviecki & Çev: Gündüç, 2010, s. 37-38)

Katılımcılar yaşamlarında kendilerini mutlu hissetmelerine sebep olan en önemli faktörün genellikle, sağlıklı olmak ve sevmek/sevilmek olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar arasından sadece iki kişi, toplum içerisinde sahip olduğu mevkiinin mutlu olma durumu üzerinde etkisinin daha büyük olduğuna dair görüşünü belirtmiştir. Katılımcılar genellikle sağlıklı olmanın gerçek yaşamlarında mutlu olmaları için en önemli faktör olduğunu belirtmelerine rağmen profillerindeki paylaşımlarda sevmeyi sevmeyi ya da sahip oldukları mevki belirten paylaşımlarıyla göz önünde olmaktadır. Katılımcılar, Facebook profillerinde kendilerinin sahip olmaktan hoşnut oldukları sürece toplumsal statülerini yansıtan paylaşımlarda bulunmalarının kendilerine hoşnutluk, gurur ve haz verdiği yönünde cevaplar vermişlerdir. Katılımcılar, profillerinde iş yaşamları, eğitim yaşamları ile ilgili başarılarıyla, yaptıkları bir yemekle ya da yaptıkları bir aktiviteyle ilgili genellikle övgü alma isteklerinin olduğunu, aldıkları övgünün, hayat motivasyonlarını arttırdığını, gurur verdiğini, mutlu hissettirdiğini belirtmişlerdir. Katılımcıların verdikleri cevaplar göz önüne alındığında katılımcıların sanal ortamda da yaşamlarından aldıkları doyumun mutluluklarını etkiledikleri göstermektedir. Bireylerin yaşam doyumu, günlük yaşamlarından alınan mutluluktan, yaşama yükledikleri anlamdan, amaçlarına ulaşma konusunda uyumdan, pozitif bireysel kimlikten, fiziksel olarak kendilerini iyi hissetmelerinden, sosyal ilişkilerinden etkilenmektedir. (Tümlü & Receptoğlu, 2013, s. 207) Genellikle yaşantılarından memnun olduklarını belirten katılımcılar; yaşantılarının içinde mutsuz, kaygılı, hoşnut olmadıkları zamanlarında olduğunu belirtmişler ancak, Facebook profillerinde ise yaşamlarının hep hoşnut oldukları yanlarını paylaştıklarını, mutsuzluklarını belirten paylaşımlarda bulunmadıklarına dair görüşlerini belirtmişlerdir. Yaşantılarından hoşnut olmayan katılımcılar ise, Facebook profillerine baktıklarında yaşantılarından hoşnut olduğunu gösteren bir profil çizdiklerini belirtmişlerdir. Literatürde; bireyin kendine ve yaşama yönelik olumlu tutumunun, onu mutlu etmekte, yaşama dair doyumunu desteklemekte olduğu, yaşamı olumlu olarak değerlendiren birey için, yaşam doyumunun da ortaya çıkacağı, yaşam doyumunun, kişinin beklentilerini gerçek durumla kıyaslamasıyla ortaya çıkan bir sonuç olduğu

görülmektedir. (Gülcan & Nedim Bal, 2014, s. 42) (Diener & Seligman, 2002, s. 83) (Deniz, Arslan, Özyeşil, & İzmirli, 2012, s. 430) Yapılan görüşmelerin sonucunda, bireylerin yaşam doyumlarını desteklemek için Facebook'u kullandıkları görülmüştür. Uçar'ın da araştırmasında belirttiği gibi, Facebook'ta gösterilmeye çalışılan kimlikler, bireyin istenilen, sempatik olduğunu belirten özelliklerle şekillenerek özenle oluşturulmaktadır. (Uçar F. , 2015, s. 316) Katılımcıların verdikleri cevaplara bakıldığında, Uçar'ın bu tespitine uygunluk göstermektedir. Şener ve Özkoçak'ın çalışmalarının sonucu da, katılımcıların görüşleriyle benzerlik göstermektedir. Facebook fotoğraflarında benliğin ifşasını inceledikleri çalışmalarında; paylaşılan fotoğraflarda kişilerin görselleştirmek istedikleri durumların “Ben yalnız değilim, sosyalim, eğleneliyim ve mutluyum” olduğu görülmektedir. (Şener & Özkoçak, 2012, s. 7-8). Katılımcılar da yaşamlarından genel anlamda memnun olmasalar bile Facebook hesaplarında yaşamlarından memnun, mutlu, sosyal bir profil gösterme peşindedirler. Niedzviecki'nin de belirttiği gibi insanlar, toplumun doyuramadığı birtakım ihtiyaçlarını tatmin etmeye çalışmakta; beğeni alma ve takdir edilme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik paylaştıkları fotoğraflarla kendilerini göstererek hep çevrelerinde olumlu bir imaj ve algı uyandırmaya çalışmaktadırlar. (Niedzviecki & Çev: Gündüç, 2010, s. 37-38) İnsanlar için çevreleri tarafından nasıl algılandıkları ve imajın önemi büyük ölçüde artmaktadır. Daha çok görünür olma, izlenilme istekleriyle, imajlarını görselleştirip sunma eğilimine girmektedirler.

## 6.SONUÇ

Günümüzde teknoloji, mesafeleri kısaltmanın, bize zaman kazandırmanın dışında öncelikli bilgi kaynağımız, sosyalleşme aracımız, kendimize göre eksik yanlarımızı tamamlayabildiğimiz hayatımızı kolaylaştıran bir araç haline gelmiştir. Özellikle sosyal ağların sağladığı imkânlar, sadece bireylerin değil toplumun yapısı üzerinde de anlamlı etkiler bırakarak değişimlere neden olmaktadır. Toplumsal yaşam içerisinde, süregelen işleyişi devam ettirmek için karşılamamız gereken toplumsal ihtiyaçlar, sosyal ağlar aracılığıyla karşılanmaya başlanmıştır. Hızlanan toplumsal yaşama ayak uydurmamız, sosyal ağlar yoluyla kolaylaşmakta ve akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşması sonucu, her an ulaşılabilir hale gelen sosyal ağlar, çevremizi algılayışımızı etkilemektedir. Özellikle sosyal medyanın düşüncelerimizi, duygularımızı, hislerimizi, öfkemizi anlık paylaşımlarla duyurabilmek ve kendimizi ifade etmek için gerçek ortamdan daha etkili bir ortam sunması, bu durumlar için sosyal medya kullanımını arttırmış, sosyal medya aracılığıyla, sanal ortamda sosyalleşme, görünür olma, beğenilme, takdir edilme durumları ortaya çıkmıştır. Ayrıca birey, gerçek yaşamdaki biricik amacı olan mutluluğa ulaşmasına engel olan kendisine göre eksiklikleri tamamlamak için sanal ortamı kullanabilir olmuş ve kendine ait sanal mutlu bir dünya inşa edebilir hale gelmiştir.

Bu çalışmada;

- 1) Mutluluğu sağlayan unsurların, sanal ortamda mutluluğu sağlayan unsurlarla örtüşme durumunu,
- 2) Sosyal medya kullanımının bireyin mutluluk duygusuna negatif ya da pozitif yönde etkisini,
- 3) Mutluluk duygusunun, çeşitli paylaşımlarla somutlaştırılması durumunun, paylaşılan ve paylaşımlara maruz kalan bireyin psikolojik olarak iyi olma durumuna etkisini araştırmak amacıyla, sosyal medya kullanımının mutlu olma durumuna etkisi, mutluluğa etki eden faktörler göz önüne alınarak incelenmeye çalışılmıştır. Bunun için, bu sosyal konuyu esnek bir biçimde bireylerin görüş ve deneyimleri ile birlikte incelemeye imkân tanıyan nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılarak araştırmanın amacına

uygun olarak belirlenen özelliklerde kişilerin seçilmesi amacıyla; sosyal medya siteleri incelenerek, sosyal medyayı özellikle de Facebook'u aktif olarak kullandığı gözlemlenen, İstanbul'da yaşayan sekizi kadın, yedisi erkek, on beş kişi ile görüşmeler sağlanmıştır. Bu görüşmelerde, önceden sorulması planlanan soruları içeren on yedi soru maddesinden oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Kayıt altına alınan görüşmelerin sonunda, görüşülen bireylerin görüşlerinden doğrudan alıntılara yer verilerek betimsel analiz yapılmış ve sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Çalışma sonucunda bireyin sosyal medya ortamında beğeni alma/almama, konum bildirme, pozitif ya da negatif yorum alma durumlarıyla, arkadaş gruplarının paylaşımlarının mutluluk duygusuna olan etkisi görülmüştür. Kullanılan Facebook sosyal ağının bireyi daha fazla sosyal karşılaştırmaya maruz bıraktığı, sosyal etkileşim kaygısını arttırıp azaltabildiği, düşük ve yüksek benlik saygısına olan etkisi, bireyin ego tatminini sağlamak için sosyal ağ sitesini kullanmaya yöneldiği ve bireyin yaşamından duyduğu doyumunu desteklemek için Facebook'u kullandığı tespit edilmiştir. Mutluluğu sağlayan unsurların, gerçek ortamda da sanal ortamda da mutluluğu sağlayan unsurlarla ilişkili olduğu görülmüştür. Bireyin özellikle yaşam doyumunu desteklemek için, sanal ortamı kullanması, bireyin sosyal medyayı; toplumsal yaşamda karşılayamadığı ihtiyaçlarını tatmin etmeye çalıştığı, yaşamının özellikle iyi, güzel, kendisinin hoşnut olduğu, beğenildiği, takdir edildiği, mutlu yanlarını yansıttığı bir ayna olarak algıladığını göstermektedir.

Sosyal medyanın bireyin mutlu olma durumuna etkisi üzerine yapılan bu nitel araştırma, sosyal ağlardan özellikle Facebook kullanımını baz alan örnek bir çalışmadır. Yapılacak araştırmalarda konunun diğer sosyal ağların kullanımı üzerinden de araştırılması yararlı olacaktır. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı çalışma grubunun sadece Facebook'u aktif olarak kullanan kişiler arasından seçilmesidir. Daha geniş bir çalışma grubuyla konu ile ilgili yapılacak nicel bir araştırma yöntemi de sosyal medya kullanımının bireyin mutlu olma durumuna etkisini araştırma konusunda destek olabilecektir. Katılımcıların görüşlerine göre şu an bakıldığında, bireyin kendini mutlu zannettiği tek ortam olarak sanal ortam görülebilmektedir. Bu ortamda sanallaşan

mutluluklara, gerçek dünyanın mutluluk ve mutsuzluklarını bir tarafa bırakacak kadar ihtiyacımızın olup olmadığını da sorgulamak gerekmektedir.

## **EKLER**

### **Ek-1. Görüşme Formu**

- 1) Facebook'taki arkadaşlarınızın profillerini takip edip, kendi profilinizle karşılaştırdığınız zaman ne düşünüyorsunuz?
- 2) Arkadaşlarınızın Facebook profillerini incelediğinizde daima neşeli ve mutlu bir etki bıraktıklarını görüyor musunuz? Bu durum sizde nasıl bir etki uyandırıyor?
- 3) Sanal ortamda iletişim kurmak ve sosyalleşmek mi, gerçek ortamda iletişim kurmak ve sosyalleşmek mi size göre daha kolay, rahat, kaygısız veya tercih edilir? Sebebini açıklar mısınız?
- 4) Facebook'ta arkadaşlarınız tarafından etiketlenmek, açılan bir gruba dahil olmak size kendinizi nasıl hissettiriyor?
- 5) Facebook kullanımınızın kendinizi daha sosyal ya da yalnız hissetmenizde nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?
- 6) Gerçek ortamda kabul görme, beğenilme, kendinizi değerli hissetmeniz mutluluğunuzu etkiler mi? Peki bu değerlerin sanal ortamda sizin için önemi nedir?
- 7) Facebook'ta zaman geçirmek size kendinizi nasıl hissettiriyor? Facebook'ta ilgi merkezi olmak ve insanları etkilemek hoşunuza gidiyor mu? Evet ise nedenlerini açıklar mısınız?
- 8) Facebook'ta uzun süre vakit geçirdikten sonra kendinizi mutlu ve neşeli bir ruh hali içinde mi, yoksa mutsuz ve neşesiz bir ruh hali içinde mi hissedersiniz? Hissettiğiniz duygu durumuna sebep olan nedenleri açıklar mısınız?
- 9) Facebook'ta paylaştığınız fotoğraflarınız kendiniz hakkında olumlu ya da olumsuz düşüncelere sahip olmanıza neden oluyor mu? Fotoğraflarınızı incelediğinizde ne hissediyorsunuz?
- 10) Facebook'ta paylaşımlarınızın çok sayıda beğeni alması, takipçi sayınızın çok fazla olması, Facebook üzerinden paylaştığınız web sitesinin birçok kişi tarafından hit alması gibi durumlarda ne hissediyorsunuz?
- 11) Facebook'taki paylaşımlarınız beğeni almadığında ve/veya takipçi sayınızın azalması durumunda ne hissediyorsunuz?

- 12) Sahip olduğunuz bir görüşü savunma ya da yerme isteğini Facebook üzerindeki paylaşımlarınızda da gösteriyor musunuz? Evet ise, sizi buna iten sebepleri açıklar mısınız?
- 13) Bir mekâna gittiğinizde konum bildirme kararınızı en çok ne etkiliyor? Bunun sebebi nedir? Konum bildirme yaptığınızda kendinizi öncelikli olarak nasıl hissediyorsunuz? Bulduğunuz yerde sizi öncelikli olarak yer bildirimine ya da fotoğraf paylaşımına iten sebep nedir?
- 14) Toplumsal yaşamınızın içinde, sağlıklı olmanız, sevmeniz/sevilmeniz, toplum içerisinde sahip olduğunuz mevki, konum ya da statünüz, sahip olduğunuz başarılarınız, iyi bir işe sahip olmanız ya da olmamanız, toplum içinde bir üne sahip olup olmamanız mutlu olma durumunuza etki eder mi? Öncelikli olarak, hangisinin sizin mutlu olma durumunuza etkisi daha büyüktür? Bunun sebebi nedir?
- 15) Facebook profilinizde yaşadığınız şehir, sahip olduğunuz meslek gibi toplumsal statünüzü belli eden paylaşımlarda bulunmanızın veya bulunmamanızın sebebi nedir?
- 16) Profilinizde iş yaşamınız, eğitim yaşamınız ile ilgili başarılarınızı, yaptığınız bir yemeği ya da yaptığınız bir aktiviteyi paylaşma ve övgü alma isteğiniz var mı? Var ise sizi buna iten sebepler nelerdir?
- 17) Gerçek hayatta yaşamınızdan hoşnut olduğunuzu düşünüyor musunuz? Peki Facebook profilinizdeki yaşamınıza ait anlık paylaşımlarınızı incelediğinizde yaşamınızı nasıl yorumluyorsunuz?

## KAYNAKÇA

### *Kitaplar*

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (N. Ülner, & E. Öztarhan, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi .
- Arkonaç, S. (1993). *Grup İlişkileri*. İstanbul: Alfa Basım Yayım.
- Ayten, A. (2014). *Erdeme Dönüş Psikolojisi ve Mutluluk Yolu*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Başaran Doğan, Y. (2016). *Dijital Humaniterizm ve Sosyal Medya: Sosyal Medya'nın Gelişen Humaniterizm Hareketleri Üzerindeki Etkisi. Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Kongre Kitabı* (s. 472-483). içinde İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Akışkan Gözetim*. Elçin Yılmaz Çev. İstanbul: Ayrıntı.
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dijk, J. V. (2016). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Çev.) İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*. (S. Gönül, Dü., İ. Kalaycı, & D. Saraçoğlu, Çev.) Ankara: Renas Yayıncılık.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Karahasan, F. (2012). *Taşlar Yerinden Oynarken Dijital Pazarlamanın Kuralları*. İstanbul: Doğan kitap.
- Kaya, R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*. Ankara: Tecri Yayınları.
- Kaypakoglu, S. (2006). *Toplumsal Yaşam ve Birey*. İstanbul: Naos Yayıncılık.
- Niedzwiecki, H., & Çev: Gündüç, G. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. İstanbul: Ayrıntı.
- Oskay, Ü. (2005). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Der Yayınevi.
- Robins, K., & Çev: Türkoğlu, N. (2013). *İmaj*. İstanbul: Ayrıntı .
- Sarı, E. (2016). *Mutluluğun Kitabı*. Antalya: Net Medya Yayıncılık.

Seligman, M. E. (2002). *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realise Your Potential for Lasting Fulfillment*. London: Nicholas Brealey.

Sütçü, C. S. (2012). *Sosyal Medyaya Girmeden Önce Bilinmesi Gerekenler*. (D. Yengin, Dü.) İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Türkoğlu, N. (2004). *İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar*. İstanbul: Babil Yayınları.

Zelan, Z. (2016). *Castells'in Ağ Toplumu Kuramı Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Yeni Medya Okuryazarlığı. Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Kongre (26-27 Şubat 2015) Kitabı* (s. 483-495). içinde İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.

### **Sürelî Yayınlar**

Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi . *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry* , 56.

Acar, S., Gürsoy, H., & Ünsal, N. Ö. (2014). İlişkisel Toplumda Sosyal İş Ağlarının Kariyer Gelişimi Açısından Önemi: LinkedIn Örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges* , 19.

Acun, R. (2011). Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik. *Millî Folklor* , 75.

Akıncı Vural, Z. B., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma . *Journal of Yasar University* , 3355.

Aksoy, V. (2015). İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Ağ Kullanım Düzeylerinin Fen Lisesi Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine Göre Değişimi ve Akademik Başarılarına Etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 365-383.

Akyazı, E. (2014). Yeni İletişim Ortamlarında Etkileşim ve Mobil Radyolara Yönelik Bir Araştırma. *Marmara İletişim Dergisi* , 153-162.

Alav, O. (2014). Sosyal Medya'nın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri (Sosyal Medya Kullanıcı Araştırması) . *Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi* , 1-22.

Altınbaşak, İ. (2009). İnternet Reklamcılığı ve İnternet Reklamı Ölçümlenmesi Üzerine Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış* , 463-487.

Alver, B., Dilekmen, M., & Ada, Ş. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Bazı Öznel Algılamalarına Göre Psikolojik Belirtileri. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi* , 13-23.

Arıcak, O. T. (2005). Üniversite Öğrencilerinde Benlik Saygısı. *Psikoloji Çalışmaları Dergisi* , 20-27.

Arklan, Ü., & Akdağ, M. (2016). Gündelik Yaşamın Sosyal Medyası, Sosyal Medyanın Gündelik Yaşamı: İlişkisel ve Etkileşimsel Perspektiften Uygulamalı Bir Çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi* , 16-34.

Aslan, E. (1992). Benlik Kavramı ve Bireyin Yaşamındaki Etkileri. *M.Ü.Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* , 7-14.

Ataman Yengin, D. (2016). Sosyal Medya ve Akıllı Mobil Teknoloji:Akıllı Sosyal Yaşamlar. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication* , 106-112.

Atlı, Y., & Yücel, N. (2016). Hibrit İletişim Teknolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 785-797.

Aydoğan, E., Erden, P., Bıyık, Y., & Bingöl, D. (2017). Örgütsel Yaşamda Beş Faktör Kişilik Özellikleri Açısından Sosyal Karşılaştırma Yönelimi:Akademisyenler Üzerinde Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , 21-22-28.

Aytekin, Ç., & Sütçü, C. S. (2012). Yeni Medya ve Ağ Nesli: Türkiye Örneği. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 5.

Babacan, M. E., Haşlak, İ., & Hira, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi* , 63-92.

Bağcı, C. ( 2016 ). Çevrimiçi Toplum ve Sanal Sosyaliteler: Sosyal Medya ve Özgür Dijital Dünyanın Yeni Esaretleri Üzerine Sosyolojik Bir Analiz . *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 1307-9581.

Baltacı Şahin, H., İşleyen, F., & Özdemir, S. (2012). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Romantik İlişki Durumları ve Sosyal Ağ Kullanımlarına göre Etkileşim Kaygısı ve Sosyal Destek Algılarının İncelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 25-36.

Biçer, S. (2014). Akademisyenlerin Sosyal Ağlarda Bulunma Motivasyonları: Facebook Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 58-78.

Bilen, K., Ercan, O., & Gülmez, T. (2014). Sosyal Ağların Kullanım Amacı ve Benimsenme Süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi* , 115-123.

Bülbül, Ş., & Giray, S. (2011). Sosyodemografik Özellikler ile Mutluluk Algısı Arasındaki İlişki Yapısının Analizi. *Ege Akademik Bakış* , 113-123.

Büyükşahin Çevik, G., & Yıldız, M. A. (2016). Pedagojik Formasyon Öğrencilerinde Umutsuzluk ile Mutluluk Arasındaki İlişkide Benlik Saygısının Aracılık Rolü. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi* , 96-103.

Büyükşahin Çevik, G., & Yıldız, M. (2016). Pedagojik Formasyon Öğrencilerinde Umutsuzluk ile Mutluluk Arasındaki İlişkide Benlik Saygısının Aracılık Rolü. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi* , 96-103.

Canpolat, E. (2013). Küreselleşmenin İzini Foursquare’de Sürmek. *İleti-ş-im Dergisi* , 67.

Cengiz, E. (2010). Aristoteles'in Erdem Öğretisi ve Mutluluk Anlayışı . *Felsefe Dünyası* , 44-49.

Cheng, H., & Furnham, A. (2002). Personality, Peer Relations, and Self-Confidence as Predictors of Happiness and Loneliness. *Journal of Adolescence* , 327–339.

Coşkun Değirmen, G., Akıncı Vural, B., & Özbükerci, İ. (2016). Bilgi Toplumu ve Dijital Uçurum Unsurlarının Ülkekerin Gayri Safi Milli Hasılasına Göre Yorumlanması: Bir Durum Saptaması. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* , 109.

Çakar, M., & Yanlıç, Ö. (2014). Kişilerarası İletişimin Facebook'ta Değişen Yüzü: Facebook'ta Arkadaşlıkla Gelen Örtülü Takip (Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği). *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* , 225-240.

Çelikel, Y. A. (2016). Mutluluğun Sosyolojik İmkânı Üzerine. *Sosyosfer* , 1-6.

Çetin, E. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Fotoğraf, Yer/Mekan Bildirim Paylaşımları ve Mahremiyet: Facebook Örneği . *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 774-787.

Çirkin, Z., & Göksel, T. (2016). Mutluluk ve Gelir. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* , 375-400.

Çivitçi, A. (2012). Üniversite Öğrencilerinde Genel Yaşam Doyumu ve Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkiler. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 321-336.

Dağtaş, E., & Yıldırım, O. (2015). İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımı Gündelik Yaşam Pratikleri: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Mikro Alan Araştırması1. *Folklor/Edebiyat* , 176.

Dal, N. E., & Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri Ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 144-162.

Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* , 27-50.

Demir, Y., & Kutlu, M. (2016). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Etkileşim Kaygısı İle Mutluluk Arasındaki İlişki: Yalnızlığın Aracı Rolü. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi GEFAD* , 195-210.

Demirci, İ., Ekşi, H., Kardaş, S., & Dinçer, D. (2016). Mutluluk Korkusu Ölçeği’nin Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirliliği. *Kastamonu Eğitim Dergisi* , 2058-2072.

Deniz, M., Arslan, C., Özyeşil, Z., & İzmirli, M. (2012). Öz-Anlayış, Yaşam Doyumu, Negatif ve Pozitif Duygu: Türk ve Diğer Ülke Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Karşılaştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 428 - 446.

Derin, S., & Bilge, F. (2016). Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ve Öznel İyi Oluş Düzeyi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi* , 1-17.

Diener, E., & Seligman, M. E. (2002). Very Happy People. *Psychological Science* , 81-84.

Dilmen, N. E. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim* , 116.

Dodds, P. S., Harris, K. D., Kloumann, I. M., Bliss, C. A., & Danforth, C. M. (2011). Temporal Patterns of Happiness and Information in a Global Social Network: Hedonometrics and Twitter. *Plos One* , 5-23.

Doğan, T., & Eryılmaz, A. (2013). İki Boyutlu Benlik Saygısı ve Öznel İyi Oluş Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 107-117.

Doğan, T., & Sapmaz, F. (2012). Oxford Mutluluk Ölçeği Türkçe Formunun Psikometrik Özelliklerinin Üniversite Öğrencilerinde İncelenmesi. *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi* , 297-304.

Doğan, U. (2016). Effects of Social Network Use on Happiness, Psychological Well-being, and Life Satisfaction of High School Students: Case of Facebook and Twitter. *Education and Science* , 217-231.

Doğan, U., & Karakuş, Y. (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Çok Boyutlu Yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education* , 57-60-63-71.

Dost, M. T. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Doyumunun Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 133.

Dunder, I., Horvat, M., & Lugovic, S. (2016). Word Occurrences and Emotions in Social Media: Case Study on a Twitter Corpus. *MIPRO* , 1557-1560.

Ekşi, H., Erden, N., Erdoğan, F., & Yılmaz, E. ( 2013). Ergenlerin Kimlik Oluşumunun Facebook Üzerinden İncelenmesi: Nitel Araştırma Örneği . *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi* , 295-313.

Emiroğlu, B. G. (2009). Semantic Web (Anlamsal Ağ) Yapıları ve Yansımaları. *Akademik Bilişim '09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (s. 152-155). Şanlıurfa: Harran Üniversitesi.

Eren, F., Çelik, İ., & Aktürk, A. O. (2014). Ortaokul Öğrencilerinin Facebook Algısı: Bir Metafor Analizi. *Kastamonu Eğitim Dergisi* , 635-648.

Eroğlu, Y. (2016). Üniversite Öğrencilerinde Problemlı İnternet Kullanımı: İlişkisel-Karşılıklı Bağımlı Benlik Kurgusu ve Dürtüsellığın Yordama Güçleri. *Turkish Studies* , 1091-1114.

Erözkan, A. (2007). Üniversite Öğrencilerinin İletişim Becerilerini Etkileyen Faktörler. *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi* , 59-72.

Eryılmaz, A. (2011). Ergen Öznel İyi Oluşunun, Öznel İyi Oluşu Arttırma Stratejilerini Kullanma ile Yaşam Amaçlarını Belirleme Açısından İncelenmesi. *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi* , 44-49.

Eryılmaz, A., & Ercan, L. (2011). Öznel İyi Oluşun Cinsiyet, Yaş Grupları ve Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi* , 139-151.

Gençer, Y. (2015). Sosyal Medya Ağlarında Örgütlenme: Dijital Aktivizm Toplumsal Dönüşüme Yansımaları . *E-journal of Intermedia* , 505 -522.

Gökaliler, E., & Saatçioğlu, E. (2016). Reklamlarda Emoji Kullanımı: Emoji İçerikli Reklamlara Yönelik Tüketicilerin Tutumlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi* , 67-68.

Göker, G., Demir, M., & Doğan, A. (2010). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy* , 184-205.

Gülcan, A., & Nedim Bal, P. (2014). Genç Yetişkinlerde İyimserliğin Mutluluk ve Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Asya Öğretim Dergisi* , 43-49.

Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: "Dijital Habitus". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 83-98.

Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması . *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* , 151-175.

Jensen, T. (2016, April 29). Influence of Personality on Emotional Contagion through Social Media. University of Connecticut Honors Scholar Theses.

Karaca, M. (2016 ). Sosyolojik Perspektiften İletişim. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (Electronic Journal of Social Sciences)* , 626-648.

Karagülle, A. E., & Çaycı, B. (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication TOJDAC* , 1-9.

Kart, E. (2014). Boş Zamanın Çoklu Tüketim Mekânı Olarak İnternet ve Yeni Yaşam Tarzlarının İnşası. *Global Media Journal* , 180-215.

Kızıltan, H. (2012). Hayalperest. *Psikeart Dergisi* , 6-11.

Koç, M., & Karabatak, M. (2012). Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliği Kullanılarak İncelenmesi. *e-Journal of New World Sciences Academy* , 156.

Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim* , 59-78.

Lu, K. (2016). Facebook Happiness. *Thesis Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree with Honors Research Distinction in Accounting at The Ohio State University* .

Menemencioglu, O., & Orak, İ. M. (2014). Semantik Web Arama Motoru Üzerine Bir İnceleme. *Akademik Platform* , 619-620.

Mercimek, B., Dulkadir Yaman, N., Kelek, A., & Odabaşı, H. F. (2016). Dijital Dünyanın Yeni Gerçeği: Troller. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 67-77.

Möngü, B. (2015). Modern Dünyada Mutluluk: John Stuart Mill'in Faydacı Etiği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 23-30.

Murray, C. (2008). Schools and social networking:Fear or education. *Synergy* , 1-5.

Myrick, J. G., Holton, A. E., Himelboim, I., & Love, B. (2016). Stupidcancer: Exploring a Typology of Social Support and the Role of Emotional Expression in a Social Media Community. *Health Communication* , 597-603.

Nakilcioğlu, İ. H. (2007). İletişimden Bilişime: İnternet Kültüründen Kesitler. *Akademik Bilişim* , 3.

Oğuz, T. (2016). Çağdaş Narkisos'lar:Facebook Kullanım Alışkanlıkları ve Narsisizm. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* , 51-68.

Onar Çambay, S. (2015). Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 237-247.

Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 336.

Özdemir, Z. (2015). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. *Maltepe Üniversitesi · İletişim Fakültesi Dergisi* , 112-127.

Özdemir, Z., & Çetinkaya, A. (2014). Sosyal Ağların Pazarlama Disiplinleri İçinde Kullanımı: Instagram Üzerine Bir İnceleme. *Dijital İletişim Etkisi Konferansı* (s. 580-597). Dijital İletişim Etkisi Bildiriler Kitabı.

Özel, N. (2016). Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Etkisiyle Değişen Bilgi Kaynakları Hizmetleri ve Öğrenme Ortamları. *Millî Eğitim* , 271-287.

Öztürk, M., & Akgün, Ö. E. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri. *Sakarya University Journal of Education* , 49-67.

Padır, M., Eroğlu, Y., & Çalışkan, M. (2015). Ergenlerde Öznel Mutluluk İle Siber Zorbalık ve Mağduriyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Online Journal Of Technology Addiction & Cyberbullying* , 32-51.

Sabuncuoğlu, A., & Gülay, G. (2016). Sosyal Medyada Görsel Paylaşımından Reklamcılığa: Instagram Reklamlarının Genç Kullanıcılar Üzerine Etkisine Dair Bir Araştırma . *GÜSBEED, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi* , 113.

Samuels, R. (2009). *New Media, Cultural Studies, and Critical Theory after Postmodernism*. New York: Macmillan Publishing Solutions.

Sarıçam, H. (2014). Belirsizliğe Tahammülsüzlüğün Mutluluğa Etkisi. *Sosyal Bilimler Dergisi* , 7-8.

Schwartz, H. A. (2016). Predicting Individual Well-Being Through the Language of Social Media. *University of Pennsylvania, Positive Psychology Center & Computer and Information Sciences Philadelphia, PA 19104* (s. 516-527). Pacific Symposium on Biocomputing.

Selim, S. (2008). Türkiye’de Bireysel Mutluluk Kaynağı Olan Değerler Üzerine Bir Analiz: Multinomial Logit Model. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 345-358.

Sezer, F. (2013). Psikolojik İyi Olma Durumu Üzerine Etkili Faktörler. *NWSA-Education Sciences* , 489-504.

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk İletişim* , 23-32.

Sungur, P., & Yüksek, S. (2009). Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlik Bölümü Son Sınıf Öğrencilerinin Benlik Tasarımı ve Kendini Gerçekleştirme Düzeylerinin İncelenmesi (Kafkas Üniversitesi Örneği). *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* , 190-195.

Sütçü, C. S. (2015). Relationship Between Technology and Communication. *Approaches on New Media: Proceedings of 1 st International New Media Conference* (s. 20-23). İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.

Sütçü, C. S., & Akyazı, E. (2006). Yeni İletişim Ortamları ve Bilgi Uçurumu. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı* (s. 280-287). İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Sütçü, C. S., & Algül, A. (2013). *Teknolojinin Toplum Üzerindeki Etkisi Açısından İnternetin Kısıtlı Sosyal Çevresi Üzerine Bir Araştırma*. (A. Algül, & Ü. Neda, Dü) Konya: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Sütçü, C. S., Algül, A., & Uralman, N. H. (2015). Sender's Self-Monitoring Traits:Conducive Factors Affecting Interpersonal Communication Among Turkish University Students. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 12-13.

Sütçü, C., Akyazı, E., & Dilmen, N. E. (2006). Real and Virtual Identities Considered . *4th International Symposium of Interactive Media Design* (s. 149). İstanbul: Yeditepe Üniversitesi.

Şahin Baltacı, H., & Altan, T. (2016). Lise Öğrencilerinde Benlik Saygısının Yordayıcısı Olarak Depresyon, Bağlanma ve Şiddet Eğilimi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 228.

Şahin, M., & Gülnar, B. (2016). İletişim Korkusu ve İnternet Kullanımı İlişkisi: Türkiye'deki Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Alan Araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* , 5-26.

Şahin, M., & Şahin, G. (2016). Geleneksel Medyanın Yeni Rakibi: Yeni Medya ve Canlı Yayınlar. *Yeni Medya Hakemli, Akademik, E-Dergi* , 52.

Şeker, M. (2009). Mutluluk Ekonomisi. *Sosyoloji Konferansları Dergisi* , 116-131.

Şener, G., & Özkoçak, Y. (2012). Networked Photography: Self-Disclosure In Facebook Photos. İstanbul: Visualist2012.

Tecim, V. (2004). Sistem Yaklaşımı ve Soft Sistem Düşüncesi. *D.E.Ü. İ.İ.B.F.Dergisi* , 75-100 .

Telef, B. B. (2013). Psikolojik İyi Oluş Ölçeği: Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 374-384.

Tellan, T. (2016). Twitter ve Toplum . *Yeni Medya Hakemli, Akademik, E-Dergi* , 64.

Tuzgöl Dost, M. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Doyumunun Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 132-142.

Tümlü, G. Ü., & Recepoğlu, E. (2013). Üniversite Akademik Personelinin Psikolojik Dayanıklılık ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi* , 205-213.

Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *Ulakbilge* , 95.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Eğitim Yönetimi* , 547.

Uçar, E. (2016). Facebook'ta Duyguları İfade Etme Ölçeği Geliştirme Çalışması. *İhlara Eğitim Araştırmaları Dergisi* , 1-16.

Uçar, F. (2015). Facebook'ta Benlik Sunumu ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini. *Selçuk İletişim* , 312-338.

Uyanık, E. ( 2016). İletişim Araştırmalarının Tarihçesine Bakış. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* , 59-74.

Uzunoğlu, S. ( 2015). Bir Postmodern İntiharın Ardından Ekşi Sözlük'te Kanaatlerin Oluşumu ve Grupların Biçimlenme Süreçleri. *E-journal of Intermedia* , 424 - 439.

Vachan, L. M., & Ragunaathan, D. K. (2016). Estimating happiness of most populous cities by mining user-generated content in Twitter. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)* , 459-462.

Yakın, M., & Alaçam Akşit, A. C. (2016). “Bana Mutluluğun Resmini Çekebilir misin?": Instagramda Mutluluk Etiketiyile Paylaşılan Fotoğraflar Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 1260-1269.

Yakıt, İ. (1990). Mevlana'da Mutluluk Ahlakı. 3. *Uluslararası Katılımlı Mevlâna Sempozyumu Tebliği* (s. 30-51). Konya: Selçuk Üniversitesi Rektörlüğü.

Yalçın, D. İ. (2015). İyi Oluş ve Sosyal Destek Arasındaki İlişkiler:Türkiye'de Yapılmış Çalışmaların Meta Analizi. *Türk Psikiyatri Dergisi* , 1-12.

Yalçın, İ. (2015). İyi Oluş ve Sosyal Destek Arasındaki İlişkiler:Türkiye'de Yapılmış Çalışmaların Meta Analizi. *Türk Psikiyatri Dergisi* , 21-32.

Yalçinkaya, Y. (2016). Elektronik Sözcük: Sözcüğün Teknolojikleşmesine Bilgi İletişimsel Yaklaşım. *Türk Kütüphaneciliği* , 33- 58.

Yıldırım, E. (2014). Sosyal Medya Psikolojisi ve Dijital Yerliler. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi* , 80-83.

Zylinski, S. (2015). Gross National Happiness (GNH) on social media platforms. *International Conference on Gross National Happiness on GNH*, (s. 5-10). Paro.

### ***Elektronik Kaynaklar***

Akdemir, N. (2016, 06 07). *Sosyal Medya ve Etik*. 12 5, 2016 tarihinde Academidea: <http://academidea.com/sosyal-medya-ve-etik/> adresinden alındı

Arslan, D. (2014, Mayıs 16). *Sosyalmedya.co*. Aralık 21, 2016 tarihinde Sosyalmedya.co: <http://sosyalmedya.co/foursquare-swarm-yayinlandi/> adresinden alındı

Ateş, S. (2016). *Bilgihanem*. Aralık 22, 2016 tarihinde Bilgihanem.com: <http://bilgihanem.com/google-plus-nedir-nasil-kullanilir/> adresinden alındı

Ayvaz, T. (2016, Ocak 29). *Dijital Ajanslar*. Aralık 5, 2016 tarihinde Dijital Ajanslar: <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2016/> adresinden alındı

Bulgurlu, H. (2013, Ekim 13). *Sosyolobi*. Aralık 22, 2016 tarihinde Sosyolobi: <http://www.sosyolobi.com/sosyal-medyanin-yeni-gozdesi-pinterest/> adresinden alındı

Büyüköztürk, Ş. (2012, Mayıs 14). *Örnekleme Yöntemleri*. Nisan 14, 2017 tarihinde Örnekleme Yöntemleri Evren: <http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf> adresinden alındı

Demirel, H. (2011, Mart 15). *Hakan Demirel*. Aralık 20, 2016 tarihinde Hakan Demirel Web sitesi: <http://www.hakandemirel.com.tr/sanal-alemin-devleri-ve-kuruculari> adresinden alındı

*Dünya Bülteni*. (2011, Mart 22). 12 15, 2016 tarihinde [www.dunyabulteni.net](http://www.dunyabulteni.net): <http://www.dunyabulteni.net/bilim-teknoloji/152412/ilk-e-postayi-kim-atti-ne-yazdi> adresinden alındı

Euronews. (2017, Mart 20). Mart 20, 2017 tarihinde Euronews:  
<http://tr.euronews.com/2017/03/20/turkiye-dunya-mutluluk-raporu-nda-69-sirada>  
adresinden alındı

Ezgimen, K. (2016, Mayıs 12). *Tamindir*. Aralık 10, 2016 tarihinde Tamindir  
Sitesi: [http://blog.tamindir.com/internetin-ilkleri-sizi-oldukca-sasirtacak\\_15177](http://blog.tamindir.com/internetin-ilkleri-sizi-oldukca-sasirtacak_15177)  
adresinden alındı

Görmez, V. (2016, 11 20). *Milenyum Kuşağı ve Sanal Mutluluk*.  
<http://www.fatih.bel.tr/icerik/10655/milenyum-kusagi-ve-sanal-mutluluk/> adresinden  
alınmıştır

Hüdür, O. (2016). *DonanimNotu*. Aralık 28, 2016 tarihinde DonanimNotu:  
<http://www.donanimnotu.com/snapchatin-dogusu-video-ile-anlatildi/> adresinden alındı

Kara, D. (2016, Aralık 12). *Medya Akademi*. Aralık 20, 2016 tarihinde Medya  
Akademi Web sitesi: [http://www.medyaaakademi.org/2016/12/12/wikipedianin-](http://www.medyaaakademi.org/2016/12/12/wikipedianin-kurucusu-jimmy-wales-kimdir)  
kurucusu-jimmy-wales-kimdir adresinden alındı

Leetaru, K. (2016, Ocak 13). *Mapping World Happiness And Conflict Through  
Global News And Image Mining*. Ocak 15, 2017 tarihinde Forbes:  
[http://www.forbes.com/sites/kalevleetaru/2016/01/13/mapping-world-happiness-and-](http://www.forbes.com/sites/kalevleetaru/2016/01/13/mapping-world-happiness-and-conflict-through-global-news-and-image-mining/)  
conflict-through-global-news-and-image-mining/ adresinden alındı

*Makale Sanatı*. (2016, Eylül 8). Aralık 21, 2016 tarihinde Makale Sanatı Web  
sitesi: <http://makalesanati.com/blogger-mi-wordpress-mi-blogger-vs-wordpress/>  
adresinden alındı

*Medyaloji*. (2015, Nisan 3). Aralık 10, 2016 tarihinde Medyaloji.net:  
[http://www.medyaloji.net/son-haber/o-uygulamalar-tarihe-karisiyor\\_23635301.html](http://www.medyaloji.net/son-haber/o-uygulamalar-tarihe-karisiyor_23635301.html)  
adresinden alındı

*NetGazetesi*. (2014, Mayıs 3). Aralık 22, 2016 tarihinde NetGazetesi.net:  
<http://www.netgazetesi.net/snapchat-ve-evan-spiegelin-hikayesi.html> adresinden alındı

Özer, B. E. (2014, Ağustos 10). *Gerçek Sanılan Dünyalar*. 12 20, 2016  
tarihinde INDIGO: <https://indigodergisi.com/2014/08/gercek-sanilan-dunyalar/>  
adresinden alındı

*Pinterest*. (2012). Aralık 22, 2016 tarihinde PinteresTürk:  
<http://pinteresturk.com/pinterest-nedir/> adresinden alındı

*Tüik*. (2017, Şubat 22). Şubat 27, 2017 tarihinde Tüik Yaşam Memnuniyeti  
Araştırması 2016: [www.tuik.gov.tr/PdfGetir](http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir) adresinden alındı

*Vikipedi Özgün ve Güncel Bilgi*. (2012, Kasım 13). Aralık 14, 2016 tarihinde  
Vikipedi Kısaca Bilgi: <http://www.nedirvikipedi.com/etkilesim/> adresinden alındı

*Vikipedi Özgür Ansiklopedi.* (2014, Mayıs). Aralık 10, 2016 tarihinde Vikipedi Özgür Ansiklopedi Sitesi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Blog> adresinden alındı

*Vikipedi Özgür Ansiklopedi.* (2015, Eylül 8). 12 10, 2016 tarihinde Vikipedi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Ask.com> adresinden alındı

*Vikipedi Özgür Ansiklopedi.* (2016, Aralık 25). Aralık 27, 2016 tarihinde Vikipedi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/WhatsApp> adresinden alındı



