

Dijital Benlik Sosyal Medya ve Psikolojik Etkileri

EDİTÖRLER

DR. RAMİ ASKER

DR. ÖZLEM BARIŞ

EĞİTİM

yayınevi

DİJİTAL BENLİK SOSYAL MEDYA VE PSİKOLOJİK ETKİLERİ

Editörler: Dr. Rami Asker, Dr. Özlem Barış

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Özlem Barış, Ömer Ün

Kapak Tasarımı: Özlem Barış, Rami Asker

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 76780

E-ISBN: 978-625-385-484-3

1. Baskı, Kasım 2025

Kütüphane Kimlik Kartı

DİJİTAL BENLİK SOSYAL MEDYA VE PSİKOLOJİK ETKİLERİ

Editörler: Dr. Rami Asker, Dr. Özlem Barış

144 s., 210x297 mm

Kaynakça var, izin yok.

E-ISBN: 978-625-385-484-3

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mechanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM
yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah.
Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok,
No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42
bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Eğitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.
10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
sevkiyat@egitimyayinevi.com
E-Ticaret: +90 553 950 50 37

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
+90 332 499 90 00
bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr
bilgi@kitapmatik.com.tr
Kitabevi Hattı: +90 501 651 92 85

EĞİTİM YAYINEVİ
GRUBU

EĞİTİM
yayınevi

SALON
yayınevi

Kitapmatik
yayınevi

kitapmatik
İnternetli Kitapçılık

EĞİTİM
kitabevi

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	4
BÖLÜM 1:DİJİTAL BENLİKTE SOSYAL MEDYANIN PSİKOLOJİK ETKİLERİ	5
BÖLÜM 2:SOSYAL MEDYA VE AKRAN ZORBALIĞI	16
BÖLÜM 3:SOSYAL MEDYA VE KİŞİLİK BOZUKLUĞU	37
BÖLÜM 4:SOSYAL MEDYA VE NARSİSİZM	48
BÖLÜM 5:SOSYAL MEDYANIN İLİŞKİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	65
BÖLÜM 6:SOSYAL MEDYA VE BAĞIMLILIK	77
BÖLÜM 7:SOSYAL MEDYA VE ÖZ SAYGI	92
BÖLÜM 8:SOSYAL MEDYA VE YEME BOZUKLUKLARI	108
BÖLÜM 9:SOSYAL MEDYANIN ERGENLER ÜZERİNDEKİ SOSYAL FOBİ ETKİSİ	122
BÖLÜM 10:SOSYAL MEDYA ve YAPAY ZEKÂNIN PSİKOLOJİYE ETKİLERİ	135

ÖNSÖZ

Eser, sosyal medya ve dijital teknolojilerin bireyler üzerindeki psikolojik, sosyal ve davranışsal etkilerini disiplinler arası bir bakış açısıyla ele almayı amaçlamaktadır. On bölüm boyunca, sosyal medya kullanımının bağımlılık, kişilik bozuklukları, narsisizm, öz saygı, yeme bozuklukları, ilişkiler, ergen psikolojisi ve yapay zekâ ile etkileşimi incelenmektedir. Kitap, güncel araştırmalar ve teorik çerçeveler ışığında dijital çağın bireysel ve toplumsal etkilerini bütüncül bir perspektifle sunmaktadır. Böylece okuyucular, sosyal medya ve yapay zekânın insan psikolojisi üzerindeki karmaşık etkilerini daha iyi anlamak için kapsamlı bir kaynak elde etmektedir.

Elif Korkmaz ve Ecrin Derin Düşünceli, *Dijital Benlikte Sosyal Medyanın Psikolojik Etkileri* adlı bölümde dijital benlik kavramını inceleyerek sosyal medya kullanımının psikolojik etkilerini ele almaktadır. Hanife İnci Peşkircioğlu, *Sosyal Medya ve Akran Zorbalığı* adlı bölümde sosyal medyanın akran zorbalığı üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir. Dursun Ekrem Er, *Sosyal Medya ve Kişilik Bozukluğu* başlıklı çalışmada, sosyal medyanın kişilik yapıları ve psikolojik belirtilerle olan ilişkisini açıklamaktadır. Batuhan Şamil Aktaş, *Sosyal Medya ve Narsisizm* bölümünde, dijital ortamların narsistik eğilimleri nasıl beslediğini ve onay arayışına etkilerini incelemektedir. Akın Kongur'un *Sosyal Medyanın İlişkiler Üzerindeki Etkisi* çalışması, sosyal medya aracılığıyla ilişkilerin kurulması, sürdürülmesi ve çözülmesi süreçlerini analiz etmektedir. Ömer Ün'ün *Sosyal Medya ve Bağımlılık* bölümünde, sosyal medyanın bireyler üzerindeki aşırı kullanım etkileri ve bağımlılık mekanizmaları detaylandırılmaktadır. Döne Habibe Zengin'in *Sosyal Medya ve Öz Saygı* çalışması, kullanıcıların benlik algısı ve sosyal karşılaştırma süreçleri üzerine odaklanmaktadır. Hayriye Tan, *Sosyal Medya ve Yeme Bozuklukları* bölümünde, dijital platformlarda sunulan beden standartları ve pro-yeme bozukluğu içeriklerinin bireyler üzerindeki olumsuz etkilerini tartışmaktadır. Hatice Zeynep Turgut, *Sosyal Medyanın Ergenler Üzerindeki Sosyal Fobi Etkisi* bölümünde, ergenlerin sosyal kaygı ve sosyal fobi düzeylerinin dijital ortamlardaki etkilerini ele almaktadır. Segâh Yeşilyurt ve Oğuz Han Kuru'nun *Sosyal Medya ve Yapay Zekânın Psikolojiye Etkileri* bölümü, yapay zekâ ve sosyal medya etkileşimlerinin bireylerin psikolojik süreçlerine yansımalarını değerlendirmektedir.

Kitap, akademisyenler, öğrenciler ve uygulayıcılar için sosyal medya ve yapay zekânın bireyler üzerindeki etkilerini anlamada yol gösterici niteliktedir. Her bölüm, okuyucuya teorik ve pratik bilgiler sunarken, dijital çağın getirdiği fırsatlar ve riskler hakkında bilinçli farkındalık geliştirmeyi amaçlamaktadır. Böylece, sosyal medya ve yapay zekânın bireyler ve toplum üzerindeki etkilerini bütüncül bir perspektifle değerlendirmek mümkün olmaktadır. Yazarlarımıza teşekkür ederken okurlara keyifli okumalar dileriz.

Dr. Rami ASKER ve Dr. Özlem BARIŞ

Kasım, 2025

BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL BENLİKTE SOSYAL MEDYANIN PSİKOLOJİK ETKİLERİ

Elif KORKMAZ*, Ecrin DERİNDÜŞÜNCELİ**

GİRİŞ

Dijitalleşme, hayatın neredeyse her alanına nüfuz etmiş durumdadır. Artık dijital araçlar sadece iletişim kurmak için değil, aynı zamanda kendimizi ifade etme, kimliği oluşturma ve başkaları tarafından nasıl algılandığımızı şekillendirme sürecinde de belirleyici bir rol oynamaktadır (Henning-Thurau vd., 2010). Özellikle sosyal medya platformlarının hayatın merkezine yerleşmesiyle beraber bireyler yalnızca düşüncelerini değil, kimliklerini de dijital mecralarda oluşturmaya başlamışlardır. Dijital platformlar sadece içerik tüketmek için değil, aynı zamanda üretme ve paylaşım imkânı sundukları için bireyleri dijital mecralarda daha aktif ve görünür olmaya teşvik etmektedir. Bu şekilde çevrim içi kimlik, bireylerin sosyal gerçekliğinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmektedir (Vural ve Bat, 2010). Sosyal medya artık sadece bir iletişim aracı olmaktan çıkıp bireylerin kendilerini tanıttıkları, sundukları ve yeniden inşa ettikleri bir alan hâline gelmektedir. Zaman geçtikçe bu dijital alanlarda geçirilen sürenin artmasıyla birlikte, bireylerin kimliklerini nasıl sundukları da önemli bir tartışma konusu hâline gelmektedir. Çünkü artık sadece yüz yüze kurulan ilişkiler değil, sosyal medya profilleri, hikâyeler, gönderiler ve dijital temsiller de benlik algısının bir parçası hâline gelmiştir. Özellikle genç kullanıcılar, bu platformlarda yalnızca görünür olmayı değil, aynı zamanda beğenilmeyi, onaylanmayı ve kabul görmeyi de önemsemektedirler. Bu da onları, sosyal medyada “nasıl görünmeliyim?” sorusuyla baş başa bırakmaktadır (Akpınar ve Karakoç, 2022). Benlik sunumu dijital mecralarda giderek daha stratejik bir hâl almaktadır. Kullanıcılar kimi zaman kendilerini olduklarından daha mutlu, daha başarılı ya da daha “kusursuz” gösterme eğiliminde bulunmaktadır. Bu durum kısa vadede tatmin sağlasa da uzun vadede gerçek benlikten uzaklaşma, içsel çatışmalar ve yabancılaşma gibi sorunlara yol açabilmektedir. Çünkü sosyal medyada görünmek istenen ile gerçekten hissedilen arasında fark büyüdükçe, birey kendiyi olan bağına da yitirebilmektedir (Çakır ve Temir, 2022). Diğer yandan sosyal medya, kişilere kendi yönlerini keşfetme, farklı roller deneme ve içsel dünyalarını ifade etme fırsatı da sunmaktadır. Ancak bu özgürlük, özellikle sosyal karşılaştırmaların yoğunlaştığı durumlarda tersine işleyebilmektedir. Kimi kullanıcılar başkalarının hayatlarını gözlemledikçe kendi yaşamlarını yetersiz görmeye, eksiklik hissiyle benliklerini sorgulamaya başlayabilmektedir. Bu da benlik algısında bulanıklığa ve kırılganlığa yol açmaktadır (Hepekiz ve Gökaliler, 2019). Özellikle Instagram gibi görselliğin ön planda olduğu platformlarda, takipçi sayısı, beğeniler ve yorumlar bireylerin dijital benliklerini şekillendiren önemli unsurlar hâline gelmiş durumdadır. Kullanıcılar, çevresel onaya göre paylaşımlar yapmakta; zamanla bu dış yönlü onay ihtiyacı, içsel benlik duygusunun önüne geçebilmektedir. Bu da bireyde benlik karmaşası ve yapay kimlik algısının oluşmasına sebep olmaktadır (Karataş Çelik, 2020). Dijital benlik, bireyin çevrim içi platformlarda kendini temsil ettiği ve etkileşimde bulunduğu kimlik biçimlerini kapsamaktadır; burada birey sadece kendini göstermenin ötesinde, sunulan kimliği aktif olarak denetleyerek ideal bir benlik kurgusu oluşturmakta ve sürdürmektedir (Akpınar ve Karakoç, 2022). Beğenilme arzusu,

* Psikolog, elif.korkmazz@outlook.com

** Psikolog, ecrin_drn2000@hotmail.com

onaylanma ihtiyacı ve görünür olma çabası, dijital benliğin şekillenmesinde merkezi bir rol oynamaktadır (Çakır ve Temir, 2022). Ancak bu sürecin sonunda bireyin çevrim içi sunumu ile içsel gerçekliği arasında önemli bir fark, hatta bir uçurum meydana gelebilmektedir (Hepekiz ve Gökali, 2019). Oluşan uçurum, sosyal karşılaştırma, onay bağımlılığı, yalnızlık, mahremiyetin aşınması ve psikolojik kırılganlık gibi pek çok sorunu beraberinde getirmektedir (Arıkan, 2023).

Bu çalışmanın amacı, dijital benlik kavramının teorik altyapısını derinlemesine açıklamak ve sosyal medya platformlarının bireylerin benlik sunumu üzerindeki psikolojik etkilerini incelemektir (Karataş Çelik, 2020). Özellikle benlik saygısı, mahremiyet algısı, sosyal karşılaştırma, yalnızlık ve siber zorbalık gibi temalar temel alınarak, dijital kimlik inşasının bireylerin ruh sağlığı üzerindeki yansımaları ele alınmaktadır (Gulmammadzada, 2019). Ayrıca influencer etkisi, görsel içerik stratejileri ve dijital mahremiyetin dönüşümü gibi güncel kavramlar incelenerek, bireyin dijital dünyadaki varlığının çok katmanlı doğası kavranmaya çalışılmaktadır (Akpınar ve Karakoç, 2022).

Dijital Benlik Kavramı ve Evrimi

Benlik, bireyin kendisiyle ilgili duygu, düşünce ve değerlerini içeren çok katmanlı ve zaman içinde gelişen bir yapıdır. Psikoloji ve sosyoloji alanındaki bakış açılarına göre benlik sabit olmamakta, aksine sosyal ilişkilerle biçimlenmekte ve sürekli olarak yeniden inşa edilmekte olan bir süreç olarak vurgulanmaktadır. Geleneksel teorilerde bireyin kimliği büyük ölçüde yüz yüze etkileşimlerle şekillenmekteyken, bugün dijitalleşmeyle birlikte bu yapı çok daha karmaşık bir hâl almaktadır. Özellikle sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte benlik, artık sadece fiziksel ortamlarda değil; dijital mecralarda da görünür ve yeniden üretilebilir bir hâle gelmektedir (Kıran, 2021). Bu noktada çıkan “dijital benlik” kavramı, bireyin sosyal medya gibi çevrim içi platformlarda kendini nasıl sunduğuyla, ne şekilde temsil etmekte olduğuyla ve zamanla bu temsillerin benlik algısını nasıl dönüştürmekte olduğuyla doğrudan ilişkilidir. Dijital mecralar bireylere oldukça geniş bir tanıtım alanı sunmaktadır. Kullanıcılar burada sadece kim olduklarını sergilememekte, aynı zamanda kim olmak istediklerini de gösterebilmektedirler. Özellikle genç nesil için sosyal medya yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda bir kimlik sahnesi hâline gelmektedir (Yorgancılar, 2018). Bu da zamanla gerçek benlikle dijital benlik arasında farkların oluşmasına neden olabilmektedir. Sosyal medya ortamlarında kullanıcılar, kendilerini metinler, görseller, videolar ve farklı performans yollarıyla sunmaktadırlar. Sunumlar çoğu zaman estetik tercihlerle, takipçi kitlesinin beklentileriyle ve sosyal onay ihtiyacıyla şekillenmektedir (Suveren ve Zeren Kosal, 2021). Gündelik hayatta sahip olunan kimlik gerçekleri, dijital dünyada filtrelerle, özel içeriklerle ve belirli temalarla yeniden düzenlenmektedir. Örneğin TikTok’ta yapılan bir çalışmada kullanıcıların pek çoğunun içeriklerinde “gerçek benliklerinden farklı” roller üstlendikleri ve bilinçli olarak sahneledikleri bir kimlik olduğunu dile getirdikleri belirtilmektedir (Gül Ünlü vd., 2020). Bu durum, dijital benliğin çoğu zaman idealize edilmiş bir versiyon olarak çıktığını düşündürmektedir. Instagram özelinde yapılan araştırmalar, kullanıcıların benlik sunumlarını özellikle mekân tercihleri, sosyal çevreleri, yaşam tarzları ve görsel estetik üzerinden şekillendirmekte olduklarını ortaya koymaktadır (Çolak, 2022). Beğeni sayıları, yorumlar ve takipçi artışı gibi unsurlar, bireyin neyi nasıl paylaşmakta olduğunu etkileyebilmektedir. Bu da zamanla dijital benliği kişisel bir ifade biçiminden çok, izleyicilerin beklentilerine göre düzenlenmekte olan bir performansa dönüştürebilmektedir. Kısacası dijital benlik artık yalnızca bireyin kendini anlattığı bir alan değil, aynı zamanda sosyal normlarla şekillenmekte olan bir gösteri alanı hâline gelmektedir. Sürekli sunum ve izlenebilirlik hâli, mahremiyetin de yeniden tanımlanmasını

beraberinde getirmektedir. Artık insanlar sadece nasıl görünmek istediklerine değil, nerede görünmemek istediklerine dair de kararlar almak durumunda kalmaktadır (Suveren ve Zeren Kosal, 2021). Bu da dijital kimlik inşasını hem bireysel hem toplumsal bir müzakere sürecine dönüştürmektedir.

Sonuç olarak dijital benlik, yalnızca sanal ortamlardaki bir temsil olmamakta; toplumsal ilişkiler, estetik beğeniler, görünür olma arzusu ve mahremiyet stratejilerinin kesişiminden oluşan çok katmanlı bir yapı niteliği taşımaktadır. Sosyal medya, bireylere kendilerini ifade etmek için geniş imkânlar sunmakta olsa da bu süreç, aynı zamanda bireylerin sosyal onay ve kabul görme kaygısıyla hareket etmelerine neden olabilmektedir. Böylece dijital çağda benlik, yalnızca içsel bir yapı değil, aynı zamanda dışsal beklentilerle şekillenmekte olan sosyal bir ürüne dönüşmektedir.

Sosyal Medyada Benlik Sunumu

Sosyal medya platformları, bireylerin kendilerini sahnelemekte, kimliklerini yeniden kurgulamakta oldukları dijital ortamlardır. Burası sadece iletişim kurma alanı değil, aynı zamanda görünür olma, kabul görme ve aidiyet hissetme ihtiyacının karşılanmakta olduğu aktif bir sahne niteliği taşımaktadır (Çakır ve Temir, 2022). Birey, burada içerik üretirken aynı zamanda “nasıl görünmek istediğini” planlamakta ve bu sürece akademik çalışmalarda benlik sunumu denilmektedir (Gulmammadzada ve Işıklı, 2020). Goffman’ın dramatik benlik yaklaşımına göre, sosyal medyada da birey bir “sahne” üzerindedir. Instagram profili, TikTok videosu ya da Twitter paylaşımı bu dijital sahne aracını oluşturmaktadır ve sahne arkasında gerçek, gündelik benlik bulunmaktadır. Bu sunum kimi zaman bilinçli bir tercih olarak yapılmakta, özenle seçilmiş fotoğraflar, yazılı biyografiler, zamanlı paylaşımlar gibi unsurlar bu sürecin bir parçası olmaktadır. Ancak çoğu zaman farkında olmadan da gerçekleşmektedir. Örneğin “mutlu”, “başarılı” veya “meşgul” görünmek isteyen birey, yaşamdaki bu halleri öne çıkaran içerikler paylaşmakta ve zamanla bu sunum, kişinin benlik algısını da dönüştürmektedir. Sosyal medyadaki benlik sunumu sürecinde yalnızca bireysel tercihler değil, aynı zamanda platformların yapısı, görsel odaklı oluşu ve algoritmalar da içerik biçimini şekillendirmektedir (Çakır ve Temir, 2022). Instagram gibi platformlarda filtreler, poz düzenlemeleri ve estetik kompozisyonlar belirli bir yaşam tarzını temsil etmekte ve bu durum, kullanıcıların beden algısı ile sosyal kimlik sunumu üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Karaçelik, 2021). Takipçi sayısı, beğeni ve etkileşim düzeyi gibi ölçümler, dijital benliği şekillendirmekte olan sosyal dinamiklerdir. Kullanıcılar içeriklerini bu verilere göre yeniden biçimlendirmekte; özellikle influencerlar, yüksek takipçi ve etkileşimleri sayesinde sosyal normları belirlemektedir. Takipçiler, bu kişileri rol model olarak görmekte ve bu durum, benlik sunumunda yönlendirici bir etkiye dönüşmektedir (Kırık, 2020). Bu influencer etkisi sadece kimlik aktarımı değil, aynı zamanda aidiyet duygusu ve estetik fikir edinme süreci olarak da değerlendirilmektedir. Kullanıcı, benliğini değiştirmekten ziyade onu “daha kabul gören” bir biçimde sunmaktadır (Değer ve Nazlı, 2022). Diğer bir önemli boyut ise mahremiyetin dönüşümüdür. Kullanıcı giderek daha fazla kamusallaşmakta; yeme-içme alışkanlıkları, ilişkiler, seyahatler ve hatta çocuk fotoğrafları gibi özel yaşam unsurlarını açığa çıkarmaktadır. Gönüllü ifşa hali, bireyin kendilik sınırlarını bulanıklaştırmakta ve duygusal tükenmeye yol açabilmektedir. Ayrıca “dikizleme kültürü” içinde kişiler yalnızca kendilerini sunmamakta, aynı zamanda başkalarının hayatlarını izlemekte, karşılaştırmakta ve kendi kimliklerini bu kıyaslamalar üzerinden değerlendirmektedir. Bu zihinsel döngü, özellikle çocuklar ve gençler açısından mahremiyet ile kimlik gelişimini tehdit etmektedir (Çakır ve Temir, 2022). Tüm bu süreçler doğrultusunda, sosyal medya kullanıcılarının artık yalnızca içerik üreticisi değil, aynı zamanda sosyal düzenleyici, estetik kurucu ve kimlik mimarı

oldukları söylenebilmektedir. Dijital benlik sunumu, bireyin dijital topluluklarda nasıl bir yer edinmek istediğinin doğrudan bir dışavurumu olarak değerlendirilmektedir (Gulmammadzada ve Işıklı, 2020).

Sosyal Medyanın Psikolojik Yansımaları

Sosyal medya, bireylere kendilerini ifade etmekte, sosyalleşmekte, bilgiye erişmekte ve ortak ilgi alanlarına sahip kişilerle etkileşim kurmakta dijital bir alan sunmaktadır. Ortamlar psikolojik ihtiyaçlara cevap verme potansiyeli taşımakta ancak aynı zamanda zihinsel sağlığı tehdit edici bazı riskleri de barındırmaktadır. Bu nedenle sosyal platformlar hem fırsat hem de tehdit anlamında çift yönlü bir yapı sergilemektedir. Sosyal medya kullanımının yarattığı psikolojik etkiler yalnızca geçirilen zamanla değil, içeriklerin niteliği ve bireyin platformla kurmakta olduğu ilişki biçimiyle de şekillenmektedir. Genç kullanıcılar arasında sıkça gözlemlenmekte olan sosyal karşılaştırmalar, kıskançlık, öz değersizlik ve yetmezlik duygularını tetikleyebilmektedir. Bireysel kıyaslamalar özellikle öz saygı düzeyi düşük bireylerde depresif belirtilere yol açabilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı yüksek gençlerin yalnızlık ve yaşam doyumu açısından daha olumsuz sonuçlar yaşadığı saptanmıştır (Yüksel ve Çini, 2020). Sosyal medya, daha fazla bağ kurmak isteyen bireyleri paradoksal biçimde duygusal izolasyona sürüklemektedir. Benzer bir çalışmada sosyal medya bağımlılığı arttıkça yalnızlık düzeyinde artış gözlemlenmektedir (Balcı vd., 2024). Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan başka bir araştırmada sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile depresyon ve yalnızlık arasında anlamlı ilişkiler bulunmakta, bağımlılığın depresyonu yaklaşık %8, yalnızlığı ise %3 oranında açıkladığı belirlenmektedir (Can ve Kavak Budak, 2021). Bu veriler, sosyal medya kullanımı arttıkça bireyin içsel dengesinin zorlanmakta olduğunu açık biçimde göstermektedir. Sosyal medya bağımlılığı yalnızlıkla bağlantı taşımakta ve yoğun gündem ile içerik maruziyeti gerçek yaşam memnuniyetini azaltmaktadır. TikTok gibi platformlar özelinde yapılan çalışmalarda duygusal ve sosyal yalnızlığın TikTok bağımlılığı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Balcı vd., 2024). Yüzeysel etkileşimler sıcak ve derin sosyal bağ kurma ihtiyacını karşılayamamakta, birey bu nedenle kendini daha da yalnız hissetmektedir. Bu olumsuz etkilerin yanı sıra sosyal medya doğru şekilde kullanıldığında bazı bireyler için psikolojik destek sağlayan bir araç hâline de gelebilmektedir. Hastalık, kayıp veya benzer deneyimler yaşamış kişilerin bir araya geldiği çevrim içi gruplar duygusal dayanışmayı artırabilmektedir. Ancak bu potansiyelin gerçekleşmesi kullanıcıların içsel farkındalık düzeyine, dijital okuryazarlığına ve platform kullanım amacına bağlı olarak değişmektedir. Sosyal medya platformları, beğeni ve yorum gibi geri bildirim araçlarıyla bireylerin dış onay arayışlarını körüklemektedir. Dışsal değerlendirmeler zamanla içsel değerlere baskın hâle gelmekte ve benlik değerinin başkalarının değerlendirmelerine endekslenmesi öz-yeterlilik duygusunda zayıflamaya neden olmaktadır. Bu durum kırılğan benlik yapısının gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Özellikle genç bireylerde bu sürekli onay bekleme hâli psikolojik sağlamlığı aşındırmaktadır. Öte yandan sosyal medyada paylaşımlarına gelen geri dönüşleri bir tatmin kaynağı olarak değil, bilgi alışverişi, destek veya empati olarak değerlendirmekte olan kullanıcılar daha az kırılğan bir ruh hâli sergilemektedir. Sosyal medyanın psikolojik etkileri tamamen bireyin platformla kurmakta olduğu ilişkiye bağlı olarak değişmektedir. İçeriğe yaklaşım biçimi, kullanım amacı, bireyin psikolojik özellikleri ve dijital okuryazarlık düzeyi bu yapının belirgin şekillenmesinde etkili olmaktadır.

Sosyal Karşılaştırma ve Yetersizlik Hissi

Sosyal medya, modern bireyin kendini en iyi şekilde yansıtmayı hedeflemekte olduğu bir sahneye dönüşmektedir. İnsanlar mutlu anlarını, başarılarını veya çekici yönlerini paylaştıkça bu

platformlarda izleyen bireyler şahsi yaşamlarını söz konusu paylaşımlarla karşılaştırma eğilimine girmektedir. Çoğu kez bu karşılaştırma, kendisinden daha iyi olduğunu düşündüğü profillere karşı yapılmakta ve bu durum “yukarı doğru sosyal karşılaştırma” olarak adlandırılmaktadır. Yukarı doğru kıyaslamanın en önemli özelliği bireyin kendisine dair algısını hızla sarsabilmesidir. Özellikle kimlik gelişiminin aktif olduğu genç ve ergen bireyler için bu durumun çok daha yıkıcı etkileri olabilmektedir. Çünkü bu yaş gruplarında kişilik ve öz algısı dışsal geri bildirimlerle şekillenmektedir. Örneğin, Instagram’da ideal yaşam anlarını sergileyen paylaşımlar karşısında kullanıcı kendisini eksik, yetersiz ve değersiz hissedebilmektedir. Bu durum yaşam doyumu, genel mutluluk seviyesi ve benlik saygısı üzerinde negatif etkiler oluşturmaktadır. Ayrıca sosyal medyada geçirilen sürenin artması genellikle çevresel onay ihtiyacını da körükleyebilmektedir. Öz şüphe düzeyi yüksek bireyler “Ben gerçek anlamda başarılı mıyım?” ve “Herkes kadar mutlu ve güzel miyim?” gibi soruları kendilerine sıkça sormakta ve dış geri bildirimlerin etkisine daha savunmasız hâle gelmektedirler. Bu kişiler başkalarının başarıları karşısında kendi yetersizliklerini çokça sorgulamakta ve benlik saygısı düşüşü yaşamaktadır. Dahası farkında olsalar bile bu filtrelenmiş içeriklerin duygusal etkisinden tamamen korunmak pek mümkün olmamaktadır. Çünkü güzel görünen her paylaşım “keşke ben de” duygusuna kapı aralamaktadır. Ergenler arasında sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Uzun vd., 2016). Yüksek bağımlılık düşük öz saygı ve daha az sosyal destek algısıyla görülmekte ve Facebook ile Instagram gibi görsel odaklı platformlarda geçirilen süre uzadıkça benlik saygısı düşmektedir. Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan benzer bir çalışmada da sosyal medya bağımlılığı ile yalnızlık ve yaşam doyumu arasında olumsuz ilişki saptanmıştır. Bu durum kullanıcıların sosyal medyada kendilerini yalnız ve mutluluk algısının yetersiz olduğu bir yerde konumlandırmakta olduklarını göstermektedir (Yüksel ve Çini, 2020). Dijitalleşen dünyada yaşanan sorunların temeline inildiğinde bazı temel dinamikler ortaya çıkmaktadır. Birincisi sosyal medyanın yapısı kullanıcıyı pozitif içeriklere teşvik etmektedir. Reklamlar, filtrelenmiş paylaşımlar, hashtagler ve en iyi an vurguları sürekli güzel görünen hayatlar yaratmaktadır. İkincisi bu durum bireyi sürekli daha fazlasına sahip olma ihtiyacına itmektir. “Beğeni”, “yorum” ve “takipçi” gibi dijital ödüller bireyin kendi öz değerinin ölçütü hâline gelebilmektedir. Böylece kişi kendi değerini içsel özelliklere dayandırmak yerine dışsal geri bildirimlerle beslemeye başlamaktadır. Bu durum uzun vadede psikolojik kırılganlığın artmasına sebep olmaktadır. Özellikle öz şüphesi yüksek bireyler dışsal onaylarla doğrulanmaya ihtiyaç duymaktadır. Beklenen beğeni gelmezse kaygı, stres ve anksiyete gibi psikolojik sıkıntılar ortaya çıkmaktadır. Dahası bu kullanıcılar “paylaşım sıkıntısı” ya da “püf nokta performansı kaygısı” yaşayabilmekte ve her paylaşımdan önce ne zaman, nasıl ve hangi filtreyle yapacaklarını planlamaktadırlar. Bu da sosyal medyayı bir destekten ziyade yük hâline dönüştürmekte ve sahte kimliği desteklemektedir (Erez ve Ağırkan, 2024). Fakat sosyal medya karanlık ve tek yönlü değildir. Doğru, bilinçli ve destekleyici kullanıldığında bireye psikolojik güç de sağlayabilmektedir. Benzer yaşam deneyimlerine sahip kişilerin oluşturduğu gruplar empati ve paylaşım temeline dayanmaktadır. Destekleyici topluluklar kendini yalnız hissetme duygusunu azaltmakta, aidiyet duygusunu güçlendirmekte ve benlik saygısını desteklemektedir (Yüksel-Şahin ve Öztoprak, 2019). Örneğin hastalık, kayıp ya da özel ilgi grupları bireylerin duygusal dünyasını destekleyici bir alan sunmaktadır. Bu nedenle sosyal medya kullanımında dikkat edilmesi gereken unsur farkındalıktır. Kullanım amacı, niyet ve içerikle kurulan ilişki bireyin ruh sağlığına olumlu ya da olumsuz yönde etki edebilmektedir. “Günün ne kadarını ne amaçla harcıyorsun?”, “Paylaşım yaparken nasıl hissediyorsun?” ve “Beğenilerin düşmesi seni nasıl etkiliyor?” gibi soruları bireylerin kendilerine sormaları gerekmektedir. Sonuç olarak sosyal medya sosyal karşılaştırma ve yetersizlik hissi açısından dikkatlice yönetilmesi

gereken bir alan olarak görülmektedir. Yukarı doğru kıyaslama, idealleştirme ve dışsal onaya bağımlı kullanım zihinsel sağlığı tehdit etmekte, destekleyici kullanım ise empati ve aidiyet arayışını karşılayabilmektedir. Bilinçli tercihler yapılmakta ve dijital ürünlerle sağlıklı ilişki kurulmakta ise sosyal medya bireye hem katkı sağlamakta hem de yaşam doyumunu artırabilmektedir.

Yalnızlık ve Sosyal İzolasyon

Dijital çağın en büyük çelişkilerinden biri şurada yatar: Herkes birbiriyle sürekli bağlantıda gibi görülmekte ama kendini yalnız hissedenlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Telefonumuz hiç susmaz, bir yandan mesajlar yağar diğer yandan bildirimler patlar ama içimizde derin bir sessizlik bulunmaktadır (Çelik ve Odacı, 2012). Bu durumu bazı uzmanlar “yalnız beraberlik” diye tanımlamaktadır. Çünkü çevrim içiyiz belki ama gerçekten “bağlı” mıyız? (Cosgrove, 2023). Sosyal medyada tanıdığımız onlarca insanın hayatına dokunur gibi hissederiz ama çoğu zaman sadece ekranın yüzeyinde kalmaktadır (Ozimek, 2024). Gerçek dostluklar, içten sohbetler, yüz yüze kurulan ilişkiler azalmaktadır (Marttila, 2021). Sanki herkes yaşıyor, bir tek biz duruyoruz gibi gelmektedir. Oysa belki onlar da aynı hissi yaşamaktadırlar. Sosyal medya, kimsenin gerçeğini değil, sadece gösterisini izlettirmektedir (Ozimek, 2024).

Siber Zorbalık ve Olumsuz Deneyimler

Sosyal medya, insanlara seslerini duyurma, düşüncelerini ifade etme, bir fotoğrafla anılarını paylaşma fırsatı sunmaktadır. Bu görünüşte özgür ortam, zaman zaman oldukça karanlık bir hâl almaktadır. Çünkü dijital dünya, sadece paylaşım yapılan bir alan değildir. İnsanlar, ekranın arkasına saklandıklarında, söylediklerinin karşı tarafta nasıl yaralar açabileceğini çoğu zaman umursamamaktadır (Cosgrove, 2023; Yue, 2021). Bazen bir yorum, bir emoji, bir etiketleme; hepsi birleşip, birini içten içe eritmeye yetmektedir. Kimi zaman bu saldırılar alayla, kimi zaman doğrudan tehditlerle gelmektedir. Bunlar sadece ekranda kalmaz, bireyin iç dünyasında yankılanıp derin izler bırakmaktadır (Slonje ve Smith, 2008).

15 yaşında bir kız öğrenci, sınıf arkadaşlarıyla çekildiği bir fotoğrafı Instagram’a yükler. Fotoğrafın altına gelen yorumlar: “Filtre bile kurtarmamış seni”, “çok kilo almışsın”, “midem bulandı.” Gülüp geçmeye çalışır önce ama sonra o fotoğrafı siler. Birkaç gün sessizleşir; göz teması kurmaktan kaçır, okula gitmek istemez ve kimse onun neden böyle hissettiğini tam olarak anlamaz. Çünkü yazılanlar uçup gitmiş gibi görünse de içindeki izler yerli yerinde durmaktadır. Siber zorbalık öyle bir şey ki; ne zaman, kimden ve ne şekilde geleceğini anlayamamaktayız. Üstelik saldırganlar çoğu zaman anonim bu da mağdur için tehdidin sürekli olduğu hissini doğurmaktadır (Slonje ve Smith, 2008). Uyandığında, ders çalışırken, uyumaya çalışırken her an bir mesaj, bir etiket, bir paylaşım ile ruhunu hedef almaktadır.

Dijital ortamda yaşanan bu zorbalıklar, zamanla kişinin benlik saygısını, sosyal ilişkilerini ve hatta hayata tutunma isteğini zedelemektedir (Kowalski vd., 2014). Başlangıçta sadece “laf” gibi görünen saldırılar, zamanla depresyona, içe kapanmaya ve maalesef bazı bireylerde intihar düşüncelerine kadar gitmektedir (Slonje ve Smith, 2008). Pandemi süreciyle birlikte çevrim içi hayatın artması, bu tür zorbalıkların daha da görünür hâle gelmesine neden olmuştur (Cheng vd., 2017). Ama mesele sadece “görünürlük” değil; bu görünmeyen yaraların ne kadar derinleştiği. Bazen bir telefon ekranı insanın en savunmasız olduğu yer hâline gelebilmekte ve hiçbir filtre, o kırılmış benlik algısını düzeltmeye yetmemektedir (Jane, 2017).

Sosyal Medya Bağımlılığı ve Aşırı Kullanım

Sosyal medya, ilk başta eğlenmek, haber almak ya da arkadaşlarla bağlantıda kalmak için kullanılan bir araç olarak düşünülmüştür (Kuss ve Griffiths, 2017). Zamanla kullanılan araç, birçok kişi için neredeyse yaşantının merkezine yerleşmiştir. Artık ekran karşısında geçirilen zaman, sadece bir alışkanlık değil; çoğu zaman kontrol edilemeyen bir ihtiyaç hâline gelmiştir. Yaşanılan durum, bireyin sosyal medya ile kurduğu ilişkinin bağımlılık düzeyine ulaştığını göstermektedir (Montag ve Walla, 2016). Kendini sürekli çevrim içi hissetme hâli, zihinsel olarak bir tür uyarılmışlık yaratmaktadır. Bildirim sesiyle irkilmek, yeni bir içerik akışı geldikçe dikkatini oraya yönlendirmek, sonunda kişiyi dijital dünyadan kopamaz hâle getirmektedir (Alter, 2017). Günün büyük bir kısmını ekran başında geçirmek, yalnızca zamanı tüketmekle kalmamakta; aynı zamanda dikkat, odaklanma ve duygusal denge üzerinde de ciddi tahribat yaratmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017).

Kişi bağımlılığın farkında olsa bile bu döngüden çıkmakta zorlanmaktadır (Turel vd., 2011). Çünkü sosyal medya, sadece bir zaman geçirme alanı değil; aynı zamanda, bireyin varoluşunu gösterdiği, etkileşim aldığı, kimliğini kurduğu bir yer hâline gelmiştir. Çevrim dışı kalma durumu, zamanla bireyde bir eksiklik hissi yaratmakta ve bu his, bazı durumlarda kaygı bozukluğuna kadar ilerleyebilmektedir (Boyd, 2014). Zamanla bireyin çevrim içi kimliği, gerçek yaşamdaki benliğinin önüne geçmeye başlar; insanlar, nasıl göründüklerini ve nasıl algılandıklarını sürekli kontrol ederken, içsel benliklerini geri plana atmaktadır (Turkle, 2011). Dolayısıyla ilişkilerin yüzeyselleşmesine, yalnızlaşmaya ve duygusal tükenmişliğe zemin hazırlamaktadır (Twenge, 2017). Üstelik bu yalnızca ruhsal sağlığı etkilemezken fiziksel yorgunluk, uyku bozukluğu, akademik veya mesleki performansta düşüş gibi birçok alanda da etkisini göstermektedir (Andreassen, 2015). Bildirimlerle bölünen bir dikkat, geciken uyku saatleri, ertelenen işler ve zihinsel yorgunluk bir araya geldiğinde kişi hem dış dünyadan hem de kendinden uzaklaşmaya başlamaktadır. İşte bu noktada sosyal medya, araç olmaktan çıkıp bireyin yaşamını yönlendiren bir alışkanlığa dönüşmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017).

Gerçekçi Olmayan Standartlar ve Beden Algısı

Sosyal medya, güzellik ve beden algısına dair gerçekçi olmayan beklentileri her gün yeniden üretmeye devam etmektedir. Filtrelerle kusursuzlaştırılmış yüzler, uygulamalarla inceltilmiş bedenler ve dikkatle seçilmiş pozlar arasında kişi kendi gerçekliğinden uzaklaşmaktadır. Özellikle genç bireyler, bu estetik bombardımanı altında zamanla bedenlerini bir proje gibi görmeye başlamakta; sürekli düzeltilecek, geliştirilecek bir “şey” olarak kendini olduğu hâliyle kabul etmek giderek zorlaşmaktadır (Perloff, 2014). “Nasıl görünmeliyim?” sorusu, “Nasıl hissediyorum?”un önüne geçmektedir. Sabah aynaya bakan biri, sosyal medyada gördüğü “pürüzsüz” ciltleri düşündüğünde kendi yüzünü beğenmemeye başlamaktadır. Bu algı kırılması zamanla benlik saygısını zedelemektedir (Brasil, 2024). Kişi, gerçek bedenini değil; başkalarının sunduğu “ideal” kalıpları ölçüt almaya başlamaktadır. Ölçütlere ulaşmak neredeyse imkânsızdır. İşte tam bu noktada, medya okuryazarlığı ve farkındalık devreye girmelidir (Kurz, 2022). Aksi halde, insan kendi bedenine yabancılaşmaya başlamakta; aynaya baktığında gördüğü kendisi değil, karşılaştırmaların gölgesi olmaktadır (Brasil, 2024).

Narsistik Kişilik Eğilimleri

Sosyal medya, bireyin kendini ifade etme özgürlüğünü artırırken, zamanla bu ifade alanı “gösteri” alanına dönüşmektedir. Beğenilme arzusu, görünür olma isteği ve dikkat çekme çabası,

bazı bireylerde narsistik eğilimlerin öne çıkmasına neden olmaktadır (Marwick, 2013). Artık değer görmek için derin bağlar kurmak, içten bir karakter ortaya koymak değil; dikkat çekici içerikler üretmek daha belirleyici hâle gelmektedir. Bugün birçok kişi, sosyal medyayı kendini sürekli yeniden inşa ettiği bir sahne gibi kullanmaktadır. Bu sahnede daha çok alkış almak adına, paylaşımlar daha stratejik, görüntüler daha çekici hâle gelmektedir (Senft, 2013). Böylece birey, zamanla gerçek benliği ile dijital imajı arasındaki çizgiyi kaybetmektedir. Kim olduğunu değil, kim gibi görünmek istediğini sergilemektedir. Araştırmalar, internetin sunduğu ifade olanaklarının narsistik yönelimleri destekleyebildiğini göstermektedir. Özellikle beğeni sayıları, takipçi oranları ve anlık geri bildirim sistemleri bireyin dış onay ihtiyacını beslemektedir. Kendini sürekli göstermeye, her yeni içerikte bir öncekinin üstüne çıkmaya itmektedir. Bu döngü, kişinin içsel dengeyi korumasını zorlaştırmaktadır (Buffardi ve Campbell, 2008). Ancak tüm sosyal medya kullanıcılarının narsistik özellikler sergilediğini söylemek doğru değildir. Eğilim; bireysel özelliklere, toplumsal beklentilere ve platform kültürüne göre değişkenlik göstermektedir. Önemli olan, kişinin dijital benliği ile içsel benliği arasındaki dengeyi kurabilmesidir. Aksi hâlde, birey gerçekten görünmeden yalnızca görünür olma çabasında kaybolmaktadır (Kiraly ve Demetrovics, 2017).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan çalışma sosyal medyanın bireyin dijital benlik inşasındaki rolünü ve bu sürecin psikolojik sonuçlarını çok boyutlu biçimde ele alarak önemli bir katkı sunmaktadır. Bulgular, sosyal medyanın yalnızca bir iletişim aracı değil; aynı zamanda bireyin kimliğini kurguladığı, dışsal onay beklentisini beslediği ve gerçek benliğiyle dijital kimliği arasında çatışmalar doğurduğu bir alan hâline geldiğini göstermektedir.

Özellikle genç bireyler açısından değerlendirildiğinde, sosyal medyada geçirilen zamanın artmasıyla birlikte, benlik sunumlarının daha stratejik ve idealize edilmiş hâle geldiği görülmektedir (Kıran, 2021). Bu durum, bireyin öz-değeri üzerinde baskı oluşturmakta ve zamanla içsel dengeyi zedelemektedir (Gilbert ve Irons, 2005). Araştırma kapsamında değerlendirilen örneklerde, sosyal karşılaştırmaların yoğunlaştığı, dijital performans baskısının arttığı ve sosyal onay ihtiyacının belirleyici bir unsur hâline geldiği gözlemlenmiştir. Sosyal medya platformlarında gösterilen kimlik temsillerinin çoğunlukla gerçeklikten uzak, filtrelenmiş ve seçilmiş anların yansıması olduğu düşünüldüğünde; bu tür dijital içeriklerin bireyde kıyaslama, yetersizlik hissi ve duygusal tükenmişlik yaratma potansiyeli taşıdığı düşünülmektedir (Perloff, 2014). Gerçek benlikten uzaklaşma yalnızca ruhsal sorunlara değil; aynı zamanda toplumsal ilişkilerde yüzeyselleşme ve aidiyet duygusunun zayıflamasına da yol açmaktadır (Turkle, 2011). Yapılan analizler, narsistik eğilimlerin, beden algısındaki bozulmaların, yalnızlık hissinin ve siber zorbalık deneyimlerinin, sosyal medyada geçirilen sürenin artmasıyla birlikte daha görünür hâle geldiğini ortaya koymaktadır (Slonje ve Smith, 2008). Sosyal medya, bir yandan bireyin ifade özgürlüğünü desteklerken diğer yandan dijital kimliği üzerinde kontrol kurmakta ve bireyi algoritmaların şekillendirdiği bir vitrin performansına zorlamaktadır. Sonuç olarak, bu araştırma dijital benlik sunumlarının bireyin psikolojik bütünlüğü açısından taşıdığı risklere dikkat çekmekte ve sosyal medya kullanımında eleştirel farkındalığın artırılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bireylerin dijital ortamlarda daha sağlıklı varlık gösterebilmeleri için medya okuryazarlığı, dijital mahremiyet ve dijital denge konularında bilinçlendirme çalışmaları büyük önem taşımaktadır. Sosyal medya ile kurulan ilişkinin niteliği, bireyin ruhsal iyilik hâli üzerinde belirleyici bir etkidir.

Sosyal medyanın bireyin benlik algısı üzerindeki etkileri, yalnızca bireysel tercihlerle açıklanamayacak kadar karmaşık sosyal, kültürel ve teknolojik dinamiklere dayanmaktadır. Bugün sosyal medya, bireyler için yalnızca bir iletişim ortamı değil aynı zamanda onay arayışının, kendilik sunumunun ve sosyal karşılaştırmaların yoğunlaştığı bir sahne hâline gelmektedir. Özellikle genç bireylerde güne sosyal medyaya göz atarak başlamak hem alışkanlık hâlini almış hem de kimlik inşasının dijital alanda sürdürüldüğü bir ritüele dönüşmüştür. Bu durum, bireyin kendi gerçekliği ile platformlarda sunulan "idealleştirilmiş yaşamlar" arasında bir boşluk hissetmesine neden olmaktadır (Vogel vd., 2014).

Bireylerin dijital ortamda karşılaştıkları içerikleri yalnızca tüketen değil; aynı zamanda eleştirel olarak değerlendirebilen bireyler hâline gelmesi için medya okuryazarlığının kapsamı genişletilmelidir. Medya okuryazarlığı yalnızca bilgi doğrulama değil aynı zamanda bireyin kendini tanıması, duygusal tepkilerini fark etmesi ve çevrim içi deneyimlerini yönetebilme becerisi anlamına da gelmektedir (Perloff, 2014). Bu çerçevede, okullarda dijital vatandaşlık, çevrim içi mahremiyet, siber zorbalıkla başa çıkma ve dijital sınır koyma becerileri gibi konuların ders içeriklerine dâhil edilmesi önem arz etmektedir. Çocuk ve gençlerin teknolojiyle ilk teması çoğu zaman denetimsiz ve yönlendirilmemiş biçimde gerçekleştiğinden eğitim sisteminin bu boşluğu bilinçli şekilde doldurması gerekmektedir. Psikolojik danışmanlık birimlerinin dijital zorlanmalar konusunda danışanları yönlendirmesi, bireyin çevrim içi ortamda karşılaştığı zorluklara karşı direnç kazanmasını sağlayacaktır (Slonje ve Smith, 2008). Sosyal medya platformları da kullanıcı psikolojisine duyarlı algoritmalar geliştirmeli ve ekran süresi, içerik tekrarı, bildirim sıklığı gibi unsurları yeniden yapılandırmalıdır. Platformların, kullanıcı etkileşimini artırma hedefiyle sürekli çevrim içiliği tetikleyen sistemleri; bireyin dikkat, odaklanma ve duygusal sağlığı üzerinde uzun vadeli riskler oluşturmaktadır. Bu noktada kullanıcı sağlığını önceleyen teknolojik önlemler (ekran süresi sınırlayıcılar, bildirim kontrol araçları, mola hatırlatıcıları) yaygınlaştırılmalıdır (Andreassen, 2015). Sosyal medya ile gerçek yaşam arasında sağlıklı sınırlar kurmak, dijital çağın getirdiği belki de en büyük psikolojik becerilerden biridir. Bireylerin yalnızca görünür olmakla yetinmeyip, aynı zamanda kendilerini duygusal olarak güvende hissedecekleri çevrim içi alışkanlıklar geliştirmesi desteklenmelidir. Bu bağlamda dijital benlik, yalnızca “paylaşılan” değil; aynı zamanda “korunan” bir alan olarak da değerlendirilmektedir (Turkle, 2011). Teknoloji ile sağlıklı ilişkiler kurabilen bireyler, dijital dünyanın sunduğu olanakları psikolojik bütünlükleri bozulmadan kullanabileceklerdir.

Dijital kimlik, bireyin kendini ifade etmesine olanak sağlarken, aynı zamanda gerçek benlikle dijital yansıma arasındaki farkı büyütmektedir. Sosyal medya bireyi görünür kılarken, onun kusursuz görünme arzusu altında bastırılmasına da neden olmaktadır. Özellikle genç bireyler, çevrim içi ortamlarda kabul görmek adına paylaşımlarını sürekli güncellemekte, bu da dış onaya olan bağımlılığı artırmaktadır (Perloff, 2014). Günlük yaşamın sıradan anlarının bile sosyal medya için içerik hâline getirilmesi, kişinin içsel motivasyonlarını dışsal beğeniye göre biçimlendirmesine yol açmaktadır. Böyle bir ortamda birey, zamanla kendi değerlerini unutup başkalarının onayıyla var olmayı öğrenmekte ve hem benlik algısında hem de duygusal dengesin de kırılmalar meydana getirmektedir (Turkle, 2011). Sosyal medya, potansiyel olarak bireyin kendini ifade etmesi için güçlü bir araçtır ancak bu aracın bilinçsiz kullanımı, kişiyi kendi gerçekliğinden uzaklaştırmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya kullanımında sınır koyabilmek, başkalarının onayına bağımlı olmamak ve çevrim dışı ilişkileri ihmal etmemek, dijital çağın ruhsal sağlığını koruyabilmek için kritik öneme sahiptir (Vogel vd., 2014).

KAYNAKÇA

- Akpınar, G. ve Karakoç, E. (2022). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada Benlik Sunumlarının Belirleyicisi Olarak Narsisizm. *Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (29), 201–220.
- Alter, A. (2017). *Irresistible: The Rise Of Addictive Technology And The Business Of Keeping Us Hooked*. Penguin Press.
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2).
- Arıkan, H. A. (2023). Sosyal Medya Ve Online Benlik Sunumu: Instagram Kullanıcılarının Benlik Sunumlarının İncelenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi].
- Atay, S. (2009). Narsistik Kişilik Envanteri'nin Türkçeye Standardizasyonu. *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 181–196.
- Balcı, Ş., Pınarbaşı, T. E. ve Astam, F. K. (2024). Üniversite Gençliğinin TikTok Kullanımı: Duygusal Ve Sosyal Yalnızlık İle TikTok Bağımlılığı Arasındaki İlişki. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 45, 100–121.
- Best, P., Manktelow, R. ve Taylor, B. (2014). Online Communication, Social Media And Adolescent Wellbeing: A Systematic Narrative Review. *Children And Youth Services Review*, 41, 27–36.
- Brasil, K. M. (2024). Social Media And Body Image: Relationships Between Appearance Focus And Self-Objectification Behaviors. *Body Image*, 48.
- Buffardi, L. E. ve Campbell, W. K. (2008). Narcissism And Social Networking Web Sites. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303–1314.
- Can, S. Y. ve Kavak Budak, F. (2021). Adölesanlarda Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon Ve Yalnızlığa Etkisi: Tanımlayıcı Çalışma. *Türkiye Klinikleri Hemşirelik Bilimleri Dergisi*, 13(4), 980–986.
- Cheng, J., Bernstein, M., Danescu-Niculescu-Mizil, C. ve Leskovec, J. (2017). Anyone Can Become A Troll: Causes Of Trolling Behavior In Online Discussions. *Proceedings Of The 2017 ACM Conference On Computer Supported Cooperative Work And Social Computing*.
- Cosgrove, J. (2023). The Impact Of Social Media Usage On Personal Satisfaction [University Honors Program Thesis, University Of Nebraska Omaha].
- Çakır, P. ve Temir, E. (2022). Sosyal Medyada Benlik Sunumu Ve Mahremiyet Kavramı İle İlişkisi: Nicel Bir Araştırma. *Yeni Medya*, 13, 205–228.
- Çelik, Ç. B., ve Odacı, H. (2012). Kendilik Algısı Ve Benlik Saygısının Problemli İnternet Kullanımı Üzerindeki Yordayıcı Rolü. *Education Sciences*, 7(1), 433–441. <https://doi.org/10.12739/10.12739>
- Çolak, K. (2022). Sosyal Medyada Görünür Olma Bağlamında Benlik Sunumu: Instagram'da Mekân Tercihleri Üzerine Bir Araştırma [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi].
- Değer, A. ve Nazlı, Ö. (2022). Influencerların Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerindeki Yönlendirici Etkisi. *İletişim Kuram ve Araştırma*, 33(1), 77–95.
- Erez S, Ağırkan M. A Model for Explaining Digital Addiction in Adolescents: The Role of Self-Perception, Social-Emotional Learning, Adolescent-Parent Relationship and Peer Relationships. *Bağımlılık Dergisi*. June 2024;25(2):180-190.
- Gilbert, P. ve Irons, C. (2005). Focused Therapies And Compassionate Mind Training For Shame And Self-Attacking. In P. Gilbert (Ed.), *Compassion: Conceptualisations, Research And Use In Psychotherapy* (pp. 263–325). Routledge.
- Gulmammadzada, U. (2019). Sosyal Medyada Gözlemci Etkisi İle Benlik Sunumu Arasındaki İlişki [Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi].
- Gulmammadzada, U. ve Işıklı, Ş. (2020). Instagram'da Benlik Sunumu: Takipçi Etkisi Üzerine Dramaturjik Bir İnceleme. *AJIT-E: Academic Journal Of Information Technology*, 11(43), 74–104.
- Gül Ünlü, D., Kuş, O. ve Göksu, O. (2020). "Videolarda Gerçek Hayattaki Gibi Değilim, Rol Yapmaktayım": TikTok Kullanıcılarının Benlik Performansları Üzerine Bir İnceleme. *Intermedia International E-Journal*, 7(12), 115–128.
- Henning-Thurau, T., Malhotra, E. C., Friege, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A. ve Skiera, B. (2010). The Impact Of New Media On Customer Relationships: From Bowling To Pinball. *Journal Of Service Research*, 13(3), 311–330.
- Hepekiz, İ. ve Gökallı, E. (2019). Sosyal Medya Aracılığıyla Yaratılan Kişisel Markalar Ve Benlik Sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 761–782.
- Jane, E. A. (2017). *Misogyny Online: A Short (And Brutish) History*. SAGE Publications.
- Karaçelik, H. (2021). Görsel İçeriklerin Estetik Etkisi: Instagram Filtre Kullanımının Beden Algısı Üzerindeki Yansımaları. *Bedensel İletişim Ve Toplum*, 2(2), 15–32.
- Karataş Çelik, A. (2020). Benlik Sunumu Bağlamında Sosyal Ağ Platformları: Instagram Örneği [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi].
- Kılıç, B., Kırılı, G. ve Ön Esen, F. (2017). Sosyal Medya Kullanımı Benlik Algısı İlişkisi: Turistik Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 70–85.
- Kırık, O. (2020). Influencerların Takipçileriyle Kurduğu Etkileşimin Sosyal Kimlik Üzerindeki Etkisi. *Sosyal Ağlar Ve Dijital İletişim Dergisi*, 5(2), 41–59.
- Kiraly, O. ve Demetrovics, Z. (2017). Internet Gaming Disorder And The DSM-5: Conceptualization, Diagnosis, And Treatment Considerations. *Current Addiction Reports*, 4(3), 308–313.
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N. ve Lattanner, M. R. (2014). Bullying In The Digital Age: A Critical Review And Meta-Analysis Of Cyberbullying Research Among Youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073–1137.
- Kurz, M. (2022). School-Based Interventions To Improve Body Image And Media Literacy: A Meta-Analytic Review. *Journal Of Adolescent Health*, 70(3), 259–270.
- Marttila, E. (2021). Does Excessive Social Media Use Decrease Subjective Well-Being? *Computers In Human Behavior*, 123, 106853.
- Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, And Branding In The Social Media Age*. Yale University Press.
- Montag, C. ve Walla, P. (2016). Carpe Diem Instead Of Losing Your Social Mind: Beyond Digital Addiction And Why We All Suffer From Digital Overuse. *Cogent Psychology*, 3(1), 1157281.
- Ozimek, P. (2024). Social Media Friends, More Life Satisfaction? Why Fear Of Missing Out Matters. *Current Psychology*. Advance Online Publication.
- Perloff, R. M. (2014). Social Media Effects On Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives And An Agenda For Research.

- Senft, T. M. (2013). Microcelebrities And The Branded Self. In J. Hartley, J. Burgess ve A. Bruns (Eds.), *A Companion To New Media Dynamics* (pp. 346–354). Wiley-Blackwell.
- Slonje, R. ve Smith, P. K. (2008). Cyberbullying: Another Main Type Of Bullying? *Scandinavian Journal Of Psychology*, 49(2), 147–154.
- Suveren, Y. ve Zeren Kosal, A. G. (2021). Sosyal Medyada “Benliğin Sunumu”: Benlik Ve Mahremiyetin Sunumunun Bireysel Ve Toplumsal Anlamı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 1226–1241.
- Turel, O., Serenko, A. ve Giles, P. (2011). Integrating Technology Addiction And Use: An Empirical Investigation Of Online Auction Users. *MIS Quarterly*, 35(4), 1043–1061.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More From Technology And Less From Each Other*. Basic Books.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today’s Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—And Completely Unprepared For Adulthood*. Atria Books.
- Uzun, Ö., Yıldırım, V., ve Uzun, E. (2016). Dikkat Eksikliği Hiperaktivite Bozukluğu olan Ergenlerde Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Saygısı ve Algılanan Sosyal Destek İlişkisi. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3), 142–147. <https://doi.org/10.21763/tjfmpe.16425>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. ve Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, And Self-Esteem. *Psychology Of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222.
- Vural, Z. ve Bat, İ. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği. *Ege İletişim Dergisi*, 1(1), 15–29.
- Yorgancılar, S. (2018). Kültürün Yeniden Üretim Aracı Olarak Sosyal Medyanın Gençliğe Etkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 2511–2532.
- Yüksel, M. Y. ve Çini, A. (2020). Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık Ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 40, 66–85.
- Yüksel-Şahin, F., ve Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin benlik saygısına göre incelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı, 363–377.

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE AKRAN ZORBALIĞI

Hanife İnci PEŞKİRCİOĞLU*

GİRİŞ

Bundan birkaç yıl önce zorbalık çoğunlukla okul bahçesinde, sınıfta ya da teneffüslerde yaşanırken, bugün aynı dinamik sosyal medya aracılığıyla çocuğun evine kadar taşınmaktadır. Zorbalık artık okul saatleriyle sınırlı değil; ekranın ışığı yandıkça, her bildirimle yeniden canlanmaktadır. World Health Organization (2024) geniş ölçekli araştırmasına göre 11–15 yaş aralığındaki her altı çocuktan biri siber zorbalığa maruz kalıyor ve bu oran yıllar içinde artış göstermektedir. OECD’nin PISA verileri ise zorbalığın yoğun olduğu okullarda öğrencilerin kendilerini okul topluluğuna ait hissetmekte zorlandıklarını ortaya çıkarmaktadır. Bu durum olayın yalnızca “çocuklar birbirini kırıyor” diye küçümsenecek bir mesele olmadığını; aksine tüm okul ortamını zehirleyen ve çocukları her alanda savunmasız bırakan toplumsal bir sorun olduğunu göstermektedir (OECD, 2019). Zorbalık davranışını sergileyen çocuklar da empati yoksunluğu, dürtü kontrolü sorunları ve ailevi güçlükler nedeniyle uzun vadede risk altına girmektedir. Bu çalışmadaki amaç, zorbalığı ve özellikle sosyal medya aracılığıyla ortaya çıkan siber zorbalığı tüm boyutlarıyla ele almaktır. Zorbalık kavramının tanımı yapılarak, hangi türleri olduğu aktarılmıştır. Daha sonra zorbalığın sonuçları hem mağdur hem de zorba bireyler açısından incelendikten sonra zorbalığın zararlarını en aza indirmek için aile, öğretmenler ve uzmanların ne yapabileceği araştırılarak sunulmuştur. Amaç yalnızca akademik bir tablo çizmek değil; ebeveynlere ve eğitimcilere yol gösterecek, uygulanabilir öneriler sunmaktır.

Yaş Gruplarına Göre Zorbalık

İlkokul Dönemi (6–10 yaş)

İlkokul yıllarında çocuklar akran ilişkilerini yeni yeni öğrenmektedir. Arkadaş seçimi çoğunlukla “aynı oyunları oynayabilmek” üzerine kuruludur. Bu dönemde, zorbalık itme, saç çekme, “aptal” demek, sıradan eşyaları saklamak, oyunlarda dışlamak gibi daha çok fiziksel ve doğrudan sözel formlarda görülmektedir. Çocuklar sosyal ilişkilerde empatiyi henüz tam geliştirmediği için güç gösterisi daha görünürdür. Araştırmalar, 6–10 yaş arasında zorbalığa maruz kalan çocukların okul fobisi geliştirmeye daha yatkın olduğunu göstermektedir (Di Vincenzo vd., 2024). Çocuk okula gitmek istemez, mide ağrıları ya da baş ağrılarıyla tepki verir. Bu dönemde ebeveynlerin en çok dikkat etmesi gereken işaret, okula gitme isteksizliğidir.

Erken Ergenlik Dönemi (11–14 yaş)

Erken ergenlik dönemi kimlik arayışının ve akran onayının en yoğun olduğu yıllardır. Bu dönemde çocuk “Ben kimim? Başkaları beni nasıl görüyor?” gibi sorulara yanıt aramaktadır. Zorbalık bu dönemde daha çok ilişkisel ve siber formlara kayar. Arkadaş grubundan dışlanma, alaycı lakaplar, WhatsApp veya Instagram üzerinden yapılan sataşmalar yaygındır. Dünya Sağlık Örgütü’nün 2024 verileri, 11–13 yaş grubunun siber zorbalığa en sık maruz kalan yaş grubu

* Klinik Psikolog, inciincegul@gmail.com

olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun nedeni, bu yaşlarda sosyal medya kullanımının artmasına rağmen dijital güvenlik becerilerinin hâlâ zayıf olmasıdır. Çocuklar özel fotoğraf paylaşmanın risklerini tam bilmez; bu da onları outing (mahrem içeriklerin ifşası) gibi durumlara karşı savunmasız bırakmaktadır.

Orta ve Geç Ergenlik (15–18 yaş)

Bu dönemde ergenler daha karmaşık sosyal ilişkiler kurmaktadır: Romantik ilişkiler başlar, arkadaşlık bağları derinleşir. Zorbalık da buna paralel olarak daha incelikli ve bazen daha tehlikeli bir boyut kazanır. İfşa, kimlik gaspı, organize linç gibi dijital zorbalık biçimleri bu yaşlarda yaygınlaşmaktadır. Mahremiyetin ihlali (özel fotoğraf veya mesajların paylaşılması) bu dönemde en ağır etkileri doğurmaktadır. Bu yaş grubunda zorbalığın sonuçları da daha uzun vadeli olabilmektedir. Ayrıca, ergenin dijital itibarı bu dönemde çok önemlidir; sosyal medyada yaşadığı bir rezil olma deneyimi, okul hayatından sosyal çevresine kadar uzanan kalıcı etkiler bırakabilir. 16 yaşındaki bir genç, eski sevgiliyle paylaştığı özel mesajların ekran görüntülerinin tüm sınıf grubuna yayıldığını öğrenir ve yaşadığı utanç, hem sosyal ilişkilerini hem de okul başarısını derinden etkiler bazı durumlarda sosyal içe çekilme ve intihara kadar uzanan bir depresyon dönemi görülebilir.

Özetle; çocuklar, ilkokulda daha çok fiziksel ve doğrudan zorbalık; erken ergenlikte ilişkisel ve siber zorbalık, orta/geç ergenlikte ise ifşa, kimlik gaspı ve organize linç gibi karmaşık siber zorbalık ile karşılaşmaktadır. Yaş ilerledikçe zorbalık daha yıkıcı hale gelmektedir. Bu nedenle ebeveynler ve öğretmenlerin hangi yaş grubunda hangi tür davranışlara dikkat etmesi gerektiğini bilmesi kritik önem taşımaktadır. Zorbalığın en sık yaşandığı alanlardan biri elbette okuldur. Sınıflarda, teneffüslerde oyun alanında, kantin sırasında ya da spor takımlarında çocuklar arasında güç dengesizliğine dayalı davranışlar sık sık görülür. Özellikle servis araçları ve okul gezileri gibi öğretmen gözetiminin daha az olduğu ortamlarda, alay ve dışlama davranışları yoğunlaşmaktadır. Araştırmalar, okul bahçelerinin ve servislerin zorbalığın “görünmez sahneleri” olduğunu vurgulamaktadır. Çocuk eve döndüğünde çoğu kez “bugün yine kimse benimle oynamadı” diyerek bu deneyimleri paylaşır veya paylaşamaz, bu durum çocuğun içine kapanmasına neden olabilmektedir.

Dijital dünyayla birlikte ise zorbalık okul sınırlarından çıkarak sosyal medyada sıklıkla görünmeye başlamaktadır. Böylece sosyal medya araçları zorbalığın yeni taşıyıcısı konumuna gelmektedir. Instagram’da fotoğraf altına yapılan küçümseyici yorumlar, TikTok’ta alaycı “duet” videoları, WhatsApp gruplarında gizli sohbetler ya da dışlama gibi bütün davranışlar çocuğun okulda yaşadığı bir gerilimi çevrim içine taşıyabilmektedir. Kimi zaman da olaylar tam ters sıralamada olabilir: çevrim içinde başlayan bir sataşma, okulda devam ederek yüz yüze ilişkilere sıçrayabilmektedir. Bu yüzden zorbalık çoğunlukla melez bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Okulda ve dijital dünyada birbirini besleyen bir döngüye dönüşmektedir. Bir diğer önemli alan ise çevrim içi oyun platformlarıdır. Çocukların “arkadaşlık kurma” ve “ekip olma” deneyimini yaşadığı bu oyunlarda, oyuncular arasındaki iş birliği kadar dışlama ve hakaret de yaygın görülmektedir. “Senin yüzünden kaybettik!” diye bağırılan sesli sohbetler, oyundan atmalar ya da oyunda sürekli aynı kişiyi hedef alma gibi davranışlar çocukları oyun ortamından ve sosyal bağlarından soğutabilmektedir. Böylece oyun, eğlenceli bir kaçış alanı olmaktan çıkıp kaygı kaynağına dönüşmektedir. Bazen zorbalık, ebeveynlerin farkında olmadan dahil olduğu ortamlarda da yaşanabilmektedir. Veli WhatsApp gruplarında dolaşan alaycı mesajların çocuklara yansması,

ya da bir çocuğun fotoğrafının izinsiz paylaşılması, dolaylı zorbalık dinamikleri yaratabiliyor. Çocuk bu durumda yalnızca akranlarından değil, yetişkinlerin yarattığı ortamdan da etkilenmektedir.

Son olarak, zorbalığın özel alanlara taşındığını unutmamak gerekmektedir. Eskiden çocuk, okuldan eve döndüğünde bir nebze olsun kendini güvende hissederken bugün ise telefon ekranı ile birlikte zorbalık çocuğun odasına taşınmaktadır. Mesaj bildirimleri, gece yarısı gelen alaycı yorumlar, çocuğun “güvenli alan” algısını yok etmektedir. Bu yüzden zorbalık, fiziksel mekânlarla sınırlı kalmayıp; çocuğun zihninde ve günlük yaşamında sürekli var olan bir gölgeye dönüşmüştür.

Zorbalık ve Siber Zorbalık Türleri

Zorbalığı anlamanın en kolay yolu, onu bir davranışlar yelpazesi gibi düşünmektir. Kimi zaman sert bir itme, kimi zaman kulağa masum gelen bir lakap kimi zamanda farkedilmeyen bir dışlama olarak görünmektedir.

Geleneksel Zorbalık Türleri

Fiziksel zorbalık, çocukluk döneminde sıkça ortaya çıkmaktadır. İtme-çekme, vurma, eşyaları saklama veya zarar verme gibi doğrudan saldırılar özellikle ilköğretim çağında yaygındır. Bu yaşlarda çocuklar duygularını sözel yollarla ifade etmekte zorlandıkları için öfkelerini bedensel yollarla dışa vurmaktadırlar. Sözel zorbalık ise alay, tehdit, isim takma ve hakaret biçiminde kendini göstermektedir. Fiziksel bir iz bırakmasa da çocuğun benlik algısına yöneldiği için çoğu zaman daha derin ve uzun süreli yaralar açmaktadır. Özellikle ergenlikte yoğunlaşır ve mağdurun aidiyet duygusunu örseleyerek sosyal ilişkilerde ciddi hasarlar bırakmaktadır. Bu üç tür, okul koridorlarında ya da bahçelerde gördüğümüz klasik uygulamalardır. Dijital çağ ile birlikte zorbalık farklı bir boyut kazanmıştır.

Siber Zorbalık Türleri

Siber zorbalığın en görünür biçimlerinden biri, doğrudan hakaret veya tehdit içeren mesajlardır. Çocuğun telefonuna ya da sosyal medya hesabına gelen “Sen aptalsın”, “Senden nefret ediyorum” gibi sözler, dışarıdan bakıldığında sıradan görünmektedir fakat bu mesajların sürekli tekrarlanması, çocuğun benlik algısını ve güven duygusunu ciddi biçimde sarsmaktadır. Tehdit içeren ifadeler ise “Yarın okula gelirsen sana gününü göstereceğim” yalnızca psikolojik değil, aynı zamanda fiziksel güvenlik kaygısını da tetiklemektedir. Bu tür zorbalık, genellikle hızlı fark edilir ama çoğu zaman “ciddiye alma” diyerek küçümsenmektedir. Oysa araştırmalar, bu mesajların çocuklarda kaygı bozuklukları ve uyku problemleriyle güçlü şekilde bağlantılı olduğunu göstermektedir.

İtibara Saldırı ve Dijital Dedikoduların Yayılması

Siber zorbalığın daha örtük bir türü ise çocuğun arkasından olumsuz içeriklerin yayılmasıdır. Bu bazen bir dedikodu, bazen de sosyal medya üzerinde yapılan küçük düşürücü paylaşımlar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Genel olarak dedikodudan farkı, dijital ortamda hızla yayılması ve kalıcı izler bırakmasıdır. Çocuğun “benim hakkımda ne konuşuluyor?” kaygısı, yoğun bir sosyal paranoya yaratabilmektedir.

Mahrem Bilgilerin İfşası (Outing): Güvenin En Ağır İhaneti

Çocuğun özel ya da mahrem bir bilgisi, fotoğrafı veya mesajı onun izni olmadan yayılır. Ergenlik çağındaki gençler için bu, en yıkıcı siber zorbalık biçimlerinden biridir. Çünkü ergenliğin

merkezinde mahremiyet ve sır kavramı vardır. Bir arkadaşına güvenerek paylaştığı sır ya da fotoğrafın bir anda sınıf grubunda dolaşmaya başlaması, çocuğun dünyasını altüst etmektedir. İfşa, yalnızca sosyal ilişkilerde değil, uzun vadede güven duygusunda da onarılması güç yaralar bırakmaktadır.

Kimliğe Bürünme (Impersonation): Sosyal İtibarın Gaspı

Bir başkasının adına sahte hesap açmak ya da onun hesabını ele geçirip onun gibi paylaşım yapmak, siber zorbalığın giderek artan bir türüdür. Buradaki incitici nokta yalnızca içerik değil, mağdurun itibarının gasp edilmesidir. Kimliğe bürünme, çoğu zaman mağduru hem akranlarının gözünde küçük düşürür hem de arkadaş ilişkilerini bozmaktadır. Çocuk, “ben yapmadım” dese bile, yanlış anlaşılmalara çoktan gerçeğeleşmiştir.

Dijital Dışlama (Exclusion): Görünmez Ama Derin Yaralar

Zorbalığın en sessiz ama en yıkıcı türlerinden biri dijital dışlamadır. Arkadaş grubunun WhatsApp sohbetinden bilinçli olarak çıkarılmak ya da birlikte bir oyun oynamaya davet edilmemek, görünürde küçük bir hareket gibi durmaktadır fakat çocuk için bu, “ben değerli değilim, kimse beni istemiyor” mesajı olarak algılanmaktadır. İlişkisel zorbalığın dijital uzantısı olan bu tür, özellikle ergenlik döneminde, kimlik ve aidiyet gelişimini doğrudan tehdit etmektedir.

Organize Linç (Dogpiling): Dijital Kalabalığın Gücü

Dogpiling, tek bir kişi yerine kalabalık bir grubun eş zamanlı saldırısıdır. Bir çocuğun paylaşımının altına onlarca olumsuz yorum yazılması ya da kısa sürede yüzlerce alaycı emoji gönderilmesi, onun kendisini bir anda “dijital kalabalığın ortasında” bulmasına yol açmaktadır. Bu yapılan linç kültürünün devamı olarak görülmektedir. Bu tür saldırılar mağdura yalnızca incitici sözlerle zarar vermemekte, aynı zamanda kitlesel bir güçsüzlük duygusu da yaşatmaktadır. Araştırmalar, bu tür kitlesel zorbalığın travmatik etki yaratabileceğini ve mağdurlarda “öğrenilmiş çaresizlik” duygusunu pekiştirdiğini göstermektedir. Türkiye’de yapılan çalışmalar da bu tabloyu desteklemektedir. Baker (2010), siber zorbalığın geleneksel zorbalıkla güçlü şekilde ilişkili olduğunu ve interneti yoğun kullanan ergenlerin daha yüksek risk taşıdığını ortaya koymaktadır.

Israrlı Takip (Cyberstalking): Dijital Dünyada Bitmeyen Gözetim

Bu türde zorba, mağdurun her hareketini takip eder: gönderilerine anında yorum yapar, özel mesaj atar, kimi zaman fiziksel tehdit ima eden sözler kullanmaktadır. Cyberstalking, yalnızca çocukları değil, yetişkinleri de etkileyen bir durumdur ve mağdurda yoğun bir korku yaratır. Özellikle kız çocukları ve genç kadınlar için, çevrim içi tacizin en ürkütücü biçimlerinden biridir. Sürekli bir tehdit algısıyla yaşayan bireyler günlük yaşamına ve sorumlulukların konsantre olmakta zorluk yaşar ve beklenti anksiyetesi ile birlikte kaygı problemleri ortaya çıkmaktadır.

Görsel Manipülasyon ve Deepfake: Teknolojinin Yeni Silahı

Teknolojinin gelişimiyle zorbalık farklı boyut kazanmıştır. Fotoğraf ya da videoların manipüle edilerek alay konusu yapılması, deepfake (yapay zeka ile yaratılmış görseller) teknolojileriyle sahte içerikler üretilmesi, mağduru yalnızca o an değil, uzun vadede de etkileyebilmektedir. Çünkü bu içerikler kalıcıdır ve internetin farklı köşelerine yayıldığında tamamen ortadan kaldırılması imkânsıza yakındır. Bu tür zorbalık, mağdurun sosyal itibarını zedelediği gibi, “kimliğim kontrolümde değil” hissini de arttırmaktadır. Birey hiç olmak istemeyeceği bir karenin içerisinde

kontrolü dışında eklenmiş halde bulur ve bu durumu durdurmak ya da kendini korumak için geç kaldığını düşünür. Gelecek de olacak herhangi bir olay için de kendini savunmasız hissetmektedir.

Platformlara Göre Siber Zorbalık Formları

Her dijital platformun kendi dinamikleri vardır; bu da zorbalığın biçimini doğrudan etkilemektedir. Görselliğin ön planda olduğu uygulamalarda beden ve imaj üzerinden saldırılar yoğunlaşırken, mesajlaşma uygulamalarında dışlama ve ifşa daha sık görülmektedir. Oyun platformlarında ise hakaret ve grup dışlama öne çıkmaktadır. Bu nedenle ebeveynlerin yalnızca “çocuğum internette vakit geçiriyor” demesi yetmez; hangi platformda nasıl bir kültürle karşılaştığını bilmeleri gerekmektedir.

Instagram: Görsellik Üzerinden İmaj Zorbalığı

Instagram, ergenlerin en yoğun kullandığı sosyal medya platformlarından biridir. Burada zorbalık çoğunlukla yorumlar, özel mesajlar ve story etiketlemeleri üzerinden gerçekleşir. Paylaşılan fotoğrafların altına yazılan küçümseyici yorumlar, doğrudan hakaret içeren DM’ler ya da “story” üzerinden yapılan ima ve etiketlemeler sık rastlanan uygulamalardır. Görsel merkezli olması nedeniyle özellikle beden imajı ve dış görünüş üzerinden yapılan saldırılar çocuklarda derin izler bırakmaktadır. Ayrıca “beğeni” sayıları üzerinden yapılan karşılaştırmalar, görünmez bir rekabet yaratmaktadır. Böylece çocukların sosyal değer algısı sarsılmaktadır. Bazı durumlarda sahte hesaplar açılarak mağdur adına paylaşım yapılır ve bu durum hem sosyal ilişkileri hem de hukuki süreçleri zorlaştırabilir.

TikTok: Kısa Videolarla Viral Olan Alay ve Linç Kültürü

TikTok ’un kısa video yapısı, alaycı “duet”ler ve taklitler gibi içeriklerin hızla görünür olmasına yol açmaktadır. Bir paylaşım kısa sürede binlere ulaşabildiği için, olumsuz yorumlar ve toplu yüklenmeler (dogpiling) mağdurda yoğun utanç ve çaresizlik yaratabilir. Görünürlüğün ödüllendirilmesi, zorbalık içeriklerinin de etkileşim almasını kolaylaştırır; bu nedenle hesap gizlilik ayarları, yorum filtreleri ve raporlama araçlarının etkin kullanımı burada özellikle önemlidir.

WhatsApp ve Telegram: Görünmez Gruplarda Sessiz Dışlama

Mesajlaşma uygulamaları, zorbalığın en sessiz ama en yaygın biçimlerindendir. Çocuğu bir arkadaş grubundan bilinçli olarak çıkarmak, hakkında konuşulan gizli gruplar kurmak ya da özel yazışmaların ekran görüntülerini izinsiz paylaşmak sık rastlanan şekillerdir. Bu tür zorbalık genellikle yetişkinlerin gözünden kaçır çünkü gruplar “özel”dir. Ancak çocuk için, bu deneyim aidiyet duygusunun reddedilmesi anlamına gelmektedir. Dışlandığını hissetmek, kimlik gelişiminde derin yaralar açabilmektedir.

Discord ve Çevrim içi Oyun Platformları: Eğlenceden Kaygıya Dönüşen Alanlar

Fortnite, Roblox gibi çevrim içi oyunlar ve Discord gibi sesli sohbet platformları, çocukların sosyal yaşamının önemli bir parçası haline gelmiştir fakat bu alanlarda kullanılan dil çoğu zaman sert ve denetimsizdir. “Noob” (acemi, işe yaramaz) gibi küçük düşürücü terimler, sürekli hedef alma ya da oyundan dışlama davranışları sık görülür. Sesli iletişimde yapılan hakaretler çoğunlukla kayıt altına alınmadığı için kanıtlamak da zordur. Çocuk için oyun, eğlenceli bir kaçış alanı olmaktan çıkarak kaygı ve dışlanmanın yaşandığı bir sahneye dönüşür.

Snapchat: Kaybolan Mesajların Tehlikeli Yanılsaması

Snapchat'ın “görünüp kaybolan mesaj” özelliği, ergenler için güvenli bir alan hissi yaratıyor gibi görünmekle beraber ekran görüntüsü alınarak kaydedilen içerikler, kalıcı hale gelmektedir. Özellikle ergenlikte mahrem fotoğraf paylaşımı (sexting) amacıyla kullanılan bu özellik, çocukları ciddi risklere açık hale getirmektedir. Kaybolacağını sandıkları görüntülerin saklanıp paylaşılması, tehdit ve şantaja yol açmaktadır. Son yıllarda özellikle kız ergenlerde büyük sıkıntılara neden olan bu durum, çocukların hem sosyal çevrelerinde hem de aile ilişkilerinde derin yaralar açmaktadır.

YouTube: Yorumlar ve Tepki Videoları Üzerinden Alay

YouTube'da zorbalık genellikle yorumlar üzerinden gerçekleşmektedir. Bir öğrencinin yüklediği videonun altına yazılan alaycı ifadeler veya başkalarının onun videosunu alay konusu yapması yaygın davranışlardır. Daha büyük yaş gruplarında ise “reaction video” (tepki videoları) kültürü dikkat çekmektedir. Bu videolarda, mağdurun içeriği alaycı bir şekilde yeniden sunulur; böylece asıl video daha görünür hale gelir ve mağdurun yaşadığı utanç katlanmaktadır.

Facebook: Ebeveyn–Ergen Kesişiminde Görünmeyen Zorbalıklar

Facebook gençler arasında popülerliğini yitirmiş olsa da, özellikle Türkiye’de ebeveyn–ergen etkileşiminde hâlâ önemlidir. Burada daha çok açık gruplarda alay, fotoğraf altı yorumlar ve bazen de ebeveynlerin farkında olmadan yaptığı paylaşımlar, zorbalığa zemin hazırlamaktadır. Bir çocuğun ebeveyni tarafından paylaşılan eski bir fotoğraf, sınıf arkadaşları tarafından “caps” yapıp dolaşıma sokulmaktadır. Bu durum, çocuğun hem ailesine hem de arkadaşlarına karşı öfke duymasına yol açar; çünkü istemeden de olsa ailesi bu zorbalığın parçası haline gelmiştir.

Platformların Farklı Yüzleri, Ortak Riskler

Sosyal medya platformlarının kendilerine özgü kültürü vardır. Zorbalık biçimleri de buna göre şekillenir: görsel odaklı mecralarda beden/imağ üzerinden saldırılar, mesajlaşma uygulamalarında dışlama ve ifşa, oyun/sohbet platformlarında hakaret ve grup dışlama öne çıkmaktadır. Bu yüzden “çocuğum internette vakit geçiriyor” demek tek başına yeterli değildir; hangi platformda, ne tür etkileşimler içinde olduğuna dair ebeveyn farkındalığı kritik önemdedir. Aileler için pratik yol: çocukla birlikte mahremiyet ayarlarını gözden geçirmek, “rapor/engelle” araçlarını denemek ve akran dinamikleri hakkında düzenli konuşma rutini oluşturmaktır.

Kültürel Bir Not

Zorbalığın kültürel bir yüzü de bulunmaktadır. Bazı toplumlarda “şaka” olarak kabul edilen davranışlar başka bağlamda açık bir zorbalık olabilir. Lakap takma, kimi kültürlerde sıradan görülürken, başka bir yerde incitici bir saldırı olarak algılanmaktadır. Bu nedenle çocuklarla konuşurken onların hislerini esas almak önemlidir: “Eğer seni incittiye, bu şaka değildir.” Türleri bilmek önemli çünkü türleri tanımak, erken fark etmenin ilk adımıdır. Ebeveynler çoğu zaman yalnızca fiziksel zorbalığı “gerçek” kabul etmektedir. Oysa ilişkisel zorbalık ve siber zorbalık daha sessiz, ama çoğu kez daha yıkıcıdır. Çocuk “çevrim içi linç” yaşadığında fiziksel bir yara görmeyiz, ama utanç ve yalnızlık duygusu derin bir iz bırakmaktadır.

Risk ve Koruyucu Etmenler

Zorbalık hiçbir zaman “tesadüfen” ortaya çıkmaz. Çocuğun kişisel özellikleri, aile yapısı, okulun sosyal ortamı ve içinde yaşadığı dijital dünya bir araya gelerek riskleri artırabilir ya da azaltabilir. Bu durumu bir denge terazisi gibi düşünmek mümkündür: Bir kefedeki risk faktörleri, diğer kefedeki

ise koruyucu faktörler yer alır. Çocuğun hangi tarafa eğileceği, bu faktörlerin ağırlığıyla belirlenmektedir.

Bireysel Riskler

Çocukların kişilik özellikleri ve gelişimsel eğilimleri, zorbalığa maruz kalma ya da zorbalık yapma ihtimallerini doğrudan etkilemektedir. İçerik kapalı ve sosyal kaygı yaşayan çocuklar, kendilerini savunmakta zorlandıkları için akranları tarafından “kolay hedef” olarak algılanabilir. Düşük benlik saygısı, çocuğun kendisini koruma ve sınır koyma becerisini zayıflatırken, dürtüsellik ve öfke kontrol güçlüğü zorbalık davranışlarına yönelme riskini artırır. Nitekim, empati düzeyi düşük olan ergenlerin hem zorba hem de “zorba-mağdur” (hem zorbalığa maruz kalan hem de zorbalık yapan) rollerinde daha sık bulunduklarını ortaya koyan meta-analizler vardır (Salmivalli ve Peets, 2018). Dolayısıyla bireysel özellikler, yalnızca mağduriyeti değil, zorbalık döngüsündeki rol dağılımını da şekillendirmektedir. Türkiye’den elde edilen bulgular da bu tabloyu güçlendirmektedir. Erdur (2010), interneti sık ve riskli biçimde kullanan ergenlerin hem zorba hem de mağdur olma ihtimallerinin arttığını açıklamaktadır.

Aile Faktörleri

Aile ortamı, zorbalık davranışlarını şekillendiren en güçlü bağlamlardan biridir. Katı ve cezalandırıcı tutumların baskın olduğu otoriter ebeveynlik, çocuğun güç ilişkilerini baskı kurma üzerinden öğrenmesine yol açmaktadır. İhmalkâr ya da ilgisiz ebeveynlik ise çocuğun hem maruz kalma hem de zorba olma ihtimalini artırır; çünkü çocuk duygusal destekten yoksun kalmaktadır. Aşırı koruyucu ebeveynlik de riskli olabilir; bu durumda çocuk, gerçek yaşamda sınır koyma ve sorun çözme becerilerini geliştiremez. Buna karşılık, destekleyici ve açık iletişim kuran aileler, çocuğu zorbalığa karşı koruyan en önemli faktörlerden biridir. Ebeveynlerin dijital dünyaya ilgi göstermesi ve merakla sorular sorması “Hangi oyunu oynuyorsun? Bana da gösterir misin?” gibi çocukların çevrim içi deneyimlerini paylaşma isteğini artırarak onları görünmez risklere karşı daha dayanıklı kılmaktadır (Rigby, 2017).

Okul Ortamı

Zorbalığın en sık yaşandığı ekosistemlerden biri okuldur. Öğretmenlerin olayları görmezden geldiği veya denetimin zayıf olduğu okullarda zorbalık vakalarının arttığı bilinmektedir. Bu durum, çocuklara zorbalığın tolere edildiği mesajını verir. Ayrıca popüler öğrencilerin zorbalık yaparak güç kazandığı kültürlerde, olumsuz normlar zorbalığı pekiştirmektedir. Buna karşılık olumlu bir okul iklimi öğretmen, öğrenci iletişiminin güçlü olduğu, kuralların net belirlendiği, güvenli alanların mevcut olduğu bir ortam zorbalığı önleyici etki göstermektedir. OECD’nin PISA bulguları, zorbalığın yaygın olduğu okullarda öğrencilerin aidiyet duygusunun azaldığını ve akademik performanslarının düştüğünü göstermektedir (UNESCO, 2019). Dolayısıyla okul, yalnızca akademik bir öğrenme ortamı değil, aynı zamanda sosyal ilişkilerin güvenli biçimde inşa edildiği bir bağlam olmalıdır.

Dijital Dünya Faktörleri

Dijital ortamların tasarımı da zorbalık riskinde kritik bir rol oynamaktadır. Anonimlik, çocuklara normalde yüz yüze söylemeye cesaret edemeyecekleri sözleri kolayca ifade etme imkânı vermektedir. Algoritmalar ise zorbalık içeriklerini farkında olmadan ödüllendirebilir; alaycı bir videonun daha fazla izlenmesi, çocukları bu tür içerikler üretmeye yöneltebilir (Vosoughi vd., 2018). Mahremiyet ayarlarının yetersizliği ve ebeveynlerin dijital farkındalık eksikliği de çocukları

çevrim içi zorbalığa daha açık hale getirmektedir. Özellikle sosyal medya platformlarının “kalıcılık” ve “yayılma hızı” gibi özellikleri, mağdurların yaşadığı incitici deneyimleri daha geniş kitlelere ulaştırarak etkilerini ağırlaştırmaktadır.

Koruyucu Etmenler

Tüm bu risk faktörlerinin karşısında, çocuğu zorbalığa karşı güçlendiren önemli koruyucu faktörler vardır. Empati, öfke kontrolü ve problem çözme gibi sosyal ve duygusal beceriler, zorbalığın etkilerini azaltan bir tampon işlevi görmektedir. Olumlu arkadaşlık ilişkileri, çocukları yalnızlıktan korur ve zorbalığa uğradıklarında toparlanma süreçlerini hızlandırmaktadır. Akran savunuculuğu da güçlü bir koruyucudur; sınıfta zorbalığa karşı çıkan öğrencilerin varlığı, zorbalığın yayılma oranını anlamlı biçimde azaltmaktadır (Craig vd., 2000). Aile desteği ise en temel güven kaynağıdır. Çocuğun evde duyulduğunu ve kabul gördüğünü hissetmesi, zorbalığın yıkıcı etkilerini büyük ölçüde hafifletmektedir. Ayrıca medya okuryazarlığı bilincinin küçük yaşta kazandırılması “internet iz bırakır” farkındalığıyla çocukların dijital davranışlarını daha bilinçli yönetmelerine yardımcı olmaktadır.

Zorbalığa Uğrayan Çocukların Verdiği Erken Uyarı Sinyalleri

Zorbalığa maruz kalan çocukların yaşadıkları çoğu zaman doğrudan gözle görülmez; daha çok davranışlarında ve günlük yaşamlarında ortaya çıkan ince işaretlerle kendini belli etmektedir. En sık karşılaşılan göstergelerden biri, çocuğun okula gitmek istememesidir. Bu durum genellikle bedensel şikâyetlerle maskelenir: mide ağrısı, baş dönmesi ya da bulantı gibi belirtilerle öne çıkmaktadır. Oysa çoğu kez bu şikâyetlerin arkasında, okulda karşılaşacağı zorbalık korkusu vardır. Özellikle hafta başlarında veya belirli ders günlerinde artan bu yakınmalar, ebeveynler tarafından “tembellik” olarak görülse de aslında ciddi bir yardım çağrısıdır. Siber zorbalığa uğrayan çocuklarda ise telefon ya da bilgisayar kullanımında belirgin değişimler dikkat çekmektedir. Çocuk, cihazını sürekli sessize alabilir, ebeveyn odaya girdiğinde ekranı hızla kapatabilir ya da mesajlarını silmeye çalışabilmektedir. Bu gizleme davranışı, hem yaşadığı utancın hem de ailesinin aşırı tepki vermesinden duyduğu korkunun bir sonucudur. Uzun vadede bu tutum, çocuğun yalnızlık hissini daha da pekiştirmektedir. Zorbalık, çocuğun sosyal dünyasını da küçültebilmektedir. Önceden arkadaşlarıyla vakit geçiren, oyunlara katılan bir çocuk, zamanla yalnız kalmayı tercih etmeye başlayabilir. Davetleri reddetmesi, teneffüslerde kenara çekilmesi, hatta en sevdiği etkinliklere bile ilgisini kaybetmesi sık rastlanan işaretlerdendir. Çoğu ebeveyn bu durumu “çocuğum büyüyor, yalnız kalmak istiyor” diye yorumlasa da aslında reddedilme korkusu ve utanç, sosyal geri çekilmenin asıl nedenidir. Duygusal dalgalanmalar da önemli göstergeler arasındadır. Keyifli bir anın bir anda öfkeye veya sessizliğe dönüşmesi, küçük olaylara aşırı tepki verme, sinirlilik ya da içe kapanma sıkça görülmektedir. Çoğu ebeveyn bu değişimleri ergenlik dönemiyle açıklasa da, burada farklı olan şey yoğun kaygı ve çaresizlik duygularının eşlik etmesidir. Zorbalığa maruz kalan çocuk, günlük yaşamını sürekli bir tehdit algısıyla sürdürmektedir. Okula giderken “Bugün yine başıma ne gelecek?” sorusu zihnini meşgul eder, geceleri uykuya dalamaz ya da kâbuslarla uyanabilir. Gün içinde huzursuzluk, dikkat dağınıklığı ve yerinde duramama hali sıklıkla gözlemlenmektedir (Wolke ve Lereya, 2015).

Bu süreçte çocukların iç dünyasında en sık yaşanan duygular utanç ve suçluluk olmaktadır. Çoğu kez yaşadıklarını kendi hataları gibi görürler: “Bunu hak ettim” ya da “Ben kötü bir arkadaşım, bu yüzden dışlandım” düşünceleri ağır basmaktadır. Bu inançlar, çocukların yaşadıklarını öğretmen ya da ebeveynleriyle paylaşmalarını zorlaştırmaktadır. Sessizlik, zorbalık döngüsünü sürdürmektedir.

Akademik yaşam da bu durumdan doğrudan etkilenmektedir. Derslere odaklanmakta güçlük, sınavlarda başarısızlık ve ödevlerin yapılmaması sık rastlanan sonuçlardır. Zihnini sürekli zorbalık kaygısıyla meşgul eden çocuk için öğrenmeye alan kalmaz ve bu düşüşe sıklıkla devamsızlık da eşlik etmektedir. Çocuk sık sık okula gitmek istemez ya da erken ayrılmanın yollarını aramaktadır. Böylece yalnızlık duygusu daha da derinleşir ve aidiyet duygusu zayıflamaktadır (Rivara vd., 2016).

Zorbalığın tüketici etkisi, çocuğun motivasyonunu da etkilemektedir. Önceden keyifle katıldığı kulüpler, yarışmalar ya da sosyal etkinlikler artık cazip gelmemektedir. “Nasıl olsa yine dalga geçecekler” düşüncesi, geri çekilmeyi tetiklemektedir. Psikolojik baskı uyku düzenine ve iştaha da yansır; bazı çocuklar kâbuslarla uyanırken, bazıları iştah kaybı yaşar ya da tam tersi şekilde fazla yemeye yönelmektedir. Ergenlik döneminde özellikle beden imajı üzerinden yapılan zorbalık, iştah değişimlerini daha da belirgin hale getirebilir. Bazen zorbalık, bedensel şikâyetlerle kendini göstermektedir. Baş ağrısı, mide krampları ya da halsizlik gibi yakınmalar, aslında ruhsal acısının bedene yansımasıdır. Doktor kontrollerinde somut bir neden bulunamadığında, bu şikâyetlerin duygusal kaynaklı olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Moore vd., 2017). Aynı şekilde, çocuğun dijital davranışlarında da dikkat çekici değişimler yaşanabilir: hesaplarını kapatma, sürekli kullanıcı adı değiştirme ya da birdenbire sosyal medyada sessizleşme gibi. Bunlar, çocuğun zorbalıktan kaçma çabalarının yansımalarıdır. Ancak çoğu zaman yeni hesaplara da zorbalık taşındığı için sorun kalıcı olarak çözülemez. Elbette bu işaretlerin tek başına görülmesi zorbalık yaşandığını kesinleştirmez ama bir araya geldiklerinde, çocuğun akran ilişkilerinde ciddi bir sıkıntı yaşadığına işaret edilmektedir. Ebeveynlerin ve öğretmenlerin bu sinyalleri fark edip çocuğa suçlayıcı değil, destekleyici bir dille yaklaşımları kritik önem taşımaktadır. “Bana anlatmak ister misin? Seni dinlemeye hazırım” gibi cümleler, çocuğun kendini ifade etmesine olanak tanımaktadır. Zorbalığı önlemede en güçlü dayanak, her zaman ailenin sunduğu güvenli ve şefkatli ortamdır.

Mağdur Olan Çocuk/Ergen Ne Yaşar?

Zorbalığa maruz kalan bir çocuğun yaşadığı şey, yalnızca birkaç kötü söz ya da basit bir alay değildir. Onun dünyasında bu deneyim, çok daha derin ve sarsıcı bir anlam taşır. Çoğu çocuk için akranları, adeta bir “kimlik aynası”dır; kendilerini nasıl gördüklerini, büyük ölçüde başkalarının onlara nasıl davrandığı belirler. Bu nedenle zorbalık, çocuğun kendine dair inançlarını kökten sarsabilir ve benlik algısında ciddi yaralar açabilmektedir. En sık görülen duygulardan biri utanç ve değersizlik hissidir. Zorbalığa maruz kalan çocuk, zamanla “Ben yetersizim, ben çirkinim, ben başarısızım” gibi olumsuz inançları içselleştirmeye başlamaktadır. Özellikle sosyal medyada küçük düşürülmek, bu utancı katbekat artırır; çünkü artık yalnızca birkaç arkadaşının değil, tanımadığı yüzlerce kişinin de alay konusu olduğunu hisseder. Bu durum, değersizlik duygusunu derinleştirir ve kendine güvenini zedeler. Çocuğun sosyal hayatı da giderek daralır. Zorbalık bazen doğrudan sosyal izolasyona yol açarken, bazen de çocuk kendisini korumak için geri çekilmeyi seçer. “Benimle dalga geçmesinler” kaygısıyla sosyal etkinliklerden uzaklaşır, davetleri reddeder, yalnız kalmayı tercih eder. Uzun vadede bu durum, yalnızlık duygusunu pekiştirir ve özellikle ergenlik döneminde kimlik gelişimi için ciddi bir risk faktörü haline gelir. Bir diğer ağır yük ise suçluluk duygusudur. Mağdur çocuklar, yaşadıkları olumsuzlukların sorumlusunu çoğu kez kendilerinde aramaktadırlar. “Ben yeterince güçlü olsaydım bunlar olmazdı” ya da “Ben komik görünmeseydim dalga geçmezlerdi” gibi düşünceler, onların yardım aramasını engeller. Utanç ve suçluluk birleştğinde, çocuk yaşadıklarını anlatmaktan çekinir; böylece zorbalık döngüsü sessizlik içinde devam etmektedir.

Gündelik yaşamda ise korku ve kaygı yoğun bir şekilde hissedilmektedir. Zorbalığa uğrayan çocuk, her gününü sürekli bir tehdit algısı altında geçirmektedir. Sabah okula giderken “Bugün yine başıma ne gelecek?” kaygısıyla yola çıkar; bu da mide ağrısı, baş ağrısı ya da uyku sorunları gibi psikosomatik belirtilerle kendini göstermektedir. Siber zorbalıkta ise tehdit yalnızca okul ortamıyla sınırlı kalmaz; mesajlar, bildirimler ve paylaşımlar çocuğun odasına kadar ulaşır. Böylece ev bile güvenli bir alan olmaktan çıkmaktadır.

Zorbalığın diğer görünmez etkisi güven kaybıdır. Mağdurlar, yalnızca akranlarına değil, yetişkinlere de güvenlerini yitirebilir. “Bunu anlatsam da kimse bana inanmaz” ya da “Öğretmen görse de bir şey yapmıyor” düşünceleri, yardım arama yollarını tıkar. Uzmanların sıkça karşılaştığı durum, bir çocuğun uzun süre yaşadığı zorbalığı kimseyle paylaşmamış olmasıdır. Böyle olması mağduriyetin daha derin ve kronik bir hal almasına yol açmaktadır. Uzun süreli zorbalık deneyimleri ise çocukta geleceğe dair umut duygusunu zedelemektedir. “Hiçbir şey düzelmeyecek” ya da “Ben hep böyle yalnız kalacağım” düşünceleri ortaya çıkabilir. Bu umutsuzluk hali, özellikle ergenlerde daha tehlikeli bir boyuta taşınır; kendine zarar verme davranışları ya da intihar düşüncelerine kadar ilerleyebilir (Wolke ve Lereya, 2015). Ebeveynler ve öğretmenler için bu tür ifadeler en önemli kırmızı bayraklardan biridir. Ergenler, çoğu zaman umutsuzluklarını yoğun ve cesur davranışlarla ortaya koyabilir; bu nedenle en küçük sinyaller bile dikkate alınmalı ve yakından takip edilmelidir. Kısacası zorbalığa maruz kalan bir çocuk için yaşananlar, yalnızca birkaç olumsuz anı değil; kimliğini, duygusal sağlığını ve geleceğe dair inançlarını derinden etkileyen bir süreçtir.

Zorbalık Yapan Çocuk/Ergen Neden Yapıyor?

Zorbalık yapan çocuklar çoğunlukla çevresinde “güçlü”, “korkusuz” ya da “lider” olarak algılanmaktadır ancak bu davranışların ardında sandığımızdan çok daha karmaşık bir dinamik vardır. Çoğu zaman kırılabilirlik, öfke, kontrol ihtiyacı veya çocuklukta öğrenilmiş olumsuz modeller bu davranışların temelini oluşturmaktadır. Zorbalık tek boyutlu bir kişilik özelliği değil; psikolojik, ailevi ve sosyal faktörlerin kesişiminde ortaya çıkan çok katmanlı bir olgudur. Bu çocukların büyük bir kısmı için zorbalık, akran grupları içinde güç kazanmanın kısa yolu olarak görülmektedir. Ergenlik döneminde kabul görme ve statü kazanma ihtiyacı yoğunlaştığında, bazı ergenler tehdit, alay veya dışlama yoluyla kendilerini grubun merkezinde hissetmeye çalışır. Sınıfta en baskın kişi olduklarında, diğer çocuklar zarar görmemek için onlarla iyi geçinmeyi tercih etmektedir. Bu davranış zorbalık döngüsünü beslemektedir.

Çocuklar davranışların büyük kısmını doğduğu, büyüdüğü aileden öğrenir. Rol model olarak anne ve babanın hangisi baskın ise rol model olarak onu alır. Çocuğun, ailesinde şiddet, küçümseme ya da sürekli kıyaslama görmesi, zorbalığı bir iletişim biçimi olarak içselleştirmesine yol açabilmektedir. Ebeveynlerin baskıcı ve cezalandırıcı davranışları çocukların agresif şekilde davranmasına yol açmaktadır (Olweus, 2013). Evde kardeşiyle sürekli kıyaslanan bir ergen, kendi değersizlik duygusunu örtmek için okulda başkalarını küçümseyerek güç kazanmaya çalışabilir. Bunun yanında empati eksikliği ve sosyal becerilerin zayıflığı da belirleyici faktörlerdir. Özellikle ergenlik döneminde grup içi baskı, bireysel vicdandan daha güçlü hale gelmektedir. Bazı durumlarda çocuk, zorbanın kurbanı olmaksızın onun yanında yer almayı “daha güvenli” bulur. Böylece istemeden de olsa güç ilişkilerini besleyen bir rol üstlenmektedir.

Tüm bunlara ek olarak sosyal medya, zorbalık davranışlarını hem görünür hale getiren hem de pekiştiren bir ortam sunmaktadır. Dijital platformlarda “beğeni” ve “takipçi sayısı” bir tür sosyal

sermaye haline gelmektedir. Başkasını küçümseyen bir paylaşım daha çok etkileşim aldığında, bu davranış ödüllendirilmiş olur. Araştırmalar, siber zorbalığa maruz kalan gençlerin depresyon ve kaygı düzeylerinin yalnızca yüz yüze zorbalığa uğrayanlara kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir (Kowalski ve Limber, 2021). Sosyal medya, çocuklara anonimlik ve mesafe imkânı sunduğu için, yüz yüze dile getiremeyecekleri sözleri ekranın arkasında kolayca ifade etme imkanı sunmaktadır. Sahte hesaplar, kimlik gizleme ve dijital içeriklerin hızlı yayılımı, zorbalığı daha kalıcı ve yıkıcı hale getirmektedir. Yüz yüze zorbalık çoğu zaman okul sınırlarında kalırken, dijital zorbalık günün her saatinde karşıya çıkabilir. Bu süreklilik, kaygı ve çaresizlik duygularını artırır; bu yüzden müdahalede yalnızca okul içi değil, çevrim içi ortamda güvenlik ve sınırlara dair becerilerin de öğretilmesi gerekmektedir. Kısacası, zorbalık yapan çocukların davranışlarını yalnızca “kötü niyet” ya da “agresif kişilik” ile açıklamak yetersizdir. Güç arayışı, öğrenilmiş davranış modelleri, empati eksikliği, düşük özsaygı, akran baskısı ve sosyal medyanın ödüllendirici yapısı, bu davranışların görünmez arka planını oluşturur. Dolayısıyla çözüm de çocuğun iç dünyasını, aile ortamını, okul ortamını ve dijital kültürü birlikte dikkate alan bütüncül bir yaklaşımdan geçmektedir.

Çözüm Önerileri ve Müdahale Modelleri

Zorbalıkla mücadelede en temel yaklaşım, yalnızca mağdur veya zorba çocuğa odaklanmak değil; tüm ekosistemi dönüştürmektir. Çünkü zorbalık, bireysel davranıştan çok, sosyal ilişkilerdeki güç dengesizliğinin bir ürünüdür. Dolayısıyla çocuk, aile, okul ve toplum iş birliği olmadan sürdürülebilir bir çözüm mümkün değildir.

Bireysel Müdahaleler

Zorbalıkla mücadelede ilk akla gelen şey çoğu zaman okul politikaları veya toplumsal önlemler olur ama bireysel düzeyde yapılan müdahaleler, çocuğun ruhsal iyileşmesi, öğrenme süreçlerinin yeniden inşa edilmesi ve uzun vadede sağlıklı bir kimlik gelişimi açısından kritik rol oynar. Çünkü zorbalık deneyimi, çocuğun “benlik algısı” üzerinde doğrudan iz bırakır. Dolayısıyla müdahaleler yalnızca semptomları gidermeyi değil, çocuğun kimlik, güven ve sosyal beceri alanlarını yeniden yapılandırmayı hedeflemelidir.

Ebeveynlerin Rolü

Zorbalık karşısında çocuğun ilk güvenli alanı aile olmalıdır. Ancak çoğu zaman çocuklar yaşadıklarını ebeveynleriyle paylaşmaz. Bunun temelinde “Annem, babam beni anlamaz”, “Daha da kötü olur” ya da “Beni suçlarlar” gibi kaygılar yatar. Bu nedenle ebeveynlerin en önemli görevi, çocuğa güvenli bir anlatım alanı sunmaktır. İlk adım, çocuğu dinlemek ve anlattıklarına inanmak olmalıdır. Küçümseyici veya geçitirici bir yaklaşım, çocuğun yaşadığı acıyı görünmez kılar. “Aman boşver, takma kafana” gibi sözler iyi niyetle söylene de, mağdurun duygularını değersizleştirir. Araştırmalar, mağdur çocukların büyük bir kısmının ilk başta yaşadıklarını ebeveynleriyle paylaştığında yeterince destek görmediğini düşündüğünü ortaya koymaktadır (Rigby, 2017). Bu yüzden ebeveynin güven veren bir tavır sergilemesi kritik önemdedir. Bir diğer önemli nokta, çocuğun duygularını adlandırmasına yardımcı olmaktır. “Üzgün görünüyorsun, yaşadıkların seni çok kırmış olmalı” gibi yansıtıcı cümleler, hem çocuğun anlaşıldığını hissetmesini sağlar hem de duygularını düzenlemesine yardımcı olur. Böylelikle çocuk yalnız olmadığını ve duygularının önemsendiğini fark eder. Dijital dünyanın rolü de göz ardı edilmemelidir. Ebeveynlerin sosyal medya kullanımını tamamen yasaklaması genellikle ters teper; bu yaklaşım çocuğun kendini ifade alanını daraltır. Olması gereken çocuğun çevrim içi deneyimlerine merakla

yaklaşmak, zaman zaman birlikte gözden geçirmek ve açık iletişim kanalları oluşturmaktır. Böylece çocuk dijital ortamda yaşadığı sorunları daha kolay paylaşabilir. Son olarak, ebeveynler kendi davranışlarıyla model olmalıdır. Çocuğun yanında başkalarıyla saygılı konuşmak, öfkeyi sağlıklı biçimde ifade etmek ve empatiyi günlük yaşamda yaşatmak, ebeveynin en güçlü öğretim aracıdır. Çocuk, duyduğu kadar gördüğünden de öğrenir; evde sergilenen her davranış, akran ilişkilerine taşınan bir değer haline gelmektedir.

Mağdur İçin Destek

Zorbalık mağduru çocukların yaşadıkları en temel duygu güvensizlik ve değersizlik duygusudur. Kendilerini sürekli tehdit altında hisseden çocukların benlik algısı zedelenir; bu zedelenme çocukta özgüven kaybı, yoğun kaygı ve depresyon gibi ruhsal sorunlara yol açar. Bu nedenle mağdur çocuklara yönelik psikolojik destek, yalnızca travmatik olayları konuşmaktan ibaret değildir; güven duygusunun yeniden inşası, çocuğun kendilik algısının güçlendirilmesi ve sosyal becerilerinin desteklenmesi temel hedefler arasında yer alır. Psikoterapi bu süreçte önemli bir rol oynar ve özellikle Bilişsel Davranışçı Terapi (BDT), mağdur çocuklarda sık görülen “Ben suçluyum” ya da “Ben yetersizim” gibi bilişsel çarpıtmaları ele almak açısından oldukça etkilidir. Çocuğa, yaşadıklarının kendi suçu olmadığı ve zorbalığın bir güç dengesizliğinden kaynaklandığı öğretilir. Bu farkındalık, çocuğun üzerindeki suçluluk yükünü hafifletir ve daha sağlıklı bir benlik algısının gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Terapide yalnızca bilişsel çarpıtmalar değil, duygusal düzenleme becerileri de ele alınmaktadır. Zorbalık mağduru çocuklar öfke patlamaları veya aşırı içe kapanma gibi uç tepkiler gösterebilir. Bu nedenle duygularını tanıma, adlandırma ve sağlıklı biçimde ifade etme üzerine çalışmalar yapılır. Böylelikle çocuk, yaşadığı yoğun duygularla baş etme konusunda daha donanımlı hale gelir. Bir diğer önemli alan, çocuğun özgüvenini yeniden inşa etmektir. Mağduriyet deneyimleri, çocukta sıklıkla başarısızlık şemalarının gelişmesine yol açar. Çocuğun güçlü yönlerini fark etmesi, küçük ama anlamlı başarı deneyimleri yaşaması, bu şemaların dönüştürülmesinde kritik önemdedir. Spor, sanat ya da hobi etkinlikleri, çocuğun hem keyif aldığı hem de kendini değerli hissettiği alanlar olarak terapi sürecine dahil edilebilir.

Özellikle siber zorbalık söz konusu olduğunda, çocuğa bir güvenlik planı oluşturmayı öğretmek de büyük önem taşır. Hesap güvenliği, engelleme ve raporlama gibi dijital beceriler kazandırıldığında, mağdur çocuk kendini çaresiz hissetmek yerine kontrolü yeniden ele aldığını deneyimler. Yaşanan bu deneyim travmanın etkilerini azaltır ve gelecekte benzer durumlarla karşılaştığında daha güçlü bir şekilde baş etmesine olanak tanımaktadır.

Zorbalık Yapan Çocuk İçin Müdahale

Toplumda zorbalık yapan çocuklar çoğunlukla yalnızca “problemlili” ya da “kötü” olarak etiketlenir. Oysa bu çocukların önemli bir kısmı, aslında kendi içsel kırılganlıklarını saldırgan davranışlarla örtmeye çalışmaktadır (Espelage ve Holt, 2013). Araştırmalar, zorba çocukların büyük bölümünün evde şiddete tanık olduğu ya da sevgi ve ilgi eksikliği yaşadığına işaret etmektedir (Baldry, 2003). Dolayısıyla zorbalık davranışlarını yalnızca dışa dönük saldırganlık olarak görmek yetersizdir; bu davranışların ardında çoğu zaman kabul görme, güç kazanma veya kontrol ihtiyacı gibi daha derin psikolojik motivasyonlar vardır (Craig ve Pepler, 2007).

Terapötik süreçte ilk hedef, çocuğun saldırgan davranışlarının kökenine inmek (Camodeca ve Goossens, 2005). Çocuğun hangi ihtiyaçlarının bu şekilde ifade bulunduğunu anlamak, müdahalenin yönünü belirler. Çoğu zaman bu çocuklar, görülme ve değerli hissetme arzusuyla hareket eder; ancak bu ihtiyacı sağlıklı yollarla, başkalarını inciterek karşılamaya çalışmaktadır. Bu noktada öfke kontrolü ve dürtü düzenleme becerilerinin kazandırılması önemlidir (Lochman ve Wells, 2002). Nefes egzersizleri, problem çözme stratejileri ve “öfkeyi tanıma” teknikleri, çocuğun tepkilerini daha sağlıklı biçimde yönetmesine yardımcı olmaktadır (Feindler ve Engel, 2011). Zorbalık yapan çocukların en büyük eksikliklerinden biri de empati yoksunluğudur. Başkalarının duygularını fark edebilme ve önemseme becerisi, rol oynama ve drama çalışmaları gibi yöntemlerle geliştirilebilmektedir (Gini vd., 2008). Mağdurun yaşadıklarını deneyimleme fırsatı, zorbanın bakış açısını dönüştürerek saldırgan davranışların azalmasını sağlayabilmektedir (Sutton vd., 1999). Bunun yanında, bazı çocukların aslında güçlü liderlik özellikleri vardır; ancak bu potansiyellerini olumsuz yönde kullanırlar. Çocuğun olumlu liderlik rollerine teşvik edilmesi, davranış değişimini destekleyen önemli bir adımdır (Perren ve Alsaker, 2006). Sınıf temsilciliği, sosyal sorumluluk projelerine katılım ya da takım çalışmaları, çocuğun liderliğini yapıcı bir şekilde sergilemesine fırsat tanımaktadır (Salmivalli, 2010).

Tüm bu süreçte ailenin rolü kritik önemdedir. Çocuğun davranış biçimini pekiştiren ya da dönüştüren en önemli çevre, ailesidir (Bowers vd., 1994). Bu nedenle ebeveynlerin de öfke kontrolü, sağlıklı iletişim ve sınır koyma konularında bilinçlendirilmesi gerekmektedir (Espelage ve Swearer, 2004). Aileyle kurulan iş birliği, yalnızca çocuğun bireysel gelişimini değil, evdeki ilişkilerin kalitesini de güçlendirerek kalıcı bir değişim sağlamaktadır (Sanders ve Mazzucchelli, 2018).

Tanık Olan Çocuklar İçin Destek

Zorbalık döngüsünde sıklıkla göz ardı edilen grup, seyircilerdir. Oysa seyirciler pasif kaldığında zorbalık güçlenir; aktif bir şekilde müdahale ettiklerinde ise zorbalığın önlenmesinde en etkili faktörlerden biri haline gelebilirler (Salmivalli, 2010). Çocuklar genellikle zorbalığa tanık olduklarında “Ben karışırsam ben de hedef olurum” korkusuyla sessiz kalmaktadır (Thornberg ve Jungert, 2013). Ancak bu sessizlik, yalnızca mağdurun yalnızlığını artırmakla kalmaz, aynı zamanda seyircinin kendi içinde de uzun vadede “öğrenilmiş çaresizlik” duygusunu pekiştirmektedir (Bandura, 1999). Bu nedenle çocuklara, doğrudan zorbalıkla yüzleşmeden de etkili olabilecek güvenli müdahale yöntemleri öğretilmelidir (Pozzoli ve Gini, 2010). Durumu öğretmene bildirmek, mağduru yalnız bırakmamak ya da dikkat dağıtıcı küçük hamleler yapmak, zorbalığın etkisini azaltabilir (Nickerson vd., 2014). Bu tür müdahaleler hem mağdurun yanında olduğunu hissettirir hem de zorbanın güç kazanmasını engellemektedir (Polanin vd., 2012). Seyircilerin empati becerilerini güçlendirmek de kritik önemdedir. Çocukların mağdurun yaşadığı duyguları içselleştirmesi, onları daha proaktif kılmaktadır (Gini vd., 2008). Grup çalışmaları, drama etkinlikleri ve sınıf içi tartışmalar bu açıdan etkili araçlardır (Kärnä vd., 2011). Öğrencilerin roller değiştirerek zorbanın, mağdurun ve seyircinin bakış açısını deneyimlemesi, empatiyi derinleştirir ve sınıfın sosyal atmosferini dönüştürmektedir (Joronen vd., 2011). Ayrıca çocuklara aktif vatandaşlık bilinci kazandırmak, zorbalıkla mücadelede uzun vadeli bir stratejidir (Flaspohler vd., 2009). “Adaletsizlik karşısında sessiz kalmamak” değerini öğrenen çocuk, yalnızca okul ortamında değil, ilerideki sosyal yaşamında da daha duyarlı ve sorumlu bireyler haline gelmektedir. Bir sınıfta sürekli alay edilen bir çocuğa kimse sahip çıkmadığında, bu yalnızca mağdurun değil, seyircilerin de psikolojik sağlığını olumsuz etkilemektedir (Forsberg vd., 2014). Öğretmenin rehberliğinde

yapılan bir drama çalışmasında öğrencilerin roller değiştirerek mağdurun duygusunu deneyimlemesi, sınıfın atmosferini kökten değiştirebilmektedir (Joronen vd., 2011).

Okul Temelli Programlar

Zorbalığın en sık yaşandığı alan, hiç şüphesiz okuldur. Çocukların günün büyük kısmını birlikte geçirdiği bu ortam, hem akran ilişkilerinin geliştiği hem de güç dengelerinin sürekli sınındığı bir sosyal laboratuvara benzemektedir (Olweus, 1993). Bu nedenle okul temelli yaklaşımlar yalnızca bireysel terapilere değil, tüm okul ortamına yayılan köklü bir değişim sürecine odaklanmalıdır (Ttofi ve Farrington, 2011). Öğretmenlerin rolü bu noktada hayati öneme sahiptir; çünkü birçok çocuk için öğretmen, aileden sonra en güçlü güven kaynağıdır (Espelage ve Swearer, 2004). Kimi zaman öğretmenler de zorbalığı “çocukların kendi aralarındaki mesele” olarak görerek müdahaleyi erteleyebilmektedir. Böylece erken uyarı sinyallerini gözden kaçırabilirler. Bu riskleri azaltmanın en önemli yollarından biri, okullarda sıfır tolerans politikasının benimsenmesidir (Cross vd., 2018).

“Zorbalığa yer yok” mesajının güçlü ve tutarlı biçimde verilmesi, yalnızca cezai yaptırımları değil; farkındalık çalışmaları, sınıf içi etkinlikler ve açık bir iletişim dilini de kapsamalıdır (Gaffney vd., 2021). Öğretmenlerin erken fark etme becerileri bu noktada kritik rol oynar. Teneffüslerde yalnız kalan, grup çalışmalarında sürekli dışlanan ya da sık sık “şaka” adı altında hedef haline gelen öğrencilerin gözlemlenmesi ve rehberlik servisine yönlendirilmesi, birçok vakayı başlangıç aşamasında durdurabilir (Milsom ve Gallo, 2006). Zorbalığın sürmesinde en güçlü etkenlerden biri ise seyirci konumundaki öğrencilerin sessizliği ya da gülerek verdikleri dolaylı destektir. Okul ortamı, öğrencilere yalnızca mağdur ya da zorbanın değil, seyircinin de sorumluluk taşıdığını öğretmelidir (Salmivalli, 2010). Nitekim yapılan araştırmalar, öğretmenlerin aktif müdahalelerinin zorbalık vakalarını %50’ye kadar azalttığını göstermektedir (Craig vd., 2000). Bu da okul ortamında küçük ama tutarlı adımların bile büyük bir dönüşüm yaratabileceğini göstermektedir.

Önleyici Programlar

Araştırmalar, okul temelli önleyici programların zorbalığı azaltmada son derece etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu programların en bilinen örneklerinden biri, Norveç’te geliştirilen Olweus Zorbalık Önleme Programı’dır. Okul çapında kurallar koymayı, öğretmenlere yönelik eğitimleri ve sınıf içinde düzenlenen etkinlikleri içeren bu model, uygulandığı kurumlarda zorbalık oranlarında %20 ile %70 arasında bir düşüş sağlamıştır (Olweus, 1993). Bir diğer etkili yaklaşım ise Finlandiya’da geliştirilen KiVa Programı’dır. Bu model yalnızca mağdur ya da zorba çocuğa değil, tüm sınıfın akran dinamiklerine odaklanarak daha bütüncül bir bakış açısı sunar. Öğrencilerin empati becerilerini geliştirmeyi, seyircileri pasif rolden çıkararak aktif destekleyici haline getirmeyi ve dijital zorbalığa yönelik özel modüller uygulamayı içermektedir. Finlandiya’da yürütülen uygulamalarda zorbalığın %30 oranında azaldığı rapor edilmiştir (Salmivalli, 2014). Bunun yanında, drama ve rol oynama çalışmaları da öğrencilerin hem mağdurun hem zorbanın hem de seyircinin yerine geçerek deneyim kazanmalarını sağlar. Böylece empati gelişimi hızlanır ve sınıf içi sosyal bağlar güçlenir. Türkiye’de de Milli Eğitim Bakanlığı’nın rehberlik ve psikolojik danışmanlık çerçevesinde yürüttüğü çeşitli projelerde, şiddet ve zorbalıkla mücadele başlıklarının giderek daha görünür hale geldiği görülmektedir. Bu tür uygulamaların kalıcı olabilmesi için öğretmenlerin ve rehber öğretmenlerin aktif katılımı son derece önemlidir.

Rehberlik Servisinin Rolü

Okullarda zorbalıkla mücadelede en kritik birimlerden biri, hiç şüphesiz rehberlik servisleridir. Ancak rehberlik servislerinin görevi yalnızca bir olay yaşandıktan sonra devreye girmek değildir. Onlar aynı zamanda önleyici, destekleyici ve eğitici bir merkez olarak okulun ruh sağlığı odağında yer almalıdır (Ergün ve Uğurlu, 2019). Rehberlik servisleri, öğretmenlerden gelen gözlemler, sınıf içi değerlendirmeler ve öğrenci görüşmeleri sayesinde okulun zorbalık dinamiklerini yakından takip edebilir (Gül ve Korkut-Owen, 2020). Düzenli olarak yapılan öğrenci anketleri, gizli kutu uygulamaları ya da sınıf ziyaretleri sayesinde çoğu zaman görünmez kalan zorbalık davranışları açığa çıkarılabilir. Özellikle siber zorbalık, öğretmenlerin gözünden kolayca kaçabildiği için rehberlik servisleri bu alana özel bir önem vermelidir (Tokel ve Toprak, 2019).

Mağdur öğrenciler için güvenli bir görüşme ortamı sağlamak, rehberlik servislerinin en temel sorumluluklarından biridir (Suldo ve McMahan, 2020). Çocuğun kendisini rahatlıkla ifade edebileceği bu görüşmelerde, öz güvenini yeniden inşa etmek ve yaşadığı travmalarla baş etmesine yardımcı olmak kritik önemdedir. Zorbalık yapan çocukla yapılan bireysel görüşmeler de davranışın ardındaki öfke, değersizlik ya da ailevi sorunları anlamaya imkân tanır (Milsom ve Gallo, 2006). Burada amaç yalnızca cezalandırmak değil, çocuğun davranışını dönüştürmesine rehberlik etmektir. Ailelerle kurulan işbirliği de bu sürecin temel taşlarından. Mağdur öğrencinin ailesine çocuklarına nasıl destek olabilecekleri anlatılırken, zorbalık yapan çocuğun ailesiyle de davranışın kökenini anlamak üzere çalışılır. Bu noktada ailelerin savunmaya geçmesi sık görülen bir durumdur. “Benim çocuğum asla yapmaz” söylemi karşısında rehberlik servislerinin ebeveynleri suçlamadan, sorumluluk almalarını sağlayacak bir dil kullanması gerekmektedir (American School Counselor Association [ASCA], 2019).

Öğretmenlerin zorbalığı fark edebilmesi ve doğru şekilde müdahale edebilmesi için düzenlenecek eğitimler de rehberlik servislerinin görev alanına girmektedir. Öğretmenlere, şakanın nerede zorbalığa dönüştüğünü ayırt etmeyi, seyirci kalan öğrencilerle nasıl konuşabileceklerini ya da zorbalık olaylarını doğru şekilde raporlamayı öğretmek büyük fark yaratmaktadır (Bauman ve Del Rio, 2006). Bütün bunların yanı sıra rehberlik servisleri yalnızca olaylara tepki veren birimler değil, önleyici programların da öncüsüdür. Empati atölyeleri, sosyal beceri eğitimleri, güvenli internet kullanımı seminerleri ve akran ilişkilerini güçlendiren drama çalışmaları, okul iklimini olumlu yönde dönüştürür (Gaffney vd., 2021). Finlandiya’da uygulanan ve büyük başarı sağlayan KİVA programı da zorbalığı önleyici projelerdendir. Çünkü yalnızca mağdur ve zorba çocuğa değil, tüm sınıfın akran dinamiklerine odaklanarak zorbalığı ciddi oranda azaltmaktadır (Kärnä vd., 2011).

Elbette bazı zorbalık olayları kriz boyutuna ulaşabilmektedir. Fiziksel zarar, sosyal medya üzerinden organize linç ya da derin psikolojik çöküntü gibi durumlarda rehberlik servisi kriz yönetiminde liderlik rolü üstlenmektedir. Gerektiğinde psikiyatri yönlendirmesi yapılır, çocuk koruma mekanizmalarıyla iletişime geçilmekte ve disiplin süreçleri koordine edilmektedir. Sonuç olarak rehberlik servisleri yalnızca bireysel destek sunan değil, aynı zamanda okulun genel kültürünü dönüştüren merkezlerdir. Düzenlenen bilinçlendirme etkinlikleri, zorbalık karşıtı afişler ve “Arkadaşına İyi Davran Günü” gibi tematik günler aracılığıyla okul genelinde zorbalığa yer yok mesaj verilmektedir (Gaffney vd., 2021).

Dijital ve Düzenleyici Çözümler

Zorbalık artık yalnızca okul koridorlarında veya mahalle parklarında değil; çocukların ceplerindeki telefonlarda, evlerinin salonlarında, yatak odalarında bile yaşanıyor. Siber zorbalık, zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırarak mağdurun kaçış alanlarını daraltıyor. Bu nedenle bireysel ve okul temelli müdahalelerin yanı sıra dijital platformların ve yasal düzenlemelerin de devreye girmesi gerekmektedir.

Sosyal Medya Şirketlerinin Sorumluluğu

Sosyal medya platformları, çocuklar ve ergenler için oyun işlevi görmektedir; ancak bu alanların güvenliğini sağlamak yalnızca ebeveynlerin ya da öğretmenlerin değil, doğrudan bu platformların sorumluluğudur (UNICEF, 2023). Çocukların en sık karşılaştığı sorunlardan biri, şikâyet ve raporlama mekanizmalarının yetersizliğidir. Instagram, TikTok veya YouTube gibi platformlarda kullanıcılar zorbalık içeriklerini rapor edebilse de, bu sistemler çoğu zaman yavaş işler ve sonuç almak uzun sürebilmektedir (Livingstone ve Stoilova, 2021).

Bir çocuğun günlerce, hatta haftalarca olumsuz içeriklerin kaldırılmasını beklemesi, çaresizlik duygusunu derinleştirir. Bunun yanı sıra algoritmalar da ayrı bir sorumluluk alanıdır. Araştırmalar, nefret söylemleri ve kışkırtıcı içeriklerin daha çok etkileşim aldığı için öne çıkarıldığını göstermektedir (Vosoughi vd., 2018). Bu durum, zorbalık içeriklerinin görünürlüğünü artırarak saldırgan davranışları dolaylı yoldan pekiştirir. Dolayısıyla platformların yalnızca içerikleri kaldırmakla yetinmeyip, algoritmalarını etik ilkelere göre yeniden düzenlemesi gerekmektedir (Ofcom, 2023). Çocukları korumak için sunulan “çocuk dostu” modlar da önemli ama yetersiz adımlardır. YouTube Kids veya TikTok Kids Mode gibi uygulamalar belli ölçüde güvenlik sağlasa da, çoğu zaman kapsamlı filtreleme, etkin ebeveyn kontrolü ve güçlü yaş doğrulama mekanizmaları olmadan tam bir koruma sunmaz (Ofcom, 2023; Livingstone ve Stoilova, 2021). Çocukların güvenliğini gerçekten sağlayabilmek için bu araçların geliştirilmesi şarttır.

Son olarak, sosyal medya şirketlerinin toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket etmesi kritik bir noktadır. Bazı platformlar okullarla iş birliği yaparak dijital güvenlik eğitimleri sunmaya başlamıştır (UNICEF, 2023). Ancak bu projelerin daha yaygın ve sürdürülebilir hale gelmesi gerekmektedir. Çünkü sosyal medya yalnızca ticari alan değil, aynı zamanda çocukların kimliklerini, ilişkilerini ve güven duygularını şekillendiren sosyal bir ekosistemidir. Bu nedenle platformların toplumsal sorumluluklarını yerine getirmesi, dijital vatandaşlık kültürünü yaygınlaştırması ve güvenli bir dijital dünya inşa etmesi zorunludur (Livingstone ve Stoilova, 2021; Vosoughi vd., 2018).

Dijital Okuryazarlık Eğitimi

Zorbalığın önlenmesinde en güçlü araçlardan biri, çocuklara küçük yaşlardan itibaren dijital okuryazarlık becerilerinin kazandırılmasıdır (Seçkin-Kapucu vd., 2021). Çocukların çevrim içi dünyada attıkları her adımın bir karşılığı olduğunu bilmeleri, onları hem zorbalık yapmaktan hem de maruz kalmaktan koruyabilir (Fonseca ve Borges-Tiago, 2023). Bu açıdan dijital okuryazarlığın temelinde etik, gizlilik, güvenlik ve eleştirel düşünme becerileri yer almaktadır (Vissenberg vd., 2022). Her şeyden önce çocuklara çevrim içi ortamda kullandıkları her kelimenin karşı tarafta duygusal bir etki yarattığı öğretilmelidir. Bu farkındalık, yüz yüze iletişimde doğal olarak gelişen empatiyi sanal ortama taşır. Aynı şekilde gizlilik bilincinin kazandırılması da kritik öneme sahiptir. Adres, telefon numarası ya da kişisel fotoğraflar gibi bilgilerin paylaşılmasının riskleri çocuklara

anlatılmalı; çevrim içi dünyada mahremiyetin korunmasının önemi erken yaşlarda öğretilmelidir (Zhu vd., 2021).

Dijital güvenlik becerileri de bu eğitimin ayrılmaz bir parçasıdır. Güçlü şifre kullanımı, iki aşamalı doğrulama, hesap güvenliği ve şüpheli bağlantılardan kaçınma gibi konular çocuklara yalnızca teknik birer bilgi olarak değil, günlük hayatlarının bir parçası olacak şekilde kazandırılmalıdır (Cyberbullying Research Center, 2022). Bunun yanı sıra eleştirel düşünme becerileri, çocukların çevrim içi ortamda gördükleri içeriklere sorgulayıcı yaklaşımlarını sağlamaktadır. İnternette dolaşan her bilginin doğru olmadığı, manipüle edilmiş görüntülerin ya da yanlış haberlerin yaygın olduğu fark ettirilmelidir. Böylece çocuklar, yalnızca zorbalığa karşı değil, yanlış yönlendirmelere karşı da daha dirençli hale gelmektedir (Vissenberg vd., 2022).

Türkiye’de Millî Eğitim Bakanlığı’nın Fatih Projesi kapsamında verilen dijital okuryazarlık eğitimleri bu alanda önemli bir başlangıçtır. Ancak bu eğitimlerin yalnızca teknik becerilerle sınırlı kalmaması, aynı zamanda çocukların psikososyal gelişimlerini de gözetken bir içerikle sunulması gerekir (Seçkin-Kapucu vd., 2021). Çünkü dijital okuryazarlık, sadece “internet kullanmayı bilmek” değil; çevrim içi dünyada güvenle var olabilmek, sınırlarını koruyabilmek ve başkalarının haklarına saygı gösterebilmektir (Fonseca ve Borges-Tiago, 2023).

Hukuki Düzenlemeler

Çünkü dijital dünyanın sınır tanımayan yapısı, bireylerin kendi çabalarıyla baş edemeyecekleri riskler yaratmaktadır. Bu sebeple hukuki düzenlemeler, çocukların çevrim içi ortamda güvenle var olabilmeleri açısından kritik bir güvence işlevi görmektedir (United Nations Committee on the Rights of the Child, 2021). Uluslararası düzeyde en önemli dayanaklardan biri, Türkiye’nin de taraf olduğu Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi’dir (United Nations Committee on the Rights of the Child, 2021). Bu sözleşme, çocukların güvenli dijital ortamlara erişim hakkını temel bir insan hakkı olarak kabul eder ve devletlere bu alanda somut adımlar atma yükümlülüğü yükler.

2007 yılında kabul edilen ve hâlen Türkiye’de yürürlükte olan 5651 Sayılı İnternet Yasası, internet ortamında işlenen suçlara müdahale etme imkânı sunar (Türkiye Resmî Gazete, 2007). Hakaret, tehdit ya da özel hayatın gizliliğini ihlal gibi zorbalık davranışları bu kapsamda değerlendirilebilir. Ancak uygulamada, çocukların korunmasına dair özel mekanizmaların daha da güçlendirilmesi gerektiği açıktır (Zhu vd., 2021). Buna ek olarak Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK), çocukların çevrim içi ortamlardaki verilerinin kötüye kullanılmasını engelleyerek güvenliği artırmayı hedeflemektedir (KVKK, 2016). Çocukların kişisel bilgilerinin ticari amaçlarla işlenmesinin önlenmesi, onların zorbalık ve istismar riskine karşı korunmasında önemli bir adımdır.

Avrupa’daki çalışmalarda ise özellikle İngiltere’nin yürürlüğe koyduğu Children’s Code (Age-Appropriate Design Code) dikkat çekmektedir (Information Commissioner’s Office [ICO], 2020). Bu düzenleme, dijital hizmet sağlayıcıların çocukların yüksek yararını gözetmesini zorunlu kılarak platformların sorumluluğunu artırır. Avrupa Birliği de Dijital Hizmetler Yasası (Digital Services Act) ile platformların içerik denetimlerini sıkılaştırmış ve çocukların çevrim içi güvenliğini daha güçlü bir şekilde garanti altına almaktadır (European Parliament & Council, 2022). Türkiye’de de benzer düzenlemelerin geliştirilmesi ve uluslararası çalışmaların uyarlanması, çocukları siber zorbalığa karşı daha korunaklı hale getirebilir. Kısacası, hukuki düzenlemeler yalnızca

“cezalandırıcı” bir mekanizma değil, aynı zamanda önleyici ve koruyucu bir araç olmalıdır (UNICEF, 2023). Çocukların çevrim içi dünyada güvenle var olabilmesi, yalnızca ailelerin ve okulların değil, devletin ve yasal sistemin de güçlü ve kapsayıcı desteğiyle mümkün olacaktır.

Devlet ve Sivil Toplum İş Birliği

Hukuki düzenlemelerin yanı sıra sivil toplum kuruluşlarının da aktif rol oynaması gerekmektedir. Çocuk hakları dernekleri, psikolojik danışma merkezleri ve dijital güvenlik platformları, hem farkındalık kampanyaları hem de hukuki destek sağlayarak ailelerin yalnız kalmamasını sağlar. İngiltere’deki Anti-Bullying Alliance (ABA, 2024) veya Türkiye’deki Çocuk Hakları Derneği gibi kuruluşlar, okullar ve ailelerle iş birliği yaparak hem farkındalık hem de somut destek sunmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Zorbalık, birkaç öğrencinin “anlık gerilimi” değil; çocukların psikolojik sağlığını, okul ortamı ve toplumsal güveni etkileyen yapısal bir meseledir. Dijital mecraların görünürlük ve kalıcılık özellikleri, incitici deneyimlerin erişimini ve etkisini katlayarak artırmaktadır. Bu yüzden çözüm, tek bir aktörün çabasıyla değil; çocuk–aile–okul–platform–devlet hattında eşgüdümlü bir dönüşümle mümkündür. Dönüşümün başlangıç noktası evdir. Çocuğun yaşadıklarını sakince dinlemek, “yanındayım” mesajını net biçimde vermek ve aşırı tepkilerden kaçınmak, güven köprüsünü kurar. Evdeki dil-özür, onarım, saygı-çocuğun akran ilişkilerine doğrudan yansır. Ebeveynin dijital dünyaya merakla eşlik etmesi (mahremiyet ayarlarını birlikte yapmak, raporlama/engelleme adımlarını denemek) çocuğun çevrim içi alanda da destek gördüğünü hissettirir. Okul, yalnızca akademik bir kurum değil; güvenli sosyal ilişkilerin öğrenildiği bir topluluktur. Net kurallar, tutarlı uygulamalar ve hızlı, görünür müdahaleler zorbalığı sınırlar. Öğretmenin küçük alayları bile ciddiyetle ele alması, “bu sınıfta zorbalığa yer yok” normunu yerleştirir. Rehberlik servisleri de yalnızca olay sonrası değil, önleyici programların tasarımında ve öğretmen/veli eğitimlerinde merkezi rol üstlenmektedir. Akranlar, seyirciler sessiz kaldığında zorbalık güçlenir; güvenli ve dolaylı müdahaleler (öğretmene bildirme, mağdurun yanında durma, dikkat dağıtma) ise döngüyü kırar. Sınıf içi drama ve rol değişimi çalışmaları, empatiyi görünür kılar; “aktif seyirci” kültürü sınıfın ortamını dönüştürür. Dijital platformlar, çocukların günlük yaşamının parçası olduğundan, sorumluluk da paylaşılmalıdır. Etkili raporlama/çıkarma süreçleri, güçlü yaş doğrulama ve çocuk yararını önceleyen algoritmalar, çevrim içi güvenliğin temelidir. Devletin düzenleyici çerçevesi (veri koruma, içerik denetimi, çocuk odaklı standartlar) ve sivil toplumla iş birliği, ailelerin ve okulların yükünü tek başına taşımamasını sağlamaktadır. Özü itibarıyla mesele, empati ve dayanışmayı pratik hale getirmektir: Ebeveynlerin evde kurduğu güvenli aile ortamı, öğretmenin sınıftaki tutarlı duruşu, rehberliğin bütüncül desteği, akranın sessiz kalmaması, platformların sorumlu tasarımı ve devletin koruyucu mevzuatı aynı çizgide buluştuğunda zorbalık sıradanlaşmayan bir noktaya gelmektedir.

Uygulanabilir Kısa Liste

Evde: “Bunu paylaştığın için teşekkür ederim, yanındayım” cümlesini standart hâline getirin; haftalık 15 dakikalık “dijital check-in” rutini oluşturun (ayarlar, engelle/raporla pratiği). Sınıfta: En küçük dışlamaya dahi anında, sakin ve net müdahale; dönem başında öğrencilerle birlikte 3–5 maddelik “saygı sözleşmesi” hazırlayın. Rehberlikte: Düzenli anonim geri bildirim kutusu/anketi; mağdur, zorba ve tanık için ayrı protokoller; öğretmen/veli için hızlı başvuru rehberi. Akranlarda: “Güvenli müdahale” eğitimi (öğretmene bildir, mağdurla yürü, dikkat dağıt); her sınıfta 2–3 akran

destek gönüllüsü. Didaaalde: Hesaplarda iki aşamalı doğrulama; yorum filtreleri, ekran görüntüsü/ifşa riskleri hakkında periyodik hatırlatmalar. Politika ve Platformlarda: Çocuk yararı odaklı tasarım ilkeleri, hızlı içerik kaldırma süreçleri, ücretsiz hukuki/psikososyal danışma hatlarıyla entegrasyon. Son söz, basit ama dönüştürücüdür: “Senin yanımdayım.” Bu cümlenin düzenli olarak eyleme dökülmesi, yalnız bir çocuğun değil, tüm okul topluluğunun geleceğini daha güvenli ve umutlu kılar.

KAYNAKÇA

- American School Counselor Association (ASCA). (2019). The School Counselor And Bullying/Harassment Prevention And The Promotion Of Safe Schools. <https://www.schoolcounselor.org/standards-positions/position-statements>
- Anti-Bullying Alliance (ABA). (2024). Our Work: Creating Safer Schools And Communities. National Children's Bureau. Retrieved October 17, 2025, From <https://anti-bullyingalliance.org.uk/aba-our-work>
- Baldry, A. C. (2003). Bullying In Schools And Exposure To Domestic Violence. *Child Abuse & Neglect*, 27(7), 713–732. [https://doi.org/10.1016/S0145-2134\(03\)00114-5](https://doi.org/10.1016/S0145-2134(03)00114-5)
- Bandura, A. (1999). Moral Disengagement In The Perpetration Of Inhumanities. *Personality And Social Psychology Review*, 3(3), 193–209.
- Bauman, S., ve Del Rio, A. (2006). Preservice Teachers' Responses To Bullying Scenarios: Comparing Physical, Verbal, And Relational Bullying. *Journal Of Educational Psychology*, 98(1), 219–231.
- Bowers, L., Smith, P. K., ve Binney, V. (1994). Perceived Family Relationships Of Bullies, Victims And Bully/Victims In Middle Childhood. *Journal Of Social And Personal Relationships*, 11(2), 215–232. <https://doi.org/10.1177/0265407594112004>
- Camodeca, M., ve Goossens, F. A. (2005). Aggression, Social Cognitions, Anger And Sadness In Bullies And Victims. *Journal Of Child Psychology And Psychiatry*, 46(2), 186–197.
- Craig, W. M., Henderson, K., Ve Murphy, J. G. (2000). Prospective Teachers' Attitudes Toward Bullying And Victimization. *School Psychology International*, 21(1), 5–21.
- Craig, W. M., ve Pepler, D. J. (2007). Understanding Bullying: From Research To Practice. *Canadian Psychology*, 48(2), 86–93. <https://doi.org/10.1037/Cp2007010>
- Craig, W. M., Pepler, D. J., ve Atlas, R. (2000). Observations Of Bullying In The Playground And In The Classroom. *School Psychology International*, 21(1), 22–36.
- Cross, D., Lester, L., ve Barnes, A. (2018). A Longitudinal Study Of The Social And Emotional Predictors Of Cyber And Traditional Bullying Victimization. *International Journal Of Public Health*, 63(6), 761–769. <https://doi.org/10.1007/S00038-018-1126-5>
- Cyberbullying Research Center. (2022). How Media Literacy Can Prevent Online Harm. <https://cyberbullying.org/media-literacy-online-harm>
- Çocuk Hakları Derneği. (2024). Dernek Çalışmaları Ve Çocuk Hakları Faaliyetleri. Retrieved October 17, 2025, From <https://www.instagram.com/cocukhaklaridernegi/>
- Di Vincenzo, C., Pontillo, M., Bellantoni, D., Di Luzio, M., Lala, M. R., Villa, M., Demaria, F., ve Vicari, S. (2024). School Refusal Behavior In Children And Adolescents: A Five-Year Narrative Review Of Clinical Significance And Psychopathological Profiles. *Italian Journal Of Pediatrics*, 50, Article 107.
- Dodge, K. A., Coie, J. D., ve Lynam, D. R. (2006). Aggression And Antisocial Behavior In Youth. In W. Damon & R. M. Lerner (Eds.), *Handbook Of Child Psychology* (6th Ed., Vol. 3, Pp. 719–788). Wiley.
- Erdur, B. Ö. (2010). Cyberbullying And Its Correlation To Traditional Bullying, Gender And Frequent And Risky Usage Of Internet-Mediated Communication Tools. *New Media And Society*, 12(1), 109–125. <https://doi.org/10.1177/1461444809341260>
- Ergün, G., ve Ugurlu, C. T. (2019). Okul Rehber Öğretmenlerinin Zorbalıkla Mücadeledeki Roller. *Uluslararası Eğitim Yönetimi Dergisi*, 1(2), 45–59.
- Espelage, D. L., ve Holt, M. K. (2013). Suicidal Ideation And School Bullying Experiences After Controlling For Depression And Delinquency. *Journal Of Adolescent Health*, 53(1), S27.
- Espelage, D. L., ve Swearer, S. M. (2004). Bullying In American Schools: A Social-Ecological Perspective On Prevention And Intervention. Lawrence Erlbaum Associates.
- European Parliament & Council. (2022). Digital Services Act. Official Journal Of The European Union.
- Flaspohler, P. D., Elfstrom, J. L., Vanderzee, K. L., Sink, H. E., ve Birchmeier, Z. (2009). Stand By Me: The Effects Of Peer And Teacher Support In Mitigating The Impact Of Bullying On Quality Of Life. *Psychology In The Schools*, 46(7), 636–649.
- Feindler, E. L., ve Engel, E. C. (2011). Assessment And Intervention For Adolescents With Anger And Aggression Difficulties In School Settings. *Psychology In The Schools*, 48(3), 243–253.
- Forsberg, C., Thornberg, R., ve Samuelsson, M. (2014). Bystanders To Bullying: Fourth- To Seventh-Grade Students' Perspectives On Their Reactions. *Research Papers In Education*, 29(5), 557–576. <https://doi.org/10.1080/02671522.2013.878375>
- Fonseca, J., ve Borges-Tiago, T. (2023). Digital Literacy Education And Cyberbullying Combat: Scope And Perspectives. In P. [Editör] (Ed.), *Cyberbullying And Digital Citizenship: Challenges*.
- Gaffney, H., Farrington, D. P., ve Ttofi, M. M. (2021). Effectiveness Of School-Based Programs To Reduce Bullying And Cyberbullying: A Systematic Review And Meta-Analysis. *Trauma, Violence, & Abuse*, 22(5), 857–874.
- Gini, G., Albiero, P., Benelli, B., ve Altoè, G. (2008). Determinants Of Adolescents' Active Defending And Passive Bystanding Behavior In Bullying. *Journal Of Adolescence*, 31(1), 93–105.
- Gül, M., ve Korkut-Owen, F. (2020). Okullarda Psikolojik Danışmanların Zorbalığı Önleme Rolü. *Türk Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi*, 10(59), 145–160.*
- Information Commissioner's Office (ICO). (2020). Age-Appropriate Design: A Code Of Practice For Online Services (Children's Code). UK Government. <https://ico.org.uk/for-organisations/uk-gdpr-guidance-and-resources/childrens-information/childrens-code-guidance-and-resources/introduction-to-the-childrens-code/>
- Information Commissioner's Office. (2020). Introduction To The Children's Code (Age Appropriate Design Code). <https://ico.org.uk/for-organisations/uk-gdpr-guidance-and-resources/childrens-information/childrens-code-guidance-and-resources/introduction-to-the-childrens-code/>
- Joronen, K., Häkämies, A., ve Åstedt-Kurki, P. (2011). Children's Experiences Of A Drama Programme In Social And Emotional Learning. *Scandinavian Journal Of Caring Sciences*, 25(4), 671–678.
- Kärnä, A., Voeten, M., Little, T. D., Poskiparta, E., Kaljonen, A., ve Salmivalli, C. (2011). A Large-Scale Evaluation Of The KiVa Antibullying Program: Grades 4–6. *Child Development*, 82(1), 311–330. <https://doi.org/10.1111/J.1467-8624.2010.01557.X>
- Kowalski, R. M., ve Limber, S. P. (2021). Electronic Bullying And Cyberbullying. In J. Jimerson, S. M. Swearer, Ve D. L. Espelage (Eds.), *Handbook Of Bullying In Schools: An International Perspective* (2nd Ed., Pp. 111–123). Routledge.
- KVKK (2016). Kişisel Verilerin Korunması Kanunu No. 6698. T.C. Resmi Gazete, 7 Nisan 2016.
- Livingstone, S., Ve Stoilova, M. (2021). The 4Cs: Classifying Online Risk To Children. *London School Of Economics And*

- Political Science. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/projects/child-online-safety/the-4cs-report.pdf>
- Lochman, J. E., ve Wells, K. C. (2002). Contextual Social-Cognitive Mediators And Child Outcome: A Test Of The Theoretical Model In The Coping Power Program. *Development And Psychopathology*, 14(4), 945–967.
- Milsom, A., ve Gallo, L. L. (2006). Bullying In Middle Schools: Prevention And Intervention. *Middle School Journal*, 37(3), 12–19.
- Moore, S. E., Norman, R. E., Suetani, S., Thomas, H. J., Sly, P. D., ve Scott, J. G. (2017). Consequences Of Bullying Victimization In Childhood And Adolescence: A Systematic Review And Meta-Analysis. *World Journal Of Psychiatry*, 7(1), 60–76.
- Nickerson, A. B., Mele, D., ve Osborne-Oliver, K. M. (2014). Parent–Child Relationships And Bystander Responses To Bullying. *Journal Of Youth And Adolescence*, 43(11), 1906–1920.
- OECD. (2019). PISA 2018 Results (Volume III): What School Life Means For Students’ Lives. Paris: OECD Publishing.
- Ofcom. (2023). Children And Parents: Media Use And Attitudes Report 2023. UK Office Of Communications. <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2023>
- Olweus, D. (1993). *Bullying At School: What We Know And What We Can Do*. Oxford: Blackwell.
- Olweus, D. (2013). School Bullying: Development And Some Important Challenges. *Annual Review Of Clinical Psychology*, 9, 751–780.
- Perren, S., ve Alsaker, F. D. (2006). Social Behavior And Peer Relationships Of Victims, Bully-Victims, And Bullies In Kindergarten. *Journal Of Child Psychology And Psychiatry*, 47(1), 45–57. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2005.01445.x>
- Polanin, J. R., Espelage, D. L., ve Pigott, T. D. (2012). A Meta-Analysis Of School-Based Bullying Prevention Programs’ Effects On Bystander Intervention Behavior. *School Psychology Review*, 41(1), 47–65.
- Pozzoli, T., ve Gini, G. (2010). Active Defending And Passive Bystanding Behavior In Bullying: The Role Of Personal Characteristics And Perceived Peer Pressure. *Journal Of Abnormal Child Psychology*, 38(6), 815–827.
- Rigby, K. (2017). *Bullying In Schools: Addressing Desires, Not Only Behaviors*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Salmivalli, C. (2010). Bullying And The Peer Group: A Review. *Aggression And Violent Behavior*, 15(2), 112–120. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2009.08.007>
- Salmivalli, C. (2014). Participant Roles In Bullying: How Can Peer Bystanders Be Utilized In Interventions? *Theory Into Practice*, 53(4), 286–292.
- Salmivalli, C., ve Peets, K. (2018). Bullying In Schools And Cyberspace: From Research To Intervention. *Annual Review Of Psychology*, 69, 223–248.
- Sanders, M. R., ve Mazzuchelli, T. G. (2018). *The Power Of Positive Parenting: Transforming The Lives Of Children, Parents, And Communities Using The Triple P System*. Oxford University Press.
- Seçkin-Kapucu, M., Özcan, H., ve Karakaya-Özyer, K. (2021). The Relationship Between Middle School Students’ Digital Literacy Levels, Social Media Usage Purposes And Cyberbullying Threat Level. *International Journal Of Modern Education Studies*, 5(2), 437–566.
- Suldo, S. M., ve McMahon, M. M. (2020). School Counselors’ Roles In Promoting Student Mental Health. *Professional School Counseling*, 24(1), 1–10.
- Sutton, J., Smith, P. K., Ve Swettenham, J. (1999). Social Cognition And Bullying: Social Inadequacy Or Skilled Manipulation? *British Journal Of Developmental Psychology*, 17(3), 435–450. <https://doi.org/10.1348/026151099165384>
- T.C. Resmî Gazete. (2007). 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Hakkında Kanun. 23 Mayıs 2007.
- Ttofi, M. M., ve Farrington, D. P. (2011). Effectiveness Of School-Based Programs To Reduce Bullying: A Systematic And Meta-Analytic Review. *Journal Of Experimental Criminology*, 7(1), 27–56. <https://doi.org/10.1007/s11292-010-9109-1>
- Turkey. Resmî Gazete. (2007, May 23). 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun (Kanun No. 5651).
- Thornberg, R., ve Jungert, T. (2013). Bystander Behavior In Bullying Situations: Basic Moral Sensitivity, Moral Disengagement And Defender Self-Efficacy. *Journal Of Adolescence*, 36(3), 475–483. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.02.003>
- Tokel, S., ve Toprak, E. (2019). Siber Zorbalık Farkındalığında Okul Rehberlik Servislerinin Rolü. *Eğitim Ve Teknoloji Dergisi*, 9(3), 54–70.
- UNESCO. (2019). *Behind The Numbers: Ending School Violence And Bullying*. Paris: UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000366483>
- UNICEF. (2023). *Protecting And Prioritizing Children’s Rights And Safety In The Digital Environment*. <https://www.unicef.org/innovation/stories/protecting-childrens-rights-digital-environments>
- United Nations Committee On The Rights Of The Child. (2021, March 2). General Comment No. 25 (2021) On Children’s Rights In Relation To The Digital Environment (CRC/C/GC/25). <https://www.ohchr.org/en/documents/general-comments-and-recommendations/general-comment-no-25-2021-childrens-rights-relation>
- Vissenberg, J., d’Haenens, L., ve Livingstone, S. (2022). Digital Literacy And Online Resilience As Facilitators Of Young People’s Wellbeing? *European Psychologist*, 27(2), 76–85.
- Vosoughi, S., Roy, D., ve Aral, S. (2018). The Spread Of True And False News Online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Rivara, F. P. ve Menestrel S. (2016). Consequences Of Bullying Behavior. In F. Rivara & S. Le Menestrel (Eds.), *Preventing Bullying Through Science, Policy, And Practice* (Ss. 75–97).
- Wolke, D., ve Lereya, S. T. (2015). Childhood Bullying: Implications For Physicians. *American Family Physician*, 91(2), 187–192. Retrieved From <https://www.aafp.org/pubs/afp/issues/2015/0115/p187.html>
- World Health Organization Regional Office For Europe. (2024). *HBSC 2021/2022 International Report. Volume 2: A Focus On Adolescent Peer Violence And Bullying In Europe, Central Asia And Canada*. Copenhagen: WHO Regional Office For Europe. <https://iris.who.int/handle/10665/376655>
- Zhu, C., Huang, S., Evans, R., Ve Zhang, W. (2021). Cyberbullying Among Adolescents And Children: A Comprehensive Review Of The Global Situation, Risk Factors, And Preventive Measures. *Frontiers In Public Health*, 9, 634909.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE KİŞİLİK BOZUKLUĞU

Dursun Ekrem ER*

GİRİŞ

Dijital teknolojilerin hızla gelişmesi, bireylerin iletişim alışkanlıklarını, sosyal ilişkilerini ve kimlik inşa süreçlerini köklü bir şekilde dönüştürmüştür. Özellikle sosyal medya, yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesine geçerek, bireylerin düşüncelerini, duygularını ve sosyal kimliklerini şekillendiren küresel bir fenomen hâline gelmiştir. Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter) ve benzeri platformlar, kullanıcılarına yalnızca bilgiye erişim ve sosyalleşme fırsatı sunmakla kalmayarak, aynı zamanda kişisel kimliklerin görünürlük kazandığı ve onay mekânizmalarının işlediği bir alan geliştirmektedir. Bu durum, bireylerin psikolojik yapıları üzerinde belirleyici etkiler yaratabilmektedir.

Kişilik bozuklukları, bireylerin uzun süreli düşünce, duygu ve davranış örüntülerinde, toplumsal beklentilere aykırı, esnek olmayan ve işlevselliği bozan özelliklerle tanımlanan ruhsal rahatsızlıklar grubunu oluşturmaktadır. Amerikan Psikiyatri Birliği'nin DSM-V sınıflamasında kişilik bozuklukları üç küme altında toplanmaktadır: Küme A, şizotipal, şizoid ve paranoid kişilik bozukluklarını içerirken; Küme B, narsistik, borderline, histrionik ve antisosyal kişilik bozukluklarını kapsar. Küme C ise çekingen, bağımlı ve obsesif-kompulsif kişilik bozukluklarını içermektedir (Yıldız, 2020). Bu bozuklukların toplumsal ve bireysel sonuçları, kişinin kendilik algısından sosyal ilişkilerine, işlevselliğinden yaşam doyumuna kadar geniş bir yelpazeyi etkilemektedir. Özellikle de sosyal medyanın sunduğu “sürekli bağlantı” ve “anlık geri bildirim” mekânizmaları, kişilik bozukluğu eğilimlerini pekiştirebilecek bir ortam yaratmaktadır. Son yıllarda yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanım biçimlerinin, belirli kişilik özellikleri ve bozukluklarıyla doğrudan ilişkili olabileceğini göstermektedir. Narsistik kişilik özellikleri taşıyan bireylerin sosyal medyayı kendilerini yüceltme, onay arama ve görünür olma aracı olarak yoğun biçimde kullandıkları tespit edilmiştir. Borderline özellikler gösteren bireylerin ise sosyal medyada yoğun duygusal iniş çıkışlar yaşadıkları, ani tepkiler verdikleri ve ilişkilerinde istikrarsızlık sergiledikleri gözlemlenmektedir. Antisosyal kişilik özellikleri taşıyan bireylerin çevrim içi zorbalık, manipülasyon ve yıkıcı davranışlara daha yatkın oldukları bilinmektedir. Tüm bu bulgular, sosyal medyanın yalnızca bir iletişim aracı olmadığını, aynı zamanda kişilik yapılanmalarının dışavurum alanı olduğunu ortaya koymaktadır (Açıkalın, 2022). Bununla birlikte, sosyal medya yalnızca bozukluk belirtilerini görünür kılmakla kalmamakta aynı zamanda, uzun süreli ve yoğun kullanım sonucunda bireylerde belirli kişilik özelliklerinin baskın hâle gelmesine de katkı sağlayabilmektedir. Özellikle ergenlik ve erken yetişkinlik dönemlerinde, benlik algısının hâlen gelişmekte olduğu bireyler, sosyal medya ortamlarında kimlik denemeleri yapabilirken, farklı personalar deneyebilmektedir. Süreç, bazı bireylerde sağlıklı bir kimlik gelişimini desteklerken, bazı durumlarda ise kırılgan benlik yapılarının daha da hassaslaşmasına yol açabilmektedir. Sosyal medya ile kişilik bozuklukları arasındaki ilişkiyi anlamak, yalnızca bireysel ruh sağlığı açısından

* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi, dekremer@gmail.com

değil, aynı zamanda toplumsal refah ve dijital kültürün geleceği açısından da önemli hale gelmektedir. Çünkü sosyal medya platformlarının algoritması, kullanıcıların dikkatini çekmek ve etkileşim süresini artırmak üzerine yapılandırılmaktadır (Yengin, 2016). Algoritma sahip olduğu bu yönüyle, özellikle duygusal tepkiselliği yüksek, onay arayışına yatkın veya dürtü kontrolü zayıf bireylerde, olumsuz davranış döngülerini güçlendirebilmektedir.

Bu çalışma sosyal medya kullanımı ile kişilik bozuklukları arasındaki ilişkileri disiplinler arası bir perspektiften ele almayı amaçlamaktadır. Literatürde yer alan araştırmaların incelenmesi, kavramsal çerçevenin ortaya konması ve tartışma bölümlerinde elde edilen bulguların değerlendirilmesi yoluyla, bu çalışmanın hem akademik alana hem de uygulamaya katkı sağlaması hedeflenmektedir. Elde edilen bulguların, psikoloji, psikiyatri, iletişim bilimleri ve sosyoloji alanlarında çalışan araştırmacılar için yol gösterici olması beklenmektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanıcılarının kendi davranış kalıplarını daha bilinçli bir şekilde değerlendirmelerine ve potansiyel riskleri fark etmelerine katkı sağlanması da amaçlanmaktadır.

Sosyal Medya Kavramı

Teknolojik gelişmeler ile paralel bir şekilde iletişimde ilk çağlarda, insanlar iletişim kurmak için, mağara duvarlarına çizimler yapmıştır. Yazı ve alfabenin bulunması ile iletişim farklı bir boyut kazanmaktadır. Bu gelişmelerden sonra matbaanın da bulunması ile elde edilen bilgilerin kuşaktan, kuşağa aktarılmasının önü açılmaktadır. McLuhan, matbaanın geliştirilmesinin ardından, *küresel köy* kavramını ortaya atmıştır. McLuhan'a göre matbaa bireyciliğin teknolojik halini almaktadır (Yengin, 2016). İletişim kuramcısı Neil Postman, telgraf ve matbaa gibi teknolojik devrimlerin ardından gelişim gösteren bilgisayar ve dijital ağların yaygınlık göstermesiyle çocukların hayal dünyasının olumsuz yönde etkilendiğini savunmaktadır (Postman, 1995). Sosyal medya kavramı, 1970'li yıllarla birlikte yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Modern çağda tam olarak sınırları belli olmasa da sosyal medya, geleneksel medyaya göre daha işlevli bir kitle iletişim aracı olarak görülmektedir. Sosyal medya siteleri bireylerin çeşitli gereksinimlerini karşılayarak bireylerin birbirleri arasındaki ilişkilerinin süreklileştirilmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Sosyal medya kullanıcıları ilgi çekici paylaşımları ile diğer kullanıcılara karşı fark yaratarak fenomen olma yolunda ilerlemektedir (Budak, 2018). Enformasyon teknolojilerinde gelişime paralel olarak ortaya çıkan sosyal medya ile dolaşıma giren bilginin doğruluğu tartışılmaya başlanmaktadır. Çünkü sosyal medyada yer verilen çoğu bilgi, teyit edilmeden öne sürülmektedir (Açıkalın, 2022). Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle ve pantolon ceplerine sığacak kadar küçük, bilgisayar benzeri telefonların yaygınlaşmasıyla insanlar interneti her zaman kullanır hale gelmiştir. Sosyal medya, ilk çıktığı dönemlerden itibaren Y ve Z kuşağındaki çocukları ve bireyleri etkisi altına almıştır. Gençler ve çocuklar yaratılışları gereği dünyayı keşfetme davranışı sergilemektedir. Bireyler, yaşadıkları toplumda yeniliklere karşı savunmasız bir biçimde olmaktadır. Kendisinde olmayan bir özelliği çevresinde görerek aynı özelliği kazanabilmektedir. Sosyal medya kullanan gençler, yaşlarının uygun olması sebebiyle platformlara kolaylıkla adapte olmaktadır. İnternetin yaygın olduğu zamanda doğan Y ve Z kuşağına ait bireylerin sosyal medyada sürekli aktif oldukları görülmektedir (Ünlü, 2017). Web 2.0'ın geliştirilmesi sosyal medyanın ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Sosyal medya, insanlar arasında iletişimi sağlamakta aynı zamanda kurumsal ve özel iletişim imkânı taşımaktadır (Bulut, 2012). Gündelik hayatın bir parçası haline gelen sosyal medya faaliyeti toplumsal ilişkilerde ve ekonomi alanında kullanılmaktadır. İnsanlığın ihtiyaçlarına göre işlevler kazanmaktadır. Bu gelişmelere göre toplumların, iktidar sahiplerinin veya sıradan vatandaşların ilişkileri sosyal medyadan bağımsız gelişim göstermesi imkânsız olmaktadır (Metin

ve Karakaya, 2017). Sosyal medya, bireylere dijital ağ üzerinden zaman ve mekân sınırı olmadan düşüncelerini serbestçe dile getirme imkânı sunmaktadır. Aynı zamanda bireyler, başka kişilerle gerek ilgi alanları ile alakalı olsun, gerekse herhangi bir anonim konuyla alakalı olsun fikir alışverişi de yapabilmektedir (Bulunmaz, 2011).

Sosyal medya insan hayatına sanal dünya olarak girmiştir. Sosyal medya, dijital teknolojiler aracılığıyla bireylerin, grupların ve kurumların çevrim içi ortamda içerik üretmesini, paylaşmasını ve etkileşim kurmasını sağlayan iletişim platformlarının genel adı olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, 2020). İnternetin gelişimi ve mobil teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya, yalnızca bireyler arası iletişimi kolaylaştıran bir araç olmanın ötesine geçmiş; bilgi paylaşımı, toplumsal hareketlerin örgütlenmesi, pazarlama stratejileri, siyasal kampanyalar ve hatta kültürel üretim süreçlerinin merkezine yerleşmiştir. Sosyal medya, Web 2.0 teknolojilerinin sunduğu etkileşimli ve kullanıcı odaklı yapısıyla, klasik kitle iletişim araçlarından farklı olarak, kullanıcıların pasif tüketiciler olmaktan çıkarak aktif içerik üreticilerine dönüşmesine olanak sağlamaktadır (Fuchs, 2016). Bu durumun, bilgi üretim ve tüketim süreçlerinde köklü değişimlere yol açtığı görülmektedir. Sosyal medyanın kavramsal çerçevesi, etkileşim, erişilebilirlik ve ağ yapısına dayalı özellikleriyle şekillenmektedir. Etkileşim, kullanıcıların yalnızca içerik tüketmekle kalmayıp aynı zamanda yorum yapma, beğenme, paylaşma gibi içerik üretme yollarıyla aktif bir rol üstlenmelerini ifade etmektedir. Erişilebilirlik, internet bağlantısı olan herhangi bir bireyin, coğrafi ve zamansal sınırları büyük ölçüde aşarak bu platformlara katılımını mümkün kılmakta, sahip olduğu ağ yapısı ise kullanıcılar arasında bağlantılar kurularak sosyal ilişkilerin dijital ortamda yeniden inşa edilmesini sağlamaktadır. Her üç unsur da, sosyal medyanın diğer biçimlerden ayrılmasını sağlayan temel özellikler olarak ele alınmaktadır (Yıldırım ve Eldeniz, 2022). Sosyal medya platformlarında iletişimin çevrim içi şekilde yapılmasından dolayı yüz yüze iletişime göre bireyler açısından bir farklılık göstermektedir. En önemli farklılıklardan birisi, çevrim içi iletişim özelliğine sahip olan sosyal medya, çoğu birey için yüz yüze iletişime göre çok daha kaygısız yapılmaktadır. Bu iletişim şekli sebebiyle özellikle genç bireylerin ilgi odağı haline gelmiştir. Sosyal medyada kaygı azaltan faktörler sadece bununla kalmayıp sosyal medyada insanların daha önce tanımayan olmaları da kaygı düzeyini etkilemektedir. Bireyler bu faktörler sayesinde yüz yüze olduğundan daha rahat hareket edebilmektedir (Aktan, 2018). İnternetin icadından modern çağ kadar gelen süreçte teknolojik gelişmelerde de değişimler yaşanmaktadır. Sosyal medyanın gelişimiyle birlikte tek yönlü yaklaşımdan, çift yönlü yaklaşıma evrilen iletişimin bu yöndeki hareketinde bireylerin seçimleri önemli görülmektedir (Yıldırım ve Eldeniz, 2022). 1990'lı yılların sonlarında bloglar ve forumlar aracılığıyla başlayan çevrim içi iletişim, 2000'li yılların başında sosyal ağ sitelerinin ortaya çıkmasıyla yeni bir boyut kazanmıştır. Friendster, MySpace gibi öncül platformlar, kullanıcıların kişisel profiller oluşturmalarına ve çevrim içi arkadaşlık ilişkileri kurmasına zemin hazırlamıştır. 2004 yılında kurulan Facebook, sosyal medya tarihinde bir dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir. Bu platform küresel ölçekte milyonlarca kullanıcıya ulaşmayı başararak, sosyal medyanın kullanıcılar açısından, insanın günlük rutininin bir parçası haline gelmesinde önemli bir rol oynamış, yeni medyayı yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline getirmiştir. Çalışmada bahsi geçen, X, Instagram, YouTube, TikTok ve LinkedIn gibi platformların da var olmasıyla birlikte sosyal medyanın çok yönlü yapısının güçlendiği görülmektedir. Dijital dünyada bireyler, yüz yüze iletişimde karşılaşmadıkları kadar çok enformasyona maruz kalmaktadır. Enformasyonların ise ne ölçüde doğru olup olmadığı bilinmemektedir. Bilgilerin doğruluğunu anlamak için kıyas ve doğrulama uygulamaları kullanmak gerekmektedir. Bu uygulamalar kullanılarak sosyal medyada dolaşıma giren bilgilerin doğruluğunu test edilmektedir (Türkoğlu ve

Doğan, 2018). Sosyal medya, bireylere kendilerine ait özgün fikirlere kolaylıkla ifade etmelerine olanak tanımaktadır. Bu açıdan sosyal medya, insanların hayatının en önemli parçası haline gelmiştir. İnsanlar geleneksel medyadan uzaklaşarak, sosyal medyada varlık göstermeye başlamıştır (Erol, 2022).

Sosyal medyanın özelliklerinden birisi olan katılım, sosyal medyada meydana gelen iletişim ile bulunmayı destek olmayı daha kolaylaştırmaktadır. Açıklık, içeriğe ulaşmak ve geri dönüşüm kapalı değildir. Karşılıklı etkileşim, geleneksel medyaya göre farklı olarak tek yönlü iletişim değil, çok yönlü iletişim şekli ön plana çıkmaktadır. Topluluk, sosyal medya bazı konularda ve bireyler ile ilgili grupların hızlı şekilde kurulmasına olanak tanımaktadır. Gruplara üye olan kullanıcılar yakınları ile fotoğraf paylaşarak etkileşim sağlayabilmektedir. Sosyal medyanın çoğu türü bağlantısallık özelliğini barındırmaktadır. Diğer internet sitelerine ve kaynaklara link göndererek faydalanma imkânı taşımaktadır (Tekin, 2018). Sosyal medya, insanları bir arada tutan ve ilgilendikleri alan ile ilgili içerik üretmelerine imkân tanımaktadır. Bu yeni medya doğru kullanıldığı takdirde herhangi bir soruna sebep olmamaktadır. Ticaret alanında, sıklıkla firmaların indirimleri hakkında bilgi vermek amacıyla kullanılmaktadır. Yeni çıkan filmler ile ilgili tanıtımlar, son dakika haberlerinin servis edilmesi gibi kullanımları da söz konusu olmaktadır (Çağır, 2017). Her geçen gün dijital ağ ve sosyal medyayı günlük rutinine yerleştiren bireyde davranış bozuklukları görülebilmektedir. İnsanlar çalıştıkları firmalar veya şirketlerde sosyal medya uzmanlıkları sayesinde pazarlama faaliyetine destek olmaktadır. Sosyal medyada bireyler satılan ürünlere yorum yaparak, bir nevi o ürünlerin reklamını yaparak, satılmasında yardımcı olmaktadır (İşlek, 2012).

Küreselleşmenin hızlıca yaygınlaşması ve dünyanın küresel bir köye dönüşmesi iletişim alanında teknik gelişmelerin oluşmasına ön ayak olmuştur. Bu çerçevede yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır (Kandemir, 2023). Sosyal medya, geleneksel medyanın tamamlayıcısıdır. Sosyal medya, modern çağda sahip olduğu konum itibarıyla geleneksel medyanın önüne geçmiştir. Bıraktığı etki ile geleneksel medyayı yok olma aşamasına getirmektedir. Bireylerin herhangi bir baskı altında hissetmeden özgür bir şekilde bilgi, belge, fotoğraf ve video paylaştığı geniş çerçeveli sosyal ağlardır. Geleneksel medya, tüketicilerine sosyal medya aracılığıyla ulaşmaktadır (Evans, 2008). Facebook, Twitter, Instagram ve Snapchat gibi sosyal medya uygulamaları bulunmaktadır. İnternet teknolojisinin de yeni değişimlerin olması sonucu bireylerin iletişim kurma alışkanlıklarında büyük oranda değişiklik göze çarpmaktadır. Geleneksel medyadan farklı olarak bu yeni medyada kullanıcılar daha aktif olduğu için içerik üretme ve tüketme imkânına sahip olmaktadır. Geleneksel medyada tüketici pasif konumdadır. Sosyal medyada olduğu gibi karşılıklı etkileşim söz konusu olmamaktadır. Bu gibi özellikler sosyal medyayı modern çağın kanaat önderi haline getirmektedir (Arslan ve Yavuz, 2020). Protesto, eylem, boykot ve grev gibi toplumsal hareketler Twitter ve Instagram gibi sosyal medya araçlarında dile getirilmeye başlanmıştır. Yine geleneksel medyanın rolünü devralmıştır. İnsanlar sosyal medyadan iletişime geçerek organizasyon yapabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya, insanlığın faydasına olmaktadır. Faydaları olduğu gibi bağımlılık ve kişilik bozukluğu gibi zararları bulunmaktadır. Sosyal medya alanında uzman kişiler sosyal medyanın doğru kullanılmasına dikkat çekmektedir. Aksi durumda bireyin hayatını olumsuz etkileyebilmektedir (Özkök, 2019). Sosyal medya, yalnızca teknolojik bir gelişme değil, aynı zamanda sosyokültürel bir yapıya sahip olması ile ön plana çıkmaktadır (Usluata, 1994). Kullanıcıların dijital kimlikler oluşturarak kendilerini ifade etmesi, topluluklara katılması ve etkileşim ağları kurması, kimlik inşası süreçlerini de etkilemektedir. Geleneksel

iletişimdeki tek yönlü bilgi akışının yerini, yeni medya ile karşılıklı ve çok yönlü etkileşim almıştır. Bu durum, habercilikten eğlenceye, eğitimden siyasete kadar birçok alanda bilgi üretim ve paylaşım biçimlerini değiştirmektedir.

Sosyal medya kavramı, yalnızca teknik bir tanımla sınırlı kalmamaktadır. Toplumsal, kültürel, ekonomik ve psikolojik boyutları da göz önünde bulundurulmakta ve buna yönelik araştırmalar yapılmaktadır. Toplumsal açıdan, sosyal medya bireylerin sosyalleşme biçimlerini değiştirmekte, çevrim içi topluluklar ve sanal arkadaşlıklar aracılığıyla yeni ilişki biçimleri ortaya çıkarmaktadır. Kültürel açıdan, sosyal medya küreselleşmeyi hızlandırmakta, farklı kültürlerin bir arada bulunmasını ve etkileşime girmesini kolaylaştırmaktadır. Bu durum, bireylerin benlik algısına, özgüveni, sosyal olarak kendisini başka bireylerle kıyasa sokması gibi eğilimlerin oluşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla kullanıcılar için olumlu etkileri kadar olumsuz etkiler de yarattığı gözlemlenmektedir.

Sosyal medyanın işlevleri incelendiğinde, en temel fonksiyonunun bilgi ve içerik paylaşımı olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, sosyal medya eğlence, eğitim, pazarlama, kamuoyu oluşturma, siyasal katılım ve kriz iletişimi gibi çok çeşitli amaçlar için kullanılmaktadır (Yeşilyurt, 2024). Kriz dönemlerinde, afet veya toplumsal olaylarda, sosyal medya hem bilgi aktarımı hem de yardım organizasyonları için kritik bir araç hâline gelmektedir. Öte yandan, bu işlevlerin yanında, mahremiyet ihlalleri, siber zorbalık ve bağımlılık gibi sorunlar da gündeme gelmektedir. Dolayısıyla, sosyal medyanın kavramsal analizinde olumlu ve olumsuz yönlerin dengeli bir şekilde değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Sosyal medya kavramı, yalnızca teknolojik bir inovasyon olarak değil, aynı zamanda iletişim biçimlerini, toplumsal ilişkileri, kültürel üretimi ve bireysel psikolojiyi derinden etkileyen çok boyutlu bir olgu olarak ele alınmaktadır. Kavramın kapsamı, zamanla gelişen teknolojiler ve kullanıcı pratikleriyle sürekli genişlemekte ve dönüşmektedir. Bu nedenle sosyal medyayı anlamak, yalnızca mevcut durumu analiz etmek değil, aynı zamanda gelecekteki toplumsal, kültürel ve ekonomik dinamikleri de öngörebilmek açısından önem taşımaktadır.

Sosyal Medya ve Kullanıcı Duygusu

Modern çağın en belirgin sosyolojik olgularından biri olan sosyal medya, kullanıcıların duygu durumları ve psikolojik deneyimleri üzerinde çok boyutlu bir etki yaratmaktadır. Sosyal medya platformları, bireylerin duygusal ifadesine ve başkalarının duygularını algılamasına yönelik karmaşık bir ekosistem sunmaktadır. Bu bağlamda, platformların algoritması, sosyal karşılaştırma mekanizmaları ve çevrim içi etkileşim dinamikleri, kullanıcıların duygusal refahını doğrudan etkileyen kritik faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Sosyal medyanın kullanıcı duygusu üzerindeki etkisi, yalnızca dışsal uyaranlarla sınırlı kalmaz; aynı zamanda bireyin kendi içsel dünyasını da yeniden yapılandırmaktadır. Öyle ki, yapılan araştırmalarda kullanıcıların sorunlarından kaçmak için sosyal medyayı yüksek oranda kullandığına dair sonuçlar gözlemlenmektedir (Bulut ve Bilen, 2024). Platformlarda sürekli olarak sergilenen idealize edilmiş yaşamlar, kullanıcıların kendilerini başkalarıyla karşılaştırmasına yol açan bir zemin oluşturmaktadır. Sosyal karşılaştırma teorisi, bireylerin belirsizliği azaltmak ve kendilerini değerlendirmek için başkalarıyla kıyaslama eğiliminde olduklarını belirtmektedir. Sosyal medya, bu karşılaştırmaları sürekli ve görünür kılarak, kullanıcılarda yetersizlik, kıskançlık ve düşük öz saygı duygularını tetikleyebilmektedir. Bir kullanıcının başkalarının tatil fotoğraflarını, kariyer

başarılarını veya mutlu anlarını görmesi, kendi hayatının aynı derecede tatmin edici olmadığına dair algılar geliştirmesine neden olabilmektedir. Bu durum, özellikle genç yetişkinler arasında depresyon ve anksiyete semptomlarının artışıyla ilişkilendirilmektedir.

Sosyal medyanın duygusal düzenleme üzerindeki etkisi de dikkat çekici olmaktadır. Platformlar, bireylerin olumsuz duygularla başa çıkma stratejilerini etkileyebilmektedir. Sosyal medya bir destek sistemi sunarak kullanıcıların yalnızlık veya stres gibi duygularla başa çıkmasına yardımcı olabilmektedir. Kullanıcılar, benzer deneyimlere sahip topluluklar bularak veya sanal destek alarak duygusal rahatlama hissedebilmektedirler. Ancak diğer yandan, sosyal medyanın pasif kullanımı, kaçınma temelli bir başa çıkma stratejisine dönüşebilmektedir. Kullanıcılar, gerçek hayattaki sorunlardan kaçmak için sonsuz bir içerik akışında kendini bulabilmektedir. Bu da sorunun kaynağına yönelik aktif çözüm arayışını engeller ve duygusal yükü daha da ağırlaştırabilmektedir. Pasif kaçış, duygusal düzensizliği pekiştirerek bağımlılık benzeri davranışlara yol açabilmektedir. Bağımlılığın bireyi nasıl etkilediği, yaşam kalitesiyle olan ilişkisi; bu tanıyı koymak için incelenmesi gereken konuların başında yer almaktadır (Güçlü ve Çulha, 2024). Ayrıca, sosyal medya kullanımı ile duygusallık arasında bir ilişki bulunmaktadır. Kullanıcılar, bir yandan sosyal bağlantı ve topluluk hissi arayışındayken, diğer yandan platformların yarattığı baskı, rekabet ve olumsuz karşılaştırma döngüleri nedeniyle olumsuz duygular yaşayabilmektedir. Bahsi geçen çelişkili duygusal deneyim, kullanıcının platformla olan ilişkisini karmaşık hale getirmektedir. Beğeni sayıları, yorumlar ve takipçi sayıları gibi metrikler, bireylerin kendi değerlerini ve sosyal kabul düzeylerini somut göstergelere dönüşmektedir. Bu durum, kişinin duygusal refahını dışsal onaylara bağımlı hale getirir ve beğeni peşinde koşma davranışının bir duygusal düzenleme stratejisi olarak yerleşmesine neden olmaktadır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların duygu durumunu çok katmanlı bir şekilde etkilemektedir. Duygu bulaşması, sosyal karşılaştırma ve duygusal düzenleme stratejileri gibi mekânizmalar aracılığıyla bireylerin içsel ve dışsal duygusal dünyaları yeniden şekillenmektedir. Bu etkileşim, kullanıcıların psikolojik sağlığı üzerinde hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Sosyal medyanın duygu dünyasına yaptığı bu karmaşık etkileşimin anlaşılması, dijital çağda bireyin psikolojik sağlığını korumaya yönelik stratejiler geliştirilmesi açısından hayati önem taşımaktadır. Bu alan, gelecekteki araştırmaların, özellikle de yapay zekâ destekli içeriklerin duygusal sonuçları üzerindeki etkileri de dâhil olmak üzere, daha fazla derinlemesine incelenmesi gereken bir konu olmaktadır.

Sosyal Medyada Kimlik Arayışı

Sosyal medya platformları, bireylerin kimliklerini inşa etme, sürekli olarak yeniden tanımlama süreçleri için yeni ve karmaşık bir sahne sunmaktadır. Geleneksel kimlik oluşum teorileri, genellikle yüz yüze etkileşimlere ve fiziksel mekânlara odaklanırken, dijital çağın getirdiği çevrim içi var oluş, kimlik oluşum sürecine yeni katmanlar eklemiştir. Sosyal medya, bireylerin kendi anlatılarını titizlikle hazırlayabildiği, kontrol edebildiği ve hedef kitleye göre uyarlayabildiği bir ortam sağlayarak, kimlik yönetimi ve kimlik performansı kavramlarını merkeze almaktadır (Kaya, 2021).

Kimlik arayışı, özellikle ergenlik ve genç yetişkinlik dönemlerinin temel bir görevi olarak kabul edilmektedir. Bireyler bu süreçte, "Ben kimim?" sorusuna yanıt arar. Sosyal medya, bu arayışa hem bir kolaylaştırıcı hem de bir engelleyici etki geliştirmektedir. Birey sanal profiller aracılığıyla farklı kimlikleri tecrübe edebilmektedir, farklı sosyal gruplara ait hissetme fırsatı bulabilmektedir. Gerçek hayatta mümkün olmayan rolleri kazanmaktadır. Özellikle kimliğini sorgulayan veya marjinalize

edilmiş gruplara mensup bireyler için güvenli bir keşif alanı sunabilmektedir. Cinsel kimliğini sorgulayan veya cinsiyet kimliğiyle ilgili simülasyonlar üreten bir birey, sosyal medyada destekleyici topluluklar bularak bu süreci daha az yalnız hissedebilmektedir. Bu simülasyon çoğunlukla gerçeğin karşısında ve gerçeğe saldırmaktan yana tavır sergilemektedir (Baudrillard, 2010). Ancak, sosyal medyanın sunduğu bu esneklik, aynı zamanda önemli zorlukları da beraberinde getirmektedir. Çevrim içi kimlik, genellikle dikkatle seçilmiş ve idealize edilmiş bir versiyon olarak sunulmaktadır. Kullanıcılar, en iyi anlarını, en çekici fotoğraflarını ve en başarılı deneyimlerini sergileyerek kendilerinin otantik olmayan bir versiyonunu sunma eğilimi olmaktadır. Eğilim, başkalarının da benzer şekilde idealize edilmiş profiller sergilemesiyle birleşince, bireylerde bir kimlik ikilemi yaratmaktadır. Gerçekte kim oldukları ile çevrim içi kimliklerinin sunduğu idealize edilmiş versiyon arasındaki tutarsızlık, kimlik bütünlüğünde çatlaklara yol açabilmektedir. Bireylerin kendilerine yabancılaşmasına ve içsel bir boşluk hissetmesine neden olabilmektedir.

Sosyal medya, kullanıcıların sınırlarını ortadan kaldırarak, bireylerin aynı anda birden fazla "izleyici kitlesine" performans sergilemesini gerektirmektedir. Bir Instagram gönderisi hem aile üyeleri, hem iş arkadaşları, hem de yakın arkadaşlar tarafından görülebilir ve bireylerin bu anlamda kimlik sunumunda karmaşa ve tutarsızlık yaşamasına yol açabilmektedir. Farklı kitlelerin beklentilerini karşılamak için sürekli olarak kimliklerini yeniden ayarlamak zorunda kalmak, kimlik yorgunluğuna ve kimlik dağılmasına neden olabilmektedir.

Sosyal medyadaki kimlik arayışı, aynı zamanda dijital kimlik ve dijital gölge kavramlarıyla da yakından ilişkili olmaktadır. Dijital kimlik, bireyin çevrim içi dünyada bilinçli olarak inşa ettiği ve sunduğu kimlikken, dijital gölge, bireyin çevrim içi faaliyetlerinin tamamından oluşan ve genellikle bireyin kontrolü dışında oluşan kimlik izidir. Kimlik izi, geçmiş gönderileri, beğenileri, yorumları ve hatta silinen içerikleri kapsayabilmektedir. Ortaya çıkan gölge kimlik, bireyin bilinçli kimlik sunumuyla çelişebilmektedir. Bu çelişki, kimlik bütünlüğüne yönelik bir tehdit oluşturabilmektedir. İşverenlerin veya potansiyel partnerlerin dijital gölgeyi araştırarak bireyin sunduğu imajın dışında bilgiler elde etmesi, bireyin kimlik kontrolünü kaybetmesine yol açabilmektedir. Ayrıca, sosyal medyada sosyal kabul ve onaylanma ihtiyacı, kimlik arayışını yönlendiren en güçlü motivasyonlardan biri olmaktadır. Beğeni sayıları, takipçi sayıları ve yorumlar, bireyin sosyal değerinin ve kimliğinin geçerliliğinin somut birer göstergesi haline gelmektedir. Bireyler, başkalarının onayını kazanmak için kimliklerini manipüle etmeye veya değiştirmeye yönelebilmektedir. "Ben" yerine "başkalarının beni görmek istediği "ben"i inşa etme süreci, otantik kimlik oluşumunu baltalamaktadır. Geline süreçte birey, içsel değerler yerine dışsal ölçütlere dayalı bir kimlik inşa eder, bireyin kendi benliğine olan güvenini zedeler ve özgünlükten uzaklaşmasına neden olabilmektedir.

Özellikle ergenlik döneminde, sosyal medya ve kimlik arayışı arasındaki bu karmaşık etkileşim, öz saygı ve öz yeterlilik duyguları üzerinde derin etkiler bırakmaktadır. Sosyal medyada sergilenen idealize edilmiş yaşamlar ve sürekli karşılaştırma, gençlerin kendilerini yetersiz hissetmesine ve öz saygılarının düşmesine neden olabilmektedir. Sosyal medyada görülen sahte mutluluk anlatıları, gençlerin kendi gerçek deneyimlerinin yetersiz olduğu algısını pekiştirmektedir. Bireylerin çevrim içi ve çevrim dışı kimlikleri arasındaki tutarsızlık, kimlik dağılması ve kimlik yorgunluğu gibi yeni psikolojik fenomenlere yol açmaktadır. Bu durum, bireylerin kendi benlik anlatılarını ve değerlerini dışsal onaylara göre şekillendirmesine neden olarak, otantik bir kimlik gelişimini zorlaştırmaktadır.

Gelecekteki araştırmalar, bireylerin bu dijital kimlik karmaşasıyla nasıl başa çıktığını ve platformların kimlik arayışı üzerindeki etkisini azaltmaya yönelik stratejilerin nasıl geliştirebileceğini derinlemesine incelenmesi gerekmektedir.

Kimlik Arayışı ve Kişilik Bozukluğu Arasındaki İlişki

Kimlik oluşumu, her bireyin yaşamı boyunca devam eden, kendi benlik algısını, değerlerini, amaçlarını ve ait olma duygusunu tutarlı bir şekilde yapılandığı karmaşık bir süreç olmaktadır. Gelişim psikolojisinin temel taşlarından biri olan bu süreç, özellikle ergenlik döneminde yoğunlaşır ve bireyin "Ben kimim?" sorusuna yanıt arayışını içermektedir. Sosyal alanda vuku bulan değişimlerin de doğurduğu en önemli sonuçlardan biri, kimlik krizinin de sebebi olan parçalanmış sosyal yapı olarak görünmektedir (Alperen, 2008). Ancak, bu sürecin sağlıklı bir şekilde tamamlanamaması veya ciddi zorluklarla karşılaşması, psikopatolojik durumların, özellikle de kişilik bozukluklarının gelişimine zemin hazırlayabilmektedir. Kimlik arayışındaki sorunlar ve kişilik bozuklukları arasındaki ilişki, hem klinik psikoloji hem de gelişimsel psikopatoloji alanları için merkezi bir konum da bulunmaktadır.

Modern çağın dinamikleri, özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması, kimlik arayışı ve kişilik bozuklukları arasındaki bu karmaşık ilişkiyi daha da belirgin hale getirmektedir. Sosyal medya platformları, bireylere sahte kimlikler inşa etme, idealize edilmiş benliklerini sergileme ve anlık onay arayışında bulunma konusunda sınırsız bir alan sunmaktadır. Bu durum, kimlik dağılması yaşayan bireylerin zaten var olan istikrarsızlıklarını pekiştirebilirken, narsistik bireylerin grandiyöz kimliklerini beslemesine olanak tanımaktadır. Ancak bu sanal onay döngüsü, gerçek hayattaki tutarsızlıkları maskeleyemez ve bireyin içsel benliğini daha da zayıflatmaktadır. Sonuç olarak, kimlik arayışındaki patolojik sapmalar, kişilik bozukluklarının temel bir bileşeni olarak ortaya çıkar ve bu ilişkinin anlaşılması, ruh sağlığı alanındaki müdahalelerin etkinliği için hayati önem taşımaktadır. Kişilik bozukluklarının tedavisinde, bireyin bütüncül ve tutarlı bir kimlik duygusu geliştirmesine yönelik çalışmalar merkezi bir rol oynamaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Sosyal medya kavramı, yalnızca dijital teknolojilerin sunduğu bir iletişim biçimi olarak değil, aynı zamanda bireysel psikoloji, toplumsal ilişkiler, kültürel üretim ve hatta klinik psikoloji alanlarında yeni dinamikler yaratan çok katmanlı bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada ele alınan sosyal medyanın tanımsal çerçevesi, kullanıcı duygusu üzerindeki etkileri, kimlik inşası süreçleri ve kimlik arayışı ile kişilik bozuklukları arasındaki ilişki, birbirini tamamlayan ve çoğu noktada kesişen boyutlara sahip olmaktadır. Tartışma bölümünde, bu temaların bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilmesi, hem kuramsal hem de uygulamalı açıdan önemli çıkarımlar yapmayı mümkün kılmaktadır. Sosyal medyanın tarihsel gelişimi, iletişim teknolojilerinin evrimsel ilerleyişinin ötesinde, toplumsal dönüşümlerin de temel belirleyicisi olmaktadır. Web 2.0 teknolojilerinin sunduğu etkileşim ve kullanıcı merkezilik, bireyleri yalnızca bilgi tüketicisi olmaktan çıkarıp, üretici konuma getirmiştir. Bu durum, klasik medya teorilerinin öngördüğü tek yönlü bilgi akışını tersine çevirerek, karşılıklı ve ağ temelli bir iletişim biçimi yaratmaktadır. Tartışılması gereken nokta, bu dönüşümün bilgi ekosisteminde ortaya çıkardığı fırsatlar ile beraber getirdiği sorunların nasıl dengeleneceği olmaktadır. Bir yandan sosyal medya, demokratikleşme, katılım ve çeşitlilik açısından eşsiz olanaklar sunmaktadır. Özellikle marjinalize edilmiş grupların kendilerini ifade edebilmeleri, görünürlük kazanabilmeleri ve dayanışma ağları oluşturabilmeleri değerli görülmektedir. Ancak diğer yandan, dezenformasyonun yayılması, kutuplaşmanın artması

ve mahremiyet ihlalleri gibi riskler, sosyal medyanın işlevini tartışmalı kılmaktadır (Uzun, 2024). Sosyal medya, ne yalnızca bir özgürleşme alanı ne de bütünüyle olumsuz bir tehdit olarak değerlendirilebilir; çok boyutlu, çelişkili ve dinamik bir yapı olarak ele alınmaktadır. Çalışmanın ikinci önemli boyutu, sosyal medyanın kullanıcıların duygu dünyası üzerindeki etkileri ile ilgili olmaktadır. Duygu bulaşması, sosyal karşılaştırma mekânizmaları ve duygusal düzenleme stratejileri, sosyal medyanın psikolojik etkilerini anlamada kritik kavramlardır. Burada tartışılması gereken temel mesele, sosyal medyanın duygusal refah üzerindeki çift yönlü etkisidir. Sosyal medya, bireylerin yalnızlıklarını azaltabilecek, topluluk hissini pekiştirebilecek ve destek sistemleri yaratabilecek bir alan sunarken, aynı zamanda kıyaslama, yetersizlik duygusu ve bağımlılık risklerini de artırabilmektedir. İkili yapı, sosyal medyanın “duygusal ambivalans” yaratan bir araç olduğunu düşündürmektedir. Kullanıcıların bir yandan aidiyet hissi ve mutluluk elde ederken, diğer yandan kaygı, kıskançlık ve depresif eğilimler geliştirmesi, bu ambivalansı somutlaştırmaktadır. Özellikle genç kuşaklar açısından daha belirgin hale gelmektedir. Gelişimsel olarak kimlik arayışında olan bireyler, sosyal medya da gördükleri idealize edilmiş yaşamları kendi gerçeklikleriyle kıyasladıklarında, öz saygı kaybı ve psikolojik kırılganlık yaşayabilmektedir. Sosyal medyanın duygusal etkileri, sadece bireysel değil, toplumsal ölçekte de ruh sağlığı politikalarının yörüngesine alınması gerekmektedir. Sosyal medyanın en kritik tartışma alanlarından biri de kimlik inşası olmaktadır. Dijital kimlik, bireyin çevrim içi olarak bilinçli bir şekilde sunduğu kendilik anlatısını ifade ederken, dijital gölge kavramı, bireyin kontrolü dışında oluşan izleri temsil etmektedir. Ortaya çıkan ikilik, sosyal medya kullanıcılarının kimlik bütünlüğünü tehdit eden yeni bir dinamik yaratmaktadır. Günlük yaşamda farklı bağlamlara göre sergilenen kimlik performanslarının sosyal medya aracılığıyla aynı anda birden fazla izleyiciye ulaşması, kimlik karmaşası ve kimlik yorgunluğunu artırmaktadır. Sosyal medya, bireylerin kimliklerini deneyimleyebilecekleri bir laboratuvar olmanın ötesinde, kimlik baskısını sürekli kılan bir gözetim sahnesine dönüşmektedir. Kimlik inşasında sosyal medyanın sunduğu esnekliğin bir yandan özgürleştirici, diğer yandan sınırlayıcı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Özellikle marjinalize gruplar için sosyal medya güvenli bir keşif alanı sunarken, aynı zamanda otantik kimlik oluşumunu dışsal onay mekânizmalarına bağımlı hale getirmektedir. Bu çelişki, dijital çağın en önemli sosyopsikolojik sorunlarından biri olma yolunda ilerlemektedir.

Kimlik arayışının kişilik bozukluklarıyla ilişkisi, tartışmanın psikopatolojik boyutunu ortaya koymaktadır. Kimlik dağılması kavramı, sınırda kişilik bozukluğunun temel özelliklerinden biri olarak ortaya çıkarken, narsistik kişilik bozukluğunda dışsal onaya bağımlı sahte kimlik yapısı belirleyici olmaktadır. Sosyal medyanın sunduğu sürekli görünürlük ve onay mekânizmaları, bu bozuklukların dinamiklerini güçlendirebilmektedir. Burada önemli tartışma noktası, sosyal medyanın kişilik bozukluklarına neden olup olmadığı ya da var olan kırılganlıkları pekiştirip, pekiştiremediği olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, sosyal medya kişilik bozukluklarının kökeninde yer alan yapısal sorunların üzerine inşa edilen bir pekiştirme alanı olarak değerlendirilebilmektedir. Özellikle gençler ve ergenler açısından sosyal medyanın dikkatle ele alınması gerekmektedir. Zira kimlik gelişiminin kritik aşamalarında sosyal medyanın aşırı ve yanlış kullanımı, psikolojik kırılganlıkların kalıcı hale gelmesine neden olabilmektedir. Sosyal medyaya yönelik akademik tartışmaların önemli bir kısmı, olumlu ve olumsuz yönlerin dengelenmesi üzerine kuruludur. Bir tarafta katılımı artıran, demokratikleşmeyi destekleyen, kültürel üretimi hızlandıran bir araç olarak övgü gören sosyal medya; diğer tarafta bireyleri yalnızlaştıran, kimlik karmaşası yaratan ve psikolojik rahatsızlıkları pekiştiren bir tehdit olarak eleştirilmektedir. İkili yaklaşım, aslında sosyal medyanın doğasından kaynaklanan bir çelişkiyi yansıtmaktadır. Sosyal medya, hem

özgürleştirici hem de sınırlandırıcıdır; hem toplulukları güçlendirir hem de bireysel yalnızlığı artırabilir; hem bilgi akışını hızlandırır hem de dezenformasyonu çoğaltabilmektedir. Dolayısıyla tartışmada önemli olan, bu karşıtlıkları bir arada kavrayabilmek ve sosyal medyayı tek boyutlu bir çerçevede değerlendirmemektir. Sosyal medyanın geleceği, yapay zekâ, algoritması içerik kürasyonu ve artırılmış gerçeklik gibi yeni teknolojilerle şekillenmektedir. Bu noktada sosyal medyanın duygular, kimlik ve psikopatoloji üzerindeki etkileri daha da derinleşebilmektedir. Yapay zekâ destekli algoritmaların kullanıcıların duygu durumlarına göre içerik yönlendirmesi, duygusal manipölasyonu daha görünür hale getirebilmektedir. Aynı şekilde, sanal gerçeklik temelli sosyal medya ortamlarının kimlik performansını daha da yoğunlaştıracağı öngörülebilmektedir. Araştırmacılar açısından bu durum, sosyal medya çalışmalarının disiplinler arası bir perspektifle sürdürülmesini zorunlu kılmaktadır. İletişim, psikoloji, sosyoloji ve bilgisayar bilimlerinin ortak katkıları olmadan sosyal medyanın etkilerini anlamak mümkün olmamaktadır. Uygulama boyutunda ise politika yapıcılar, eğitimciler ve ruh sağlığı uzmanları, sosyal medyanın hem fırsatlarını hem de risklerini dikkate alan bütüncül stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Tartışmanın genel çerçevesi, sosyal medyanın modern çağın en belirleyici olgularından biri olduğunu ve bu olgunun hem bireysel hem toplumsal düzeyde köklü dönüşümler yarattığını ortaya koymaktadır. Sosyal medya, bir yandan özgürleşme ve katılım olanakları sunarken, diğer yandan psikolojik kırılganlıkları ve kimlik sorunlarını fazlalaştırmaktadır. Bu ikili yapı, sosyal medyanın yalnızca teknolojik bir araç değil, aynı zamanda sosyokültürel ve psikolojik bir fenomen olarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Dolayısıyla, sosyal medyayı anlamak, sadece mevcut durumu analiz etmek değil, aynı zamanda gelecekteki toplumsal ve bireysel dinamikleri de öngörmeyi gerektirmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya üzerine yapılacak akademik çalışmaların, tek yönlü yargılardan uzak, çok katmanlı ve eleştirel bir perspektifle sürdürülmesi önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Alperen, A. (2008). Türkiye’de Kimlik Arayışları ve İslam, Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 59-80.
- Arslan, İ. K., ve Yavuz, A. (2021). Sosyal Medyanın Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi, 4(8), 151-170.
- Açıkalın, Ş. N., ve Canbey, M. (2022). Post Truth Bağlamda Sosyal Medya, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (57), 1-11.
- Aktan, E. (2018). Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim, 11(2), 35-53.
- Bulut, E. (2012). Pazarlama İletişiminde Yeni Yaklaşımlar Kapsamında Sosyal Medya Uygulamaları ve Etkili Kampanya Örnekleri, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2010). Simulakrlar ve Simülasyon, Çev O. Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Bulut, B., ve Bilen, H. (2024). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon, Anksiyete ve Stres Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 66-75.
- Budak, H. (2018). Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 7(1), 146-170.
- Bulunmaz, B. (2011). Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı ve Fiat Örneği, Global Media Journal Turkish Edition, 2(3), 19-50.
- Çağır, A. (2017). Sosyal Medya ile Dijital Pazarlama, Dikeysen Yayıncılık, İstanbul.
- Erol, V. (2022). Sosyal Medyanın Türk Aile Yapısına Etkisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 24(43), 1127-1139.
- Evans, D. (2008). Social Media Marketing An Hour A Day. Indiana: Wiley Publishing Inc.
- Fuchs, C. (2016). Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş, Çev İ. Kalaycı, ve D. Saraçoğlu, Nota Bene Yayınları, Ankara.
- Güçlü, D. M., ve Çulha, Ü. M. (2024). Bilinçli Farkındalık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi, TAM Akademi Dergisi, 44-65.
- İşlek, M. S. (2012). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karaman.
- Kaya, S. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Kimlik İnşası Sürecinde Kültürel Faaliyet ve Sanat ile İlgili Paylaşımlarının Rolü, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication TOJDAC, 1403-1419.
- Kandemir, E. (2023). Küreselleşme Sürecinde Yeni Medya ve Sosyal Medya: Güvenilir Bilgiye Ulaşmak, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (62), 84-96.
- Özkök, Ö. (2019). Sosyal Medyada Sanal Kimlikler; Sosyal Medya Fenomenlerinin Benlik Sunumları Üzerine Bir Araştırma İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Metin, O., ve Karakaya, Ş. (2017). Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya Analizi Denemesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(2), 109-121.
- Postman, N. (1995). Çocukluğun Yok Oluşu, Çev K. İnal, İmge Yayınları, Ankara.
- Türkoğlu, H. S., ve Doğan, B. Ö. (2018). Sosyal Medya Üzerinden Okurun Değişimi ve Bilgi Güvenirliği, Erciyes İletişim Dergisi, 5(4), 371-385.
- Tekin, E. (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinde Sosyal Medyanın Rolü: GSM Firmaları Örneği, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1), 31-55.
- Ünlü, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon. PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(1), 161-172.
- Usluata, A. (1994). İletişim, İletişim Yayınları. İstanbul.
- Uzun, B. (2024). “Sosyal Medya Okuryazarlığı” ile İlgili Çalışmaların İncelenmesi: Bir Bibliyometrik Analiz. Kronotop İletişim Dergisi, 1(2), 111-138.
- Yıldız, R. (2020). Sınırsız Yeni Dünyanın Sınırları Sosyal Medyada Hukuk, İkinci Adam Yayınları, İstanbul.
- Yengin, A. D. (2016). Sosyal Medya ve Akıllı Mobil Teknoloji: Akıllı Sosyal Yaşamlar, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication Tojdac Volume 6 Issue 2.
- Yeşilyurt, S. (2024). Temel Haber Toplama Yöntemleri İçinde Temel Gazetecilik Kavramlar, Teknikler, Yenilikler, (Eds. Bayram, Y.) Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Yıldırım, L., ve Eldeniz, L. (2022). Sosyal Medya Ünlülerinin, Takipçi Davranışlarına Etkisi, Yeni Medya, (13), 401-417.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE NARSİZİZM

Batuhan Şamil AKTAŞ*

GİRİŞ

Sosyal medya, dijital çağın en belirleyici unsurlarından biri olarak bireylerin iletişim kurma, kendini ifade etme ve toplumsal ilişkiler inşa etme biçimlerini kökten değiştirmiştir. Medya ve iletişim teknolojileri hayatın büyük bir parçasına entegre olarak vazgeçilmez bir hal almıştır. We Are Social'ın 2024'te yayımladığı raporuna göre dünya genelinde 5,04 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Bu teknolojiler, bireylerin kendini ifade edebilecekleri, ürünlerini sunabilecekleri bir zemin hazırlamıştır (Çalışkan ve Mencik, 2015; We Are Social, 2024). Sosyal medyanın bu dijital dünyası ve sunduğu hizmetler kullanıcıların ütopyik isteklerine de hizmet edebilmektedir. Birey kusurlarını, hatalarını çeşitli photoshop araçları ile gizleyebilirken şekillendirebilmektedir. Kimliğini hayalindeki şekilde tasarlayabilip bunu sanal dünyada paylaşabilmektedir. Sosyal medya, bireyin benliğini kurgulama biçimini dönüştüren yapısıyla, ontolojik düzeyde narsistik örüntülerin yeniden üretildiği bir dijital mecra işlevi görmektedir (Alanka ve Cezik, 2016). Tanım olarak Narsistik kişilik bozukluğu (NPD) veya narsisizm bireyin benliğine yönelik abartılı bir değer atfetmesi, sürekli olarak takdir ve hayranlık arayışında olması ve buna rağmen ötekine yönelik empatik ilgide belirgin bir yoksunluk yaşamasiyla karakterize edilen bir bozukluktur. Bu bireylerin dışarıya yansıttığı imajlarının altında büyük bir değersizlik duygusu, boşluk ve öfke yatmaktadır. Başkalarından aldığı onaylanma ile geçici olarak bu kırılğan benlik tamir edilir fakat uzun süre sürdürülemediğinde savunma mekânizmaları devreye girmektedir (Masterson, 1976). Sosyal medya, bireyin yalnızca iletişim kurduğu değil, aynı zamanda idealize edilmiş benliğini inşa edip sergilediği bir vitrine dönüşmektedir. Özellikle narsistik eğilimleri yüksek bireyler, özçekimler, filtreli içerikler ve sürekli güncellenen gönderiler aracılığıyla görünürlüklerini artırmayı ve dış onayla benliklerini pekiştirmeyi amaçlamaktadır. Beğeni, yorum ve takipçi sayıları, bu bireyler için dijital onay göstergelerine dönüşmekte, benlik değerini bu ölçütler üzerinden tanımlamalarına neden olmaktadır (Balcı ve Sarıtaş, 2019). Bu çalışma, sosyal medya kullanımının narsisizmle ilişkisini inceleyerek, hem kişilik boyutunda görülen narsistik eğilimlerin hem de patolojik düzeydeki narsistik örüntülerin bireylerin benlik algısı, toplumsal ilişkileri ve psikolojik iyi oluşları üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir.

Narsisizm

Narsisizm, kelime anlamı Türk Dil Kurumu tarafından kendini beğenme ve özseverlik olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2025). Narsisizm kavramının kökeni, Yunan mitolojisindeki Narkissos anlatısına dayandırılmaktadır. Mitolojik öyküde Narkissos, suya yansıyan kendi suretine duyduğu yoğun hayranlık sonucunda benliğine saplanıp kalmıştır. Bu anlatıdan esinlenen Havelock Ellis,

* İstanbul Bahçeşehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi, batuhansamilaktas123@gmail.com

“narsisizm” terimini bilimsel bağlamda ilk kez kullanan araştırmacı olmuştur (Ellis, 1898). Ellis bu kavramı, cinsel dürtülerin bireyin dış nesnelere değil, kendi bedenine yönelmesi ve bu süreçte kişinin bedenine duyduğu hayranlık aracılığıyla açığa çıkan bir yönelim biçimi olarak tanımlamıştır. Bu ilk kullanımında daha çok bir otoerotik eğilimi ifade eden narsisizm kavramı, zamanla benlik saygısı ve kişilik yapısı bağlamında geniş bir kuramsal çerçeve kazanmıştır (Çoklar, 2014; Rozenblatt, 2002). Freud, psikanalitik dürtü kuramı çerçevesinde narsisizm kavramını ilk kez 1914’te yayımladığı *Narsizm Üzerine Bir Giriş* makalesinde tartışmıştır. Burada, kavramın kökeninin klinik gözlemlere dayandığını ve Paul Näcke tarafından 1899’da bireyin kendi bedenine cinsel nesneye yönelir gibi yönelmesi anlamında tanımlandığını belirtmiştir (Freud, 1914). Psikanalizde narsisizmin yeri bu makale ile yer edinmiştir. Freud, narsisizmi bir durum olarak ele almıştır fakat Jung ve birçok araştırmacı narsisizmi sürekliliği olan ve devam eden bir olgu olarak nitelendirmiştir (Rapier, 2005).

Freud, narsisizmi otoerotik evre ile libidinal enerjinin dışsal nesnelere yönlendirildiği fallik dönem arasında yer alan bir geçiş aşaması olarak konumlandırmaktadır. Freud, ilerleyen zamanlarda narsisizmi iki farklı aşamada değerlendirmiştir. Bunlar, birincil ve ikincil narsisizmdir (Quinodoz, 2020). Birincil narsisizm, bu aşamada çocuk, annenin mutlak ilgisi ve bakımına bağımlı olduğundan, kendisini dünyanın merkezinde, koşulsuzca sevilen bir varlık olarak algılamaktadır. Örneğin acıktığında memeyi bulması, onun gözünde arzularının anında gerçekleştiği yanılsamasını yaratmaktadır. Böylece bebek, kendi isteğiyle nesneleri var ettiği duygusuna kapılır. Bu dönemde annenin bakımına verdiği tutarlı ve sevgi dolu karşılık, çocuğun benlik sevgisinin ve temel güven duygusunun kaynağıdır (Winnicott, 2014). İkincil narsisizm, bireyin normal gelişimde dış nesnelere yöneltmesi gereken sevgisini ve enerjisini tekrar kendi benliğine çevirmesi durumudur. Bu durum, sağlıklı gelişimden bir sapma olarak değerlendirilmektedir. Patolojik narsisizmin temelinde nesne seçimi yer alır. Freud, tüm nesne sevgilerinin arka planında belirli ölçüde narsisizmin bulunduğunu belirtmektedir (Nasio, 2006). Psikanalitik kuramın ilk yıllarında narsisizm, daha çok gelişimsel bir olgu olarak ele alınmış, “kişilik bozukluğu” kavramı ise henüz gündeme gelmemiştir. Freud’un gözlemlerinde çoğu hasta nevrotik düzeyde değerlendirilmiş olsa da dönemin ruhsal bozukluk sınıflandırmaları esas olarak iki uç üzerinden tanımlanmıştır: Gerçekliği büyük ölçüde kaybeden psikotikler ve gerçeklik algısını koruyan fakat belirgin semptomlarla seyreden nevrotikler. Zamanla bu ikili ayrımın dışında kalan, özgün belirtiler göstermeyen ancak yaşam işlevselliğinde ciddi sorunlar yaşayan bir grubun varlığı fark edilmiştir. İlk dönemlerde “nevrotik karakter” ifadesiyle tanımlanan bu bireyler, bugün “kişilik bozukluğu” başlığı altında ele alınmaktadır (Turan, 2022).

Freud’un ardından gelen bazı psikanalistler, kişilik gelişiminde biyolojik dürtülerden ziyade sosyal ve kültürel koşulların rolünü vurgulayarak ondan ayrılmışlardır. Bu isimler arasında Karen Horney, Erich Fromm ve Harry Stack Sullivan gibi “Neo-Freudyen” kuramcılar öne çıkar. Freud’un içgüdü kuramına eleştirel yaklaşan bu teorisyenler, kişilik bozukluklarının kökeninde erken çocuklukta yaşanan ilişki örüntüleri ve kültürel çevrenin etkileri olduğunu savunmaktadırlar (Encyclopedia, 2025). Karen Horney, Freud’un biyolojik vurguya dayalı yaklaşımını reddederek, nevroz ve kişilik bozukluklarının temelinde çocuklukta yaşanan “temel kaygı” duygusunun yattığını öne sürmüştür. Ona göre çocuk, saldırgan bir dünyada yapayalnız ve çaresiz kaldığında derin bir temel kaygı geliştirir. Kaygıyla baş etmek için geliştirdiği stratejiler zamanla bireyin kişiliğinin parçası haline gelir ve nevrotik ya da patolojik ihtiyaçlara dönüşmektedir. Horney, nevrotik kişiliklerde gözlemlenen içsel çatışmaları ve baş etme stillerini üç ana eğilimle açıklamaktadır. Bunlar, insanlara yönelme, insanlara karşı koyma ve insanlardan uzaklaşma

şeklinde (Magnavita, 2016). Sınıflandırma, sağlıklı düzeyde abartıldığında bugünkü terminolojide bazı kişilik bozukluklarına denk düşmektedir. Örneğin insanlara yönelen (boyun eğici) tip, aşırı onay arayan ve terk edilmeme ihtiyacıyla yaşayan bağımlı kişilik örüntüsünü andırırken; insanlara karşı (saldırgan) tip, diğerlerini sömürme ve hâkim olma çabasıyla narsisistik veya antisosyal özellikler gösterebilir. İnsanlardan uzaklaşan (çekingen) tip ise duygu ve ilişkilerden kaçınarak içe kapanma eğilimindedir ki bu da çekingen veya şizoid kişilik örüntülerine benzerdir. Horney'nin kültür ve ilişkilere vurgu yapan kuramı, patolojik kişiliklerde görülen bu farklı yönelimleri anlamada önemli bir katkı sunmaktadır (Kavut, 2018).

Erich Fromm, Freud'un biyolojik determinizmini reddederek kişilik gelişimini toplumsal ve ekonomik koşullarla açıklamıştır. Onun karakter yönelimleri kuramında tanımlanan sömürücü ve pazarlayıcı tipler, modern literatürde narsisistik özelliklerle büyük benzerlik göstermektedir. Bu yönelimlerde birey başkalarını araçsallaştırmakta, empati yoksunluğu ve imaj odaklılık öne çıkmaktadır. Fromm ayrıca sağlıklı gelişimi temsil eden üretken yönelimi sevgi, yaratıcılık ve toplumsal katkı kapasitesiyle tanımlamış, narsisizmin olumsuz etkilerine karşı dengeleyici bir işlev gördüğünü vurgulamıştır (Fromm, 1949).

Harry Stack Sullivan, kişiliği “diğer insanlarla yaşantılanan görelî olarak kalıcı ilişki örüntüleri” olarak tanımlayarak tamamen interpersonal (kişilerarası) bir bakış açısı geliştirmiştir. Ona göre kişilik patolojileri, çocukluktan itibaren bireyin önemli diğer kişilerle (anne, baba, akranlar) yaşadığı etkileşimlerin ürünüdür. Sullivan, temel kaygının kişilerarası ilişkilerde güvensizlik ve aşağılanma deneyimlerinden doğduğunu ve çocuğun bu kaygıyla baş etmek için geliştirdiği kişisel zihinsel eğilimlerin ileride paranoid düşünceler veya patolojik ilişki kalıplarına dönüşebileceğini öne sürmüştür. Onun çalışmaları, borderline ve paranoid kişilik yapılanmalarını açıklamada ilişki dinamiklerine odaklanarak klasik dürtü kuramından farklı bir bakış açısı sunmuştur (Lipsitz ve Markowitz, 2013). Narsisizmin gelişimsel yönlerinin ötesinde, yapısal ve dinamik düzeyde de ele alınması gerektiğini ortaya koyan önemli kuramsal ayrımlar bulunmaktadır. Bu bağlamda, psikanalitik yaklaşım içinde öne çıkan Otto Kernberg ve Heinz Kohut'un çalışmaları, patolojik narsisizme dair iki ayrı teorik eksen temsil etmektedir (Turan, 2022). Otto Kernberg narsisizmi, benliğin libidinal yatırımı olarak tanımlamaktadır. Sağlıklı narsisizm, özsaygı ve nesne sevgisini desteklerken, patolojik narsisizm grandiyöz benlik (büyüklenmeci) adı verilen savunmacı bir yapıya yapılan yatırımla belirlenir. Grandiyöz yapı, anne-çocuk ilişkisindeki ağır hayal kırıklıkları ve öfke/haset duygularına karşı geliştirilir. Heinz Kohut ise narsisizmi libido hedefiyle değil, yatırımın niteliğiyle tanımlamaktadır. İdealize edici veya kendini yücelten özellikteyse narsisistiktir. Ona göre patolojik narsisizm, grandiyöz benlik ve idealize ebeveyn imgelerinin olgun kişilik yapısına entegre olamayıp ayrılmış biçimde kalmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle narsisistik birey, aynalanma ve idealize edilme ihtiyacıyla ilişkiler kurmaktadır (Russell, 1985).

	Kernberg	Kohut
1. Normal Gelişim Süreci	Büyüdüğü aşılın bir dönem	Gelişimsel başarı, kalıntıları hayat boyunca izlerini gösterir.
2. Patoloji	Bebeklik narsisizminde takılma. Patolojik benlik-yapısı: ideal benlik, ideal nesne ve gerçek benliğin birleşimi	Erken narsistik gelişim sürecinde takılma. Değişmeden devam eden narsistik benlik ve/veya idealize edilmiş ebeveyn imagosu
3. Sebebi	Soğuk, reddedici, yıkıcı ebeveyn veya narsistik bir ebeveyn olarak kullanılır - "yeterince iyi" anne-çocuk simbiyoz eksikliği	
4. Nesne İlişkileri	1. Değersizleştirme/ Sömürücü 2. İdealleştirme 3. Korkulan / Tehlikeli	1. Küçümseme 2. İdealleştirme
5. Etiyoloji	Çocuğun gelişiminin oral döneminde	Geç oral dönem ile latans dönemi arasındaki herhangi bir zaman
6. Sınıflandırma	Sınırdaki kişilik organizasyonun bir alt türü	Aynı bir durum
7. Teşhis Belirtisi		Aktarım tezahürleri
8. Tedavi	Olumsuz, yıkıcı, kontrol edici dönüştürücü potansiyele vurgu	Olumlu dönüştürücü potansiyele vurgu

Şekil 1. Kernberg ve Kohut'un narsistik kişilik bozukluğu kuramlarının kategorik karşılaştırması (Schmidt, 2019).

Şekil 1’de iki kuramcının karşılaştırması net olarak verilmiştir. Kısaca patolojik narsisizm, benlik imajına yönelik tehditler karşısında bireyin işlevsiz öz düzenleme stratejilerine yönelmesi olarak tanımlanmaktadır (Pincus vd., 2009). Bu durum, hayal kırıklıkları ve gelişimsel başarısızlıklarla baş etmek için kullanılan telafi edici ve uyumsuz mekânizmaların, ilkel düzenleyici yapılar etrafında örgütlenmesiyle açıklanmaktadır (Pincus, 2013). Narsisizmin türlerine odaklanmak, bu kişilik yapılanmasının çok boyutlu doğasını anlamak açısından önemlidir.

Narsisizmin Türleri ve Özellikleri

DSM-5’te yapılan yapısal değişiklikler sonucunda, patolojik narsisizmle ilişkili kabul edilen narsistik kişilik bozukluğu; genç yetişkinlikte başlayan, farklı koşullarda kendini gösteren ve büyülenmecilik, hayranlık ihtiyacı ile empati yoksunluğu gibi temel özellikleri içeren yaygın bir örüntü olarak tanımlanmaktadır. Bu bozukluğun tanımlanabilmesi için aşağıda yer alan dokuz ölçütten en az beşinin karşılanması gerekmektedir (American Psychiatric Association, 2013):

1. Kendi önemine ilişkin abartılı bir algıya sahip olmak.
2. Sınırsız başarı, güç, zekâ, güzellik veya ideal aşk fantezileriyle meşgul olmak.
3. Kendini “özel” görmek ve yalnızca ayrıcalıklı ya da üstün kişiler tarafından anlaşılabilceğine inanmak.
4. Aşırı derecede hayranlık beklemek.
5. Hak sahibi olduğuna inanmak ve bu doğrultuda makul olmayan ayrıcalıklı muamele beklentisi taşımak.
6. Kişilerarası ilişkilerde başkalarını kendi amaçları doğrultusunda sömürmek.

7. Empati yoksunluğu nedeniyle başkalarının duygularını ve gereksinimlerini kabullenmeye veya paylaşmaya isteksiz olmak.

8. Diğerlerine karşı kıskançlık beslemek ya da onların kendisine haset duyduğuna inanmak.

9. Kibirli, küçümseyici ve küstah davranışlar sergilemek.

Araştırmacılar narsisizmi iki alt boyutta incelemektedir. Bunlar, grandiyöz (büyüklenmeci) narsisizm ve kırılğan (örtük, gizli) narsisizmdir (Pincus vd., 2009; Wink 1991). Literatüre bakıldığında narsisizmin bu iki alt boyutu birbirlerine zıt özellikler taşımaktadır (Eldoğan, 2016). Grandiyöz narsisizm, dışa dönük bir özgüven, üstünlük duygusu ve gösterişlilik ile kendini belli eden formdur. Büyüklenmeci narsistler genellikle küstah, bencil, sınır tanımayan ve kendilerini herkesten üstün gören bir tavır içindedir. Grandiyöz fanteziler beslerler ve empati kapasitesi belirgin biçimde düşüktür. Bireyler baskın, agresif, dışadönük, yüksek öz güvenli ve sürekli ilgi ile hayranlık bekleyen kişilik özellikleri sergilerler. Çevrelerindeki insanları etkileme, dikkatleri üzerlerinde toplama konusunda uzadırlar ve başarı, güç, çekicilik gibi kavramlarla aşırı meşguldürler (Thomas vd., 2012). Genellikle kaygı düzeyleri düşüktür ve eleştiriye karşı tahammülsüz olsalar da kendilerini eleştiriye kapalı tutarak üstünlük imajlarını korurlar. Bu narsisizm türü klinik olarak narsistik kişilik bozukluğunun en kolay tanınan yüzü olup, kişinin patolojik kendini yüceltme stratejilerinin dışa dönük ve gösterişli biçimde sergilendiği bir tablodur (Lukowitsky ve Pincus, 2010).

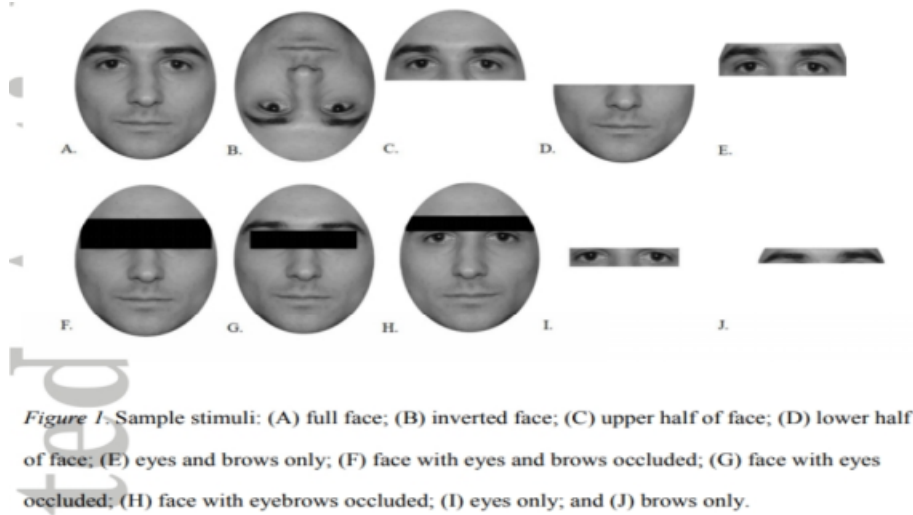
Gizli narsisizm; örtüklük, hassasiyet, içe dönüklük, kendini geri planda tutma, yoğun duygusal kırılğanlık, yüksek tepkisellik, kendini koruma davranışları, yoğun kaygı, güvensizlik, hak iddia etme ve aşırı güvence arayışı gibi özelliklerle tanımlanmaktadır (Akhtar ve Thomson, 1982; Ronningstam, 2009; Wink, 1991). Temel ihtiyaçların karşılanmadığı koşullarda ise utanç veya öfke eğilimiyle bağlantılı benlik ve duygusal işleyiş sorunları ortaya çıkmakta; bu durum duygu düzenleme yetersizlikleri, benlik saygısına yönelik tehditlere aşırı duyarlılık ve reddedilme korkusunun etkisiyle ilişkilerden geri çekilme davranışlarıyla kendini göstermektedir (Pincus vd., 2009). Gizli narsisizmde görülen bu geri çekilmeci tutum, bireyi olumsuz değerlendirmelerden koruyarak büyüklenmeci benliğin sürdürülmesine aracılık etmektedir (Dickinson ve Pincus, 2003; Foster ve Trim, 2008). Gizli narsistlerin utanç duygusuna olan bu yatkınlıkları onları daha sınırlı bir sosyal hayatı tercih etmelerine neden olmaktadır. Reddedilme ve dışlanma kaygıları bu tercihlerinin temel zeminleridir. Bencil, zalim, korkak gibi etiketlere karşı aşırı alınganlık göstermektedirler. Gelecekte beklediği hedefleri, idealleri, genellikle gerçekleştirememektedirler. Gizli narsistlerin hissettikleri bu yoğun utanç ve çaresizlik duyguları anksiyete düzeylerini yüksek tutmakta ve depresyona olan yatkınlıklarını arttırmaktadır. Gizli narsistlerde bedensel rahatsızlıklarda çok görülmektedir (Akoğlu, 2023).

Grandiyöz narsistlerdeki özelliklerin çoğu gizli narsistler içinde geçerlidir. Özelliklerin ifşasından korkmaları nedeniyle gizli narsistler bu özellikleri uygulama aşamasına geçirmemekte örtük bir şekilde göstermektedirler (Dinç, 2020). Narsistik kişilik özellikleri olan bireylerin benlik yapısında, büyüklenmeci ve kırılğan özellikler arasında salınım olduğu varsayılmaktadır (Oltmanns ve Widiger, 2018). Bu durum bireylerin kırılğan olduklarında, çoğu zaman kendilerini iyileştirmenin yollarını aramalarına sebep olmaktadır (Fjermestad-Noll vd., 2020). Narsistik kişilik bozukluğu tanısı alan bireylerin kişilik yapıları, çevreleriyle kurdukları ilişkiler ve benlik

algılarına yönelik işlevsiz inançları üzerine çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmalar incelendiğinde, ortak biçimde vurgulanan özellikler şu şekilde sıralanmaktadır (Akhtar, 1989; Kohut, 1971; Ozan vd., 2008). Narsistler, gerçek benliklerinin ötesinde, kendilerini olduğundan daha yüce ve kusursuz göstermek amacıyla bir sahte benlik geliştirmektedir. Bu sahte benlik, tehdit algısı yaşandığında ortaya çıkmakta ve birey için bir savunma mekânizması işlevi görmektedir.

Erken çocukluk döneminde yeterli ve sağlıklı sevgi deneyiminden yoksun kalan narsisistik bireyler, yetişkinlikte de gerek nesnelere gerekse insanlara sevgiyle yaklaşımdan uzak kalmaktadır. Bu bireyler bastırma, yadsıma, değersizleştirme, bölme ve yansıtımlı özdeşim gibi savunma mekânizmalarına sıklıkla başvurmaktadır. Değersizlik duygusunu bilinçdışına bastırmakta, hoş olmayan bir gerçeği yadsıyarak görmezden gelmekte, duygulara değer atfetmeyerek onları küçümsemek yolunu seçmektedir. Olumsuz yaşantıları bölerek kişiliğinden ayırmakta, sağlıklı bir anal ve oral dönem geçirmemiş olması nedeniyle cinsel dürtülerini olgunlaştıramamakta ve yansıtımlı özdeşim yoluyla bu dürtülerden uzaklaşmaktadır. Narsistler, dış dünyayı tehdit edici ve güvenilmez bir alan olarak görmek ve bu nedenle sosyal etkileşimden geri durmaktadır. Onlar için tutarlı, öngörülebilir ve güvenli tek yer kendi iç dünyaları olmakta, libidinal yatırımlarını benliklerine yöneltmekte ve içe çekilmektedir. Bu süreçte, daima sevilen, saygı duyulan ve kendi başına yeterli biri olarak tasarladıkları görkemli bir imparatorluk hayali kurmaktadır. Kendilerini dış dünyadan ayrı bir konumda görmek ve yalnız kalmaya mahkûm olmaktadır. Empati yoksunluğu sebebiyle, kurdukları yakın ilişkiler çoğunlukla çıkar temellidir. Narsisistik bireyler, korkusuzluk, yenilmezlik, serinkanlılık, öz denetim, üstünlük ve beceriklilik gibi nitelikleriyle tanımlanmaktadır. Çevresindeki insanları değersiz görmek, onları birer nesne gibi algılamak ve kendi amaçları doğrultusunda araçsallaştırmaktadır. Başkalarını yok saymak, alay etmek, suçlamak, küçük düşürmek ve engellemek suretiyle istismar etmektedir. Yakın bir ilişkiye girdikleri ilk andan itibaren, karşılarındaki kişiyi narsisistik doyum sağlamak amacıyla biçimlendirmeye başlamaktadır. Kendilerini daima ulaşılmaz bir konumda görmek istemekte veya bu konumu hayal etmektedir. Nesne konumuna indirgedikleri kişilere hükmetmekte başarısız olduklarında, olumsuz duygular yaşamakta ve bunun sorumluluğunu kendilerinde değil, karşı tarafta görmektedir. Araştırmalar, narsisistik kişilik yapılanmasına sahip bireylerin iş yaşamında yüksek motivasyon gösterdiklerini, liderlik rollerini etkin biçimde üstlendiklerini ve performanslarının oldukça yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak bu kişilik örüntüsüne sahip bireylerin, iş hayatında istedikleri konumlara ulaşamamakta oldukları ve yaptıkları işler nedeniyle tatminsizlik yaşamaktadırlar.

Yapılan bir çalışmada, büyüklenmeci narsisizmin yalnızca davranışsal göstergelerle değil, yüz ipuçları üzerinden de değerlendirilebilmekte olduğu ortaya konulmuştur. Bulgular, narsisistik eğilimlerin özellikle kaşların belirginliği, yoğunluğu ve bakım düzeyi aracılığıyla algılanmakta olduğunu göstermiştir. Ayrıca, bu özellikler farklı yüzlere aktarıldığında dahi algılanan narsisizm düzeylerinin artmakta olduğu saptanmıştır. Sonuçlar, narsisizmin sosyal bağlamda görsel ipuçları üzerinden de tanınabilmekte olduğunu ve kaşların bu süreçte kritik bir rol üstlendiğini ortaya koymuştur (Giacomin ve Rule, 2019).



Şekil 2. Büyüklüklemeci narsisizmin yüz özelliklerinden algılanmasını inceleyen deneysel manipülasyon örnekleri (Giacomin ve Rule, 2019).

Şekil 2’de yer alan yüz manipülasyonları, narsistik özelliklerin hangi yüz bölgelerinden algılanmakta olduğunu incelemek amacıyla uygulanmıştır. Katılımcılara tam yüz, ters çevrilmiş yüz, yüzün üst ve alt yarısı ile yalnızca göz-kaş bölgesini içeren farklı versiyonlar sunulmaktadır. Elde edilen bulgular, narsisizmin sosyal algısında kaşların kritik bir ayırt edici unsur olarak işlev gördüğünü ortaya koymuştur. Narsistik bireylerin yalnızca kişilik yapıları ve fiziksel görünimleri değil, aynı zamanda ustalıklı başvurdukları çeşitli manipülasyon yöntemleri de bulunmaktadır. Bu yöntemleri doğru biçimde kavramak, narsistik kişilerin çevrelerindeki kaynakları hangi yollarla yönlendirmekte olduklarını anlamak açısından önem taşımaktadır.

Narsistik İstismar ve Manipülasyon Teknikleri

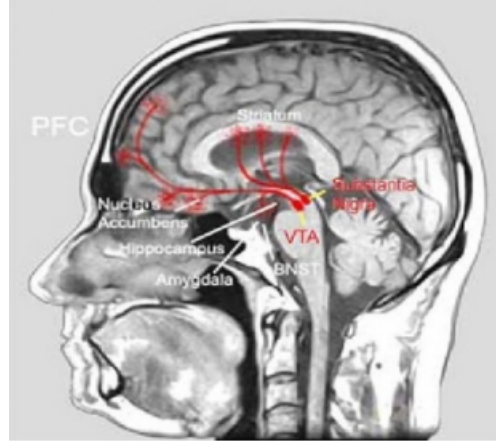
Narsistik istismar kavramı, ebeveynlerin çocuklarına yönelttikleri duygusal taciz ve istismar olgusundan esinlenerek ortaya konulmakta ve yetişkinler arası ilişkiler bağlamında ele alınmaktadır. Bu kavram, istismarcı tarafın partnerlik, dostluk, ortaklık ya da aile gibi duygusal yakınlık gerektiren alanlarda karşısındaki kişiye sistematik biçimde uyguladığı ve uzun vadede yıkıcı sonuçlar doğuran zararlar olarak tanımlanmaktadır (Bonchay, 2018; Ferenczi, 1984; Miller, 1995). Narsistik birey, başlangıçta kullanabileceği empatik ve belirli standartları olan (zeka, yetenek, statü) bir partner seçmektedir. Narsisizmin tipik dört evresi bu noktada başlamaktadır. İlk aşama idealize etme evresidir. Narsist, seçtiği partnere yoğun sevgi ve şefkat sunmaktadır. Bu dönemde partner büyük bir doyum yaşar ve narsiste bağlanır. Narsist, partnerin bağlandığını gördüğünde ise ikinci aşama olan değersizleştirme evresine geçer. Bu evrede istismar açıkça ortaya çıkar. Narsist birey, eylemlerinin partnerine zarar verdiğini bilmesine rağmen herhangi bir sorumluluk üstlenmez (Arabi, 2017). Narsist zamanla partnerinin kendi egosuna yönelik tehditkâr davrandığını veya aşağıladığını düşünebilir. Bunun sonucunda narsist, partnerine yönelik değersizleştirmeyi artırır. Son aşama ise terk etme evresidir. Bu dönemde narsist yeni kaynak arayışına girer ve birliktelik sırasında etik olmayan ilişkilere yönelebilir. Partnerinin şüphelerine ise gerçekleri çarpıtarak yanıt verir. Bu çarpıtma, *gaslighting* adı verilen bir manipülasyon tekniğidir. Narsist birey ilişkiyi inkâr edebilir, partnerini kandırabilir ya da onun zihinsel bozukluklara sahip olduğunu, aşırı şüpheli ve paranoyak olduğunu iddia edebilir (Howard, 2019). Partner karşı koydukça istismar düzeyi giderek artar. Gerçekleri ortaya çıkaran partnere öfke duyan narsist,

karalama kampanyası başlatabilir ve gerçekte olmayan söylemleri çevresine yayabilir. Bu durum, narsistin terk etmeden önce partnerin yalnızlaşmasına ve güçsüzleşmesine yol açar (Kohut, 1972). Ardından istismarcı birey, partnerini terk edebilir veya terk etmesini sağlayabilir. Son evrede geri süpürme denilen *hoover* adında bir evredir. Evrede narsistler, yeterince diğer kaynaklardan beslenemediğinde veya kaybettikleri kontrollerini yeniden sağlamak amacıyla eski kaynaklarına farklı motivasyonlarla dönebilmekte ve döngüyü daha istismarcı bir şekilde başlatmanın yollarını aramaktadırlar (Howard, 2019). Bu bilgilerden yola çıkarak manipülasyonlar gerçekten yıkıcı etkilere sahiptir. Manipülasyonların çeşitleri ve kullanım sırası ise duruma göre değişebilir. İstismar çeşitleri, gaslighting, projeksiyon (yansıtma), sessizlik cezası (Silent Treatment), üçgenleme (triangulation), ve kurban rolü şeklinde açıklanabilir (Hammond, 2019).

Gaslighting: Bir kişinin başkasını kendi algılarına, belleğine veya akıl sağlığına dair şüpheye düşürmesi amacıyla manipülatif ve sistematik biçimde yanlış bilgi aktarılmasıdır. Bu süreç, mağdurun güven duygusunu aşındırma ve kontrolü ele geçirme hedefi taşımaktadır (Durlofsky, 2015). *Triangulation (Üçgenleme)*: İki kişi arasındaki iletişim yerine üçüncü bir kişiyi devreye sokarak kıskançlık, öfke ve rekabet yaratmaya dayalı bir manipülasyon tekniğidir. Bu süreçte yakın arkadaşlar, aile üyeleri veya eski partnerler kullanılabilir, hatta bazen yalnızca hayali bir kişi dahi devreye sokulabilmektedir. Narsist, bu yöntemle kendisi için mücadele edilmesini istemekte ve uçan maymunlar olarak bilinen destekçilerini de sürece dâhil edebilmektedir. Bazen uçan maymunların kendisi de üçgenleme için yeterli zemini sağlamaktadır (Juni, 1995; McMullan, 2022). *Sessizlik cezası (Silent treatment)*: Empatik iletişimden kaçınmak amacıyla kasıtlı olarak sessizlik uygulanarak, mağdurun duygusal olarak izole edilmesi ve cezalandırılmasıdır. Bu davranış özellikle psikolojik baskı ve reddetme amacıyla kullanılır (Williams, 2002). *Projeksiyon (yansıtma)*: Kişinin kendi kabul edemediği duygu ya da arzularını başkasına atfetmesidir. Bu yöntem, sorumluluğu kaydırmak ve mağdurda kafa karışıklığı yaratmak amacı taşımaktadır. Örnek vermek gerekirse narsist aldatıyorsa, partnerini sadakatsizlikle suçlayabilir, şüpheli ve kuruntuluysa karşı tarafa paranoyak etiketi yapıştırabilmektedir (Durlofsky, 2015). İstismar sonrası partnerin yaşadığı ve bağımlılık geliştirdiği bu duruma travma bağı adı verilmektedir. Narsist birey, istismar süresince “git-gel” niteliğinde davranışlar sergileyerek, kötü muamelenin ardından kısa süreli olumlu tutumlar göstererek mağduru pekiştirmekte ve sürekli manipülasyon altında tutmaktadır (Dutton ve Painter, 1993). Süreç, bireyin sinir sistemini sürekli tetikte bırakmakta ve dopaminerjik yolların dengesini bozarak bağımlılığa benzer bir durumun ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Yaşanan pekiştirme, narsist tarafından kullanılan güçlü bir manipülasyon aracı olmaktadır. Süreç, kumar bağımlılığında görülen etkiyle benzerlik taşımaktadır. Mağdur, ilişkinin eski olumlu dönemlerine dönebileceğine inanmakta ve bu beklentiye tutunmaktadır. Bu durum, kumar oynayan bireyin her defasında sonunda kazanabileceğini düşünmesine benzer döngüsel bir bağımlılık mekânizması yaratmaktadır.

Bağımlılık yaratan madde ve davranışların ortak özelliği, beynin ödül sistemini etkileyerek haz ve rahatlama duygusu oluşturmalarıdır. Bu süreçte dopamin, özellikle mezokortikolimbik sistem aracılığıyla ödül, motivasyon ve dürtü kontrolünü düzenleyen temel nörotransmitter olarak işlev görmektedir (Kaya vd., 2019). Ventral Tegmental Alan’dan (VTA) salınan dopamin, Nükleus Akumbens’e ulaştığında ödül ve motivasyon duygusunu güçlendirmekte: Prefrontal Korteks’e taşındığında ise dürtü kontrolü ve karar verme süreçlerini düzenlemektedir (Koob ve Volkow, 2016). Ancak Prefrontal Korteks’in denetleyici işlevi zayıfladığında ve Nükleus Akumbens baskın hale geldiğinde, birey tekrarlayan ve kontrol edilemeyen bir döngü içine girmektedir (Uzbay, 2009).

Dopaminerjik yollardaki bozulmalar hem madde bağımlılığında hem de sosyal medya gibi davranışsal bağımlılıklarda önemli rol oynamaktadır (Arisoy, 2009). Narsistik istismar sürecinde kullanılan manipülasyon ve pekiştirme temelli davranışlar, dopaminerjik sistem üzerinde dalgalanmalara yol açarak mağdurda bağımlılığa benzer bir travmanın gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Bu süreç, beynin sürekli tetikte kalarak savaş ya da kaç modunda işlemesine neden olmakta ve travma bağının aşılmasını güçleştiren en önemli etkenlerden biri haline gelmektedir (Dutton ve Painter, 1993).



Şekil 3. Dopaminerjik yollar (Dutton ve Painter, 1993).

Şekil 3'te görüldüğü üzere, bağımlılığın nörobiyolojik temeli, VTA'dan başlayan dopaminerjik yolların nükleus akumbens, prefrontal korteks, amigdala ve hipokampusla kurduğu etkileşim üzerinden açıklanmaktadır. Travma bağı da benzer biçimde ödül sisteminde dalgalanmalar yaratarak bağımlılıklara benzer bir döngü oluşturmaktadır. Narsistik istismarda uygulanan değişken pekiştirme, mağdurun dopamin salınımını tetiklemekte ve ödül beklentisini canlı tutmaktadır. Süreç beynin sürekli tetikte kalmasına, savaş ya da kaç tepkisinin kronikleşmesine ve mağdurun istismarcıya duygusal olarak bağımlı hale gelmesine yol açar. Narsistik bireylerin taktikleri karşı tarafı yıpratmayı, zihinsel karışıklık yaratmayı ve ilişkide kontrolü ele geçirmeyi amaçlar. Bu döngüye katkıda bulunan destekçiler ise sürecin şiddetini arttırmaktadır. Literatürde bu kişilere *uçan maymunlar* (*flying monkeys*) denilmektedir. Terim, kökenini 1900 tarihli *Oz Büyücüsü* romanında kötü cadıya koşulsuz hizmet eden maymunlardan almaktadır. Narsistler, uçan maymunları ikincil besin kaynağı olarak kullanır; pis işleri onların üzerinden yaparak kendilerini temiz tutarlar. Dedikoduların yayılması, asılsız suçlamalar, bilgi toplama ve partneri itibarsızlaştırma gibi eylemler bu kişiler aracılığıyla gerçekleştirilir (Levin, 2021). Uçan maymunların narsiste bağılılığı genellikle çok katmanlıdır. Çoğu, bağımlı ya da düşük düzeyde narsistik örüntülere sahip bireylerdir. Kendi değersizlik duygularını kapatmak için narsistin onay ve övgüsüne ihtiyaç duyar, ona hizmet etmekten haz alırlar. Narsist de bu hizmetin karşılığında onları ödüllendirir. Ayrıca farkında olmadan uçan maymun konumuna gelen kişiler de olabilir (örneğin aile üyeleri ya da partnerin yakın çevresi). Bu nedenle istismara uğrayan bireylerin kişisel sınırlarına özellikle dikkat etmeleri önemlidir (Hammond, 2019).



Şekil 4. 1939 yapımı Oz Büyücüsü filminde yer alan uçan maymun figürlerinin illüstrasyonu.

Narsisizmin bireysel özellikleri ve kişilerarası ilişkilerdeki yansımaları ve istismar teknikleri incelendikten sonra, bugünün dijital çağında bu kişilik yapılanmasının en çok görünürlük kazandığı alanlardan biri olan sosyal medya ile ilişkisini ele almak gerekmektedir.

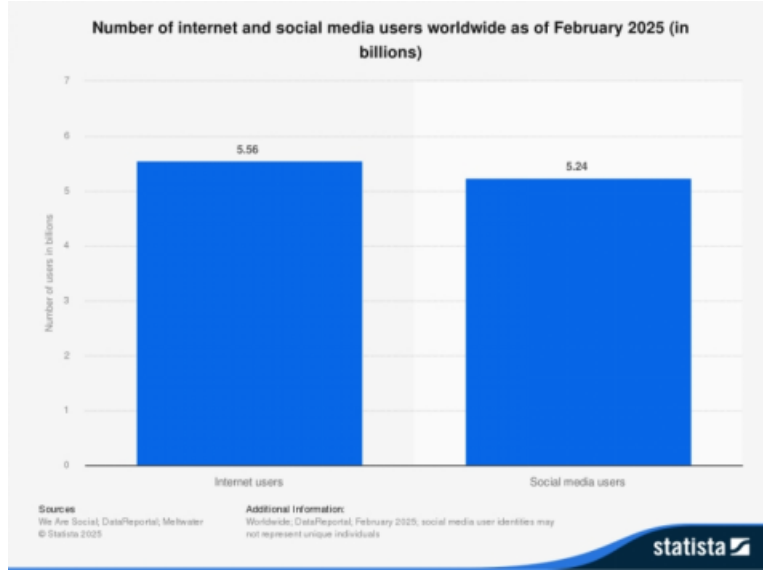
Sosyal Medya ve Narsisizm İlişkisi

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte sosyal medya, bireylerin iletişim biçimlerini, benlik sunumlarını ve toplumsal ilişkilerini yeniden şekillendirmiştir. Bu platformlar, bireylere kimliklerini sergileme, görünürlük kazanma ve sosyal onay elde etme fırsatı sunarken, narsisistik eğilimlerin açığa çıkması için de verimli bir zemin oluşturmaktadır. Narsisizm, bireyin beğeni, takipçi sayısı ve sosyal onay mekânizmaları aracılığıyla güçlenmekte; sosyal medya ise bu eğilimlerin en görünür hale geldiği mecralardan biri olarak öne çıkmaktadır (Akoğlu, 2019; Balcı ve Sarıtaş, 2019). Çok sayıda arkadaş edinmek, yeni ilişkiler kurmak ve tek bir tuşla mevcut bağlantıları sonlandırıp yenilerini eklemek mümkün hale gelmiştir. Birey, bu süreçte kendini güçlü ve kontrol sahibi olarak algılasa da farkında olmadan dijital dünyanın yoğunluğuna teslim olmakta ve giderek gerçek yaşamdan uzaklaşarak bağımlı bir hale gelmektedir (Aktaş, 2025).

Dijital dünyada en yaygın kullanılan sosyal medya ve iletişim uygulamaları arasında Instagram, Twitter (X), Facebook Telegram, YouTube ve WhatsApp yer almaktadır. Bireyler toplumda var olduğunu hissetmek amacıyla paylaşımlar yapmakta ve başka paylaşımları inceleyerek kıyas yapmaktadır. Dolayısıyla bireyler, gündelik yaşamlarındaki doğal davranışlardan ziyade çoğunluğun beklentilerine uyum sağlamaya yönelmekte ve bunun sonucunda sahte bir vitrin oluşturma ihtiyacı hissetmektedir (Aktaş, 2023). Bu narsistik örüntüleri arttıran ve güçlendiren en temel sebeplerden biri olmaktadır. Bireyler, mutluluğa erişebilmek amacıyla bu yapay kimliklerin ardına sığınmakta; ancak bu süreç, onların giderek kendi benliklerine yabancılaşmalarına yol açmaktadır (Dal, 2017).

Sosyal medya, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve kültürel farklılıklar gözetmeksizin her yaştan bireyi kendine çeken bir alan olmakla birlikte, özellikle ergenlik dönemindeki gençler arasında daha yoğun biçimde tercih edilmektedir. Bu platformlar, hem büyüklenmeci (açık) hem de kırılgan (örtük) narsisistik özellikler sergileyen bireyler için dikkat çekici bir mecra niteliği taşımaktadır. Kullanıcılar burada kibir ve özgüveni geniş bir biçimde sunabilmekte, farklı türden teşhir davranışlarını gerçekleştirebilmekte, sosyal ilişkilerde en üst noktaya çıkabilmekte, baskın tavırlarla kabul görebilmekte ve hatta saldırgan tutumların tolere edilmesini sağlayabilmektedir

(Akoğlu, 2023). Kırılgan narsistlerin, çoğunlukla beklentilerinin karşılanmadığı dönemlerin ardından sosyal medya platformlarına yöneldikleri ifade edilmektedir. Başka bir deyişle, bu mecralar onlar için hayal kırıklıklarından uzaklaşabilecekleri bir alan niteliği taşımakta ve bir tür sığınak işlevi görmektedir. Kullanıcılar bu ortamlarda kimliklerini gizleyebilmenin rahatlığıyla kendilerini daha güvende hissetmekte, böylece onay alma ve takdir edilme ihtiyaçlarını kaygı duymaksızın giderebilmekte, doyum sağlayabilmektedirler (Dinç, 2020).



Şekil 5. 2025 yılı şubat ayı itibarıyla dünya genelinde internet ve sosyal medya kullanıcı sayıları

Araştırmalar, narsisizmin sosyal medya kullanımında özellikle teşhircilik, onaylanma ihtiyacı ve benlik yüceltme davranışlarıyla ilişkili olduğunu göstermektedir (Akkaş vd., 2020; Koç, 2017). Narsisistik bireyler, fotoğraf, video ve paylaşım içeriklerinde kendilerini olduğundan daha üstün, başarılı veya çekici sunma eğilimindedir. Görsel odaklı platformlar olan Instagram ve benzeri mecralar, bu eğilimlerin en çok sergilendiği alanlardır. Kullanıcıların ideal benlik imajları üzerinden topladıkları beğeniler, narsisistik doyumun önemli bir göstergesi haline gelmiştir (Akköz ve Erbaş, 2020).

Sosyal medya aynı zamanda narsisistik kültürün yeniden üretildiği bir alan işlevi görmektedir. Koç'un (2017) vurguladığı üzere, sosyal medya narsisizmi yalnızca bireysel bir özellik olarak değil, toplumsal bir eğilim olarak da pekiştirmektedir. Beğeni, yorum ve takipçi sayısı üzerinden işleyen onay mekânizmaları, bireyleri daha fazla görünürlük odaklı davranmaya yönlendirmekte ve narsisizmin kültürel boyutunu güçlendirmektedir. Son yıllarda yapılan çalışmalar, narsisistik kişilik özellikleri ile sosyal medya kullanım biçimleri arasındaki ilişkiyi daha da detaylandırmıştır. Casale ve Banchi'nin (2020) sistematik derlemesi, grandiyöz narsisizmin problemli sosyal medya kullanımı ile anlamlı bir biçimde ilişkili olduğunu; ayrıca kırılgan (gizli) narsisizmin de sosyal medya bağımlılığıyla bağlantılı olabileceğini ortaya koymuştur. Bulgular, narsisizmin yalnızca yüzeysel benlik sunumlarıyla değil, aynı zamanda sosyal medya kullanımının patolojik düzeyleriyle de bağlantılı olduğunu göstermektedir. Benzer biçimde, Boursier ve diğerlerinin (2020) selfie davranışlarını inceledikleri araştırmalarında, narsisizmin yanı sıra beden nesneleştirilmesi ve olumlu selfie beklentilerinin özellikle genç yetişkinlerde selfie paylaşımını anlamlı şekilde

yordadığı bulunmuştur. Bu durum, sosyal medyanın narsisistik eğilimlerin yanı sıra bedensel imaj ve görünürlük kaygılarıyla da kesiştiğini göstermektedir.

Avcılar ve Atalar'ın (2019) bulguları, narsisizm düzeyi yüksek bireylerin sosyal medya kullanımında bağımlılık geliştirme ve gösterişçi tüketim davranışlarına yönelme eğiliminde olduklarını ortaya koymuştur. Çalışmada ayrıca, sosyal medya bağımlılığının narsisizm ile gösterişçi tüketim arasındaki ilişki üzerinde kısmi aracılık işlevi gördüğü tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, sosyal medyanın narsisistik ihtiyaçların doyumunda yalnızca doğrudan bir araç değil, aynı zamanda tüketim alışkanlıklarını şekillendiren bir etken olarak da rol oynadığını göstermektedir. Başka bir araştırmada, özçekim (selfie) paylaşım sıklığı ile narsistik kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğunu ortaya koymuştur. Özellikle sömürücülük, teşhircilik, üstünlük duygusu ve kendine yeterlik gibi narsisizme özgü boyutların, bireylerin özçekim davranışlarını yordayan belirleyici faktörler arasında yer aldığı saptanmıştır (Çaycı vd., 2019).

Bireyler sosyal medyadaki ün, popülerlik ve arkadaş sayısı gibi unsurları kullanarak kendilerini yüceltmektedir. Bu durum Kohut'un *ayna* aktarımıyla açıklanabilecek bir özelliğe karşılık gelmektedir. Aynı zamanda sosyal medyada idealize edilen figürler aracılığıyla bireylerin narsistik ihtiyaçlarını giderdikleri, bunun da idealleştirme aktarımına denk düştüğü görülmektedir. Kohut'un üçüncü aktarımı olan ikiz aktarımı ise, benzerlikler üzerinden aidiyet duygusunu pekiştirerek sosyal medyada narsistik sosyalleşmenin sürekliliğini sağlamaktadır. (Akça, 2017; Demir, 2021). Genel olarak araştırmalarda sosyal medya, narsisistik kişilik özelliklerinin yalnızca bireysel düzeyde sergilenmesine değil, aynı zamanda toplumsal düzeyde pekişmesine de aracılık etmektedir. Sosyal medyayı, narsisizmi hem bireysel davranışlar hem de kültürel yapı bağlamında güçlendiren temel bir mecra haline getirmektedir. Bu bağımlılıklar ve örüntülerin artmaması için çeşitli önlemler almak büyük önem taşımaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılığı ve Narsisizme Müdahale Yaklaşımları

Sosyal medyanın oluşturduğu bağımlılıkları önlemek için son yıllarda dijital detoks kavramı öne çıkmaktadır. Dijital detoks, bireyin belirli bir süre boyunca dijital cihazlardan ve sosyal medya platformlarından uzaklaşarak zihinsel ve bedensel dengesini yeniden kazanmasını hedefleyen bir yöntem olarak tanımlanmaktadır. Bu süreç, bireyin dijital uyarıcılardan arınarak farkındalığını artırmasına, yaşam kalitesini yükseltmesine ve sosyal medya bağımlılığının olumsuz etkilerini azaltmasına yardımcı olmaktadır (Basu, 2019). Araştırmalar, dijital detoks uygulamalarının bağımlılık üzerinde kayda değer etkiler yarattığını göstermektedir. Ortaokul öğrencileriyle yürütülen bir program sonucunda yüksek düzeyde dijital bağımlılık oranı %20'den %14,3'e, orta düzey bağımlılık oranı ise %65,7'den %43,8'e gerilemiştir. Bu sonuçlar, dijital detoksun sosyal medya bağımlılığını azaltmada etkili bir yöntem olarak değerlendirilebileceğini ortaya koymaktadır (Mohamed vd., 2023).

On üç ila on yedi yaş arasındaki ergenlere yönelik gerçekleştirilen on haftalık dijital detoks programı sonrasında, deney grubunda yer alan katılımcıların günlük ortalama ekran süresi 6,82 saatten 4,31 saate düşmüş, beş ay sonraki izlem sürecinde ise 4,07 saate sabitlenmiştir. Bununla birlikte uyku hijyeni puanlarında da istatistiksel olarak anlamlı bir artış saptanmıştır (Pan vd., 2025). Dört ila on yedi yaş arasındaki çocuk ve ergenlere uygulanan iki haftalık ekran süresi azaltma müdahalesinin, davranışsal zorluklar ve içe dönük semptomlarda anlamlı azalmalar sağladığı, prososyal davranışlarda ise artışa yol açtığı belirlenmiştir (Schmidt-Persson vd., 2024).

Araştırmalar, dijital detoks uygulamalarının çocuklar ve ergenlerde ekran süresini azaltmanın ötesinde, dijital bağımlılık eğilimlerini düşürme, uyku düzenini iyileştirme ve sosyal etkileşimi artırma gibi kalıcı etkiler yarattığını göstermektedir. Kavramsal çerçevenin henüz tam anlamıyla netleşmemiş olması ve tedaviye dair görgül araştırmaların azlığı klinisyenler açısından önemli bir güçlük oluşturmaktadır. Narsistik kişilik yapılanmasının tedavisine geçmeden önce, söz konusu bozukluğun terapi sürecinde ortaya çıkardığı zorluklara kısaca değinmek gerekmektedir (Magnavita, 2018). Narsisizmin tedavisinde hem kuramsal hem de uygulamaya yönelik yaklaşımların sınırlı olması, bu alanı oldukça güçleştirmektedir. En önemli zorluklardan biri, narsistik bireyin tedaviye ihtiyaç duyduğunu kabul etmemesi ve kendisinde herhangi bir sorun olmadığına inanmasıdır. Ayrıca depresyon, kaygı, utanma ya da mükemmeliyetçilik gibi eşlik eden duygu durum bozuklukları da tedavi sürecini zorlaştırmaktadır (Yakeley, 2018). Bu nedenle kullanılan yöntemler çoğu zaman yalnızca eşlik eden rahatsızlıkların semptomlarını hedefleyen stratejilerden oluşmaktadır (Ronningstam ve Weinberg, 2013). Patolojik narsisizmin tedaviye direnç, ilerleme eksikliği ve olumsuz çıktı ile ilişkilendiği; hatta tedaviyi yarıda bırakma eğilimini artırdığı belirtilmektedir (Weinberg ve Ronningstam, 2020). Narsisizmin tedavisinde başlıca kullanılan terapi yöntemleri arasında şema terapi, bilişsel davranışçı terapi (BDT), psikanalitik/psikodinamik terapi ve mentalizasyon temelli terapi yer almaktadır (Kansu, 2022).

- **Şema Terapi:** Erken dönem uyumsuz şemaları dönüştürerek grandiyöz ve kırılgan benlik yapısını dengelemeyi hedefler. Özellikle kişilik bozukluklarında dirençli örüntülerde etkilidir (Dieckmann ve Behary, 2015).
- **Bilişsel Davranışçı Terapi (BDT):** Grandiyöz inançlar, haklılık algısı ve aşırı onaylanma ihtiyacı gibi bilişsel çarpıtmaları değiştirmeye odaklanır; gerçekçi özdeğerlendirmeyi ve duygu düzenlemeyi geliştirir (Weinberg ve Ronningstam, 2020).
- **Psikanalitik/Psikodinamik Terapi:** Aktarım ve çocukluk deneyimleri üzerinden grandiyöz savunmalarla kırılgan özdeğer duygusunu çalışır; TFP ve öz psikolojisi en bilinen yaklaşımlardır (Diamond vd., 2021).
- **Mentalizasyon Temelli Terapi (MBT):** Bireyin kendi ve başkalarının zihinsel durumlarını anlamasını geliştirir, empatiyi ve duygu düzenlemeyi güçlendirir; narsistik bireylerde umut verici sonuçlar göstermektedir (Drozek ve Unruh, 2020).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada narsisizmin bireysel ve toplumsal boyutları ele alınmış, özellikle sosyal medya ile kurduğu ilişki çok yönlü biçimde değerlendirilmiştir. Alanyazında narsisizmin klinik bir kişilik bozukluğu olarak ele alınmasının yanı sıra, gündelik yaşam pratiklerinde de farklı yansımaları olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın bireylere kimlik sunumu, görünürlük kazanma ve sosyal onay elde etme fırsatı sağlaması, narsistik eğilimlerin açığa çıkması için güçlü bir zemin oluşturmaktadır. Narsisizm yalnızca bireysel bir özellik değil, aynı zamanda kültürel bir olgu olarak da değerlendirilmektedir.

Literatürde yer alan çalışmalar, narsistik özelliklerin sosyal medya aracılığıyla pekiştiğini; bu süreçte bireylerin hem kendi benlik algılarının hem de toplumsal normların dönüşüme uğradığını göstermektedir. Özellikle gençler arasında popüler olan platformlar, açık narsisizmin kibir, üstünlük duygusu ve teşhircilik gibi boyutlarını sergileme imkânı sunarken; kırılgan narsisizmin de görünmezlik, reddedilme korkusu ve düşük benlik saygısı gibi unsurlarını maskeleyerek olanağı sağlamaktadır. Böylece sosyal medya, narsistik kişiliğin hem açık hem de örtük biçimlerini

destekleyen bir araç haline gelmektedir. Narsisizm ile sosyal medya arasındaki ilişki, bağımlılık literatürü açısından da dikkate değerdir. Çeşitli araştırmalarda sosyal medya kullanımının dopaminerjik sistem üzerinde madde bağımlılığına benzer etkiler yarattığı, bireylerde ödül beklentisi ve sürekli uyarılma hali oluşturduğu vurgulanmaktadır. Beğeni, takipçi sayısı ve onay mekânizmaları, narsistik eğilimleri olan bireyler için bağımlılığı pekiştiren unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu noktada sosyal medyanın değişken pekiştirme sisteminin, narsistik ilişkilerde görülen “git-gel” niteliğindeki davranışlarla benzerlik gösterdiği de dikkat çekmektedir. Dolayısıyla sosyal medya, narsistik ihtiyaçlarla birleştiğinde güçlü bir bağımlılık mekânizması oluşturabilmektedir.

Tartışmanın bir diğer boyutu, narsisizmin toplumsal kültürle ilişkisi üzerinden açığa çıkmaktadır. Sosyal medya, bireylerin yalnızca kendi benliklerini sergilemeleri için bir vitrin sunmakla kalmamakta, aynı zamanda narsistik değerlerin normalleşmesine de katkıda bulunmaktadır. Ün, popülerlik, güzellik standartları ve gösterişçi tüketim gibi unsurlar sosyal medya aracılığıyla yeniden üretilmekte ve toplumsal bir norm haline gelmektedir. Bu durum bireyleri gündelik yaşamda doğal davranışlardan ziyade toplumsal beklentilere uygun hareket etmeye yönlendirmekte, sahte bir vitrin oluşturma eğilimini güçlendirmektedir. Böyle bir açıdan bakıldığında narsisizm yalnızca psikolojik değil, aynı zamanda sosyolojik bir olgu olarak da daha net anlaşılmaktadır. Literatür aynı zamanda narsisizmin tedavisi ve sosyal medya bağımlılığının yönetimi üzerine önemli çıkarımlar sunmaktadır. Narsistik kişilik bozukluğunun tedavisinde en büyük zorluklardan biri bireyin tedaviye ihtiyaç duyduğunu kabul etmemesi ve terapi sürecini yarıda bırakma eğilimidir. Depresyon, kaygı ve mükemmeliyetçilik gibi eşlik eden sorunlar da tedavi sürecini karmaşık hale getirmektedir. Şema terapi, bilişsel davranışçı terapi, psikanalitik yaklaşımlar ve mentalizasyon temelli terapi gibi yöntemlerin kullanıldığı görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığında ise dijital detoks, ekran süresi kısıtlamaları ve farkındalık temelli müdahaleler etkili yöntemler olarak öne çıkmaktadır. Araştırmalar, bu uygulamaların özellikle çocuklar ve ergenlerde ekran süresini azalttığını, uyku düzenini iyileştirdiğini ve prososyal davranışları artırdığını göstermektedir. Sonuç olarak, narsisizm ile sosyal medya arasındaki ilişki hem bireysel hem de toplumsal düzeyde karmaşık bir yapı sergilemektedir. Sosyal medya, narsistik özelliklerin görünür hale geldiği ve beslendiği bir alan olarak işlev görmektedir; bu süreç bireylerin benlik algılarını, toplumsal normları ve kültürel değerleri yeniden şekillendirmektedir. Aynı zamanda bağımlılık döngüsüyle de ilişkili olan bu yapı hem klinik hem de sosyal boyutlarıyla dikkate alınması gereken bir olgudur. Narsistik kişilik bozukluğunun tedavisinde kullanılan terapötik yaklaşımların, sosyal medya bağımlılığını azaltmaya yönelik stratejilerle birlikte ele alınması, daha bütüncül bir anlayış geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Gelecek çalışmaların ise narsisizmin sosyal medya aracılığıyla nasıl pekiştiğini, bu sürecin bireysel psikoloji ve toplumsal kültür üzerindeki uzun vadeli etkilerini ve etkili müdahale yöntemlerini daha ayrıntılı biçimde ele alması önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Akça, S. (2017). Kohut'un Kendilik Nesnesi İhtiyaçları Bağlamında Kırılgan Narsisizmin İncelenmesi: Bir Vaka Örneği. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 4(1), 1-13.
- Akhtar, S. (1989). Narcissistic Personality Disorder: Descriptive Features And Differential Diagnosis. *Psychiatric Clinics Of North America*, 12(3), 505-529.
- Akkaş, C., Bakırtaş, H., ve Çiftçi, S. (2020). "Narsistagram": Instagram Kullanımında Narsisizm. *Selçuk İletişim*, 13(1), 130-157.
- Akkoz, M., ve Erbaş, O. (2020). The Relationship Between Social Media Use And Narcissism. *Demiroğlu Bilim Üniversitesi Florence Nightingale Transplantasyon Dergisi*, 5(2), 032-038.
- Akoğlu, E. S. (2019). İnternet Kullanımı, Depresyon Ve Narsistik Özellikler Arasındaki İlişkiler (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Aktaş, A. (2023). Mahremiyetin Sosyal Medya İle Dönüşümünü Türk Kültüründeki Kapı Mefhumu Üzerinden Okumak. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Özel Sayı 1 (Cumhuriyetin 100. Yılına), 1207-1219.
- Aktaş, B. Ş. (2025). Özel Yetenekli Bireylerde Dijital Oyun Bağımlılığı. In Ö. Barış Ve S. Yeşilkurt (Eds.), *Yeni Medya Ve Dijitalleşme* (Pp. 64-85). Eğitim Yayınevi.
- Alanka, Ö., ve Cezik, A. (2016). Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme. *Trt Akademi*, 1(2), 548-569.
- Arabi, S. (2017). Power: Surviving And Thriving After Narcissistic Abuse: A Collection Of Essays On Malignant Narcissism And Recovery From Emotional Abuse. New York: Thought Catalog Books.
- Arisoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1(1), 67.
- Avcılar, M. Y., ve Atalar, S. (2019). Narsistik Kişilik Özelliklerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi Ve Gösterişçi Tüketim Eğilimleri Üzerine Etkisinin Tespiti. *OPUS International Journal Of Society Researches*, 11(18), 1373-1407.
- Balci, Ş., ve Sarıtaş, H. (2019). Sosyal Medya Kullanımının Bir Belirleyicisi Olarak Narsisizm: Konya'da Yaşayan Kullanıcılar Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 689-709.
- Basu, R. (2019). Impact Of Digital Detox On Individual Performance Of The Employees. *International Journal Of Research And Analytical Reviews*, 6(2), 378-381.
- Bonchay, B. (2018). Narcissistic Abuse Affects Over 158 Million People In The U.S. *Psych Central*. <https://Psychcentral.Com/Lib/Narcissistic-Abuse-Affects-Over-158-Million-People-In-The-U-S/>
- Boursier, V., Gioia, F., ve Griffiths, M. D. (2020). Selfie-Engagement On Social Media: Pathological Narcissism, Positive Expectation, And Body Objectification-Which Is More Influential?. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100263.
- Casale, S., ve Banchi, V. (2020). Narcissism And Problematic Social Media Use: A Systematic Literature Review. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100252.
- Character Disorders. (2025). In *International Encyclopedia Of The Social Sciences*. <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/character-disorders>
- Çalışkan, M., ve Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Çaycı, B., Çaycı, A. E., ve Eken, İ. (2019). Narsisizm Ve Selfie Paylaşımı İlişkisi Üzerine Nicel Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 60-88.
- Çoklar, I. (2014). Kişilik Özellikleri İle Bağışlama Eğilimi Arasındaki İlişkinin İntikam Güdüsü Ve Adalet Duyarlılık Temelinde İncelenmesi [Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Dal, N. E. (2017). Tüketim Toplumu Ve Tüketim Toplumuna Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 1-21.
- Demir, S. Z. (2021). Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanımının Benlik Saygısı İle İlişkisi: Narsisizmin Aracı Rolü. *Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 245-271.
- Diamond, D., Yeomans, F., ve Keefe, J. R. (2021). Transference-Focused Psychotherapy For Pathological Narcissism And Narcissistic Personality Disorder (TFP-N). *Psychodynamic Psychiatry*, 49(2), 244-272.
- Dickinson, K. ve Pincus, A. (2003). Interpersonal Analysis Of Grandiose And Vulnerable Narcissism. *Journal Of Personality Disorders*, 17(3), 188-207.
- Dieckmann, E., ve Behary, W. (2015). Schema Therapy: An Approach For Treating Narcissistic Personality Disorder. *Fortschritte Der Neurologie-Psychiatrie*, 83(8), 463-77.
- Diñç, S. B. (2020). Narsistik Kişilik Örüntülerinden Sosyal Medya Bağımlılığına Giden Yol: Duygu Düzenleme Güçlükleri Ve Bilişsel Çarpıtmaların Aracı Rolü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). *Başkent Üniversitesi, Ankara*.
- Drozek, R. P., ve Unruh, B. T. (2020). Mentalization-Based Treatment For Pathological Narcissism. *Journal Of Personality Disorders*, 34(Suppl), 177-203.
- Durlofsky, P. (2015, Kasım 26). Signs Of An Emotionally Abusive Relationship. *Psych Central*. <https://Psychcentral.Com/Blog/Signs-Of-An-Emotionally-Abusive-Relationship#1>
- Dutton, D. G., ve Painter, S. (1993). Emotional Attachments In Abusive Relationships: A Test Of Traumatic Bonding Theory. *Violence And Victims*, 8(2), 105-120.
- Eldoğan, D. (2016). Hangi Narsizm? Büyükleme Ve Kırılgan Narsizmin Karşılaştırılmasına İlişkin Bir Gözden Geçirme. *Türk Psikoloji Yazıları*, 19(37), 1-10.
- Ellis, H. (1898). Auto-Erotism: A Psychological Study. *Alienist And Neurologist* (1880-1920), 19(2), 260.
- Ferenczi, S. (1984). Confusion. In J. Masson (Ed.), *Freud: The Assault On Truth* (Pp. 293-294). Ballantine Books.
- Fjermestad-Noll, J., Ronningstam, E., Bach, B. S., Rosenbaum, B., ve Simonsen, E. (2020). Perfectionism, Shame, And Aggression In Depressive Patients With Narcissistic Personality Disorder. *Journal Of Personality Disorders*, 34(Supplement), 25-41.
- Foster, J. D. Ve Trimm, R. F. (2008). On Being Eager And Inhibited: Narcissism And Approach-Avoidance Motivation. *Society For Personality And Social Psychology*, 34(7), 1004-1017
- Freud, S. (1914). Narsizm Üzerine Ve Schreber Vakası (B. Büyükkal Ve SM Tura, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Fromm, E. (1949). Psychoanalytic Characterology And Its Application To The Understanding Of Culture.
- Giacomin, M., ve Rule, N. O. (2019). Eyebrows Cue Grandiose Narcissism. *Journal Of Personality*, 87(2), 373-385.

- Hammond, C. (2019, December 7). Gaslighting: How A Parent Can Drive A Kid Crazy. Psych Central. <https://Psychcentral.Com/Pro/Exhausted-Woman/2019/12/Gaslighting-How-A-Parent-Can-Drive-A-Kid-Crazy#1>
- Hammond, C. (2019, July 4). Narcissists And Their Flying Monkeys. Psych Central. <https://Psychcentral.Com/Pro/Exhausted-Woman/2019/07/Narcissists-And-Their-Flying-Monkeys#1>
- Howard, V. (2019). Recognising Narcissistic Abuse And The Implications For Mental Health Nursing Practice. *Issues In Mental Health Nursing*.
- Juni, S. (1995). Triangulation As Splitting In The Service Of Ambivalence. *Current Psychology*, 14(2), 91-111.
- Kansu, N. K. Y. A. F. (2022). Narsistik Kişilik Bozukluğunun Tedavisinde Psikodinamik Terapi. *Sciences* 8(55).
- Kavut, S. (2018). Karen Horney Ve Nevrotik Kişilik Üzerine Bir Araştırma: Blue Jasmine Örneği. *Journal Of Social Sciences Research*, 12(62), 511-526. <https://www.sosyalarastirmalar.com/articles/a-research-on-karen-horney-and-neurotic-character-instance-of-blue-jasmine.pdf>
- Kaya, E., Akpınar, D., ve Akpınar, H. (2019). Bağımlılığın Patofizyolojisi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Tıp Dergisi*, 6(3), 166-170.
- Koç, H. İ. (2017). Sosyal Medya ve Narsisizm Kültürü (Master's Thesis, Sakarya Üniversitesi, Turkey).
- Kohut, H. (1971). Kendiliğin Çözümlemesi (C. Atbaşoğlu, B. Büyükkal, ve C. İşcan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Kohut, H. (1972). Thoughts On Narcissism And Narcissistic Rage. *The Psychoanalytic Study Of The Child*, 27(1), 360-400.
- Koob, G. F., ve Volkow, N. D. (2016). Neurobiology Of Addiction: A Neurocircuitry Analysis. *The Lancet Psychiatry*, 3(8), 760-773.
- Levin, L. (2021). Understanding Narcissistic Abuse. *Mental Health Matters*, 8(3), 32-33.
- Lipsitz, J. D., ve Markowitz, J. C. (2013). Mechanisms Of Change In Interpersonal Therapy (IPT). *Clinical Psychology Review*, 33(8), 1134-1147.
- Magnavita, J. J. (2016). Kişilik Kuramları (Çeviri Ed. T Özakkaş). Kocaeli, Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları.
- Magnavita, J.J. (2018). The Treatment Of Trait And Narcissistic Personality Disturbances. In: Hermann, A., Brunell, A., Foster, J. (Eds) *Handbook Of Trait Narcissism*. Springer, Cham.
- Masterson, J. F. (1976). Narsistik Ve Borderline Kişilik Bozuklukları: Bir Bütüncül Gelişimsel Yaklaşım (B. Açıll, Çev.). İstanbul: Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınlar
- Mcmullan, E. (2022). Being Trapped In Relational Systems Of Narcissistic Abuse During Lockdown. In *After Lockdown, Opening Up: Psychosocial Transformation In The Wake Of COVID-19* (Pp. 173-192). Cham: Springer International Publishing.
- Miller, A. (1995). The Drama Of Being A Child And The Search For The True Self. (No Title).
- Mohamed, S. M., Abdallah, L. S., ve Ali, F. N. K. (2023). Effect Of Digital Detox Program On Electronic Screen Syndrome Among Preparatory School Students. *Nursing Open*, 10(4), 2222.
- Nasio, J.-D. (2006). Psikanalizin Yedi Temel Kavramı (Ö. Erşen Ve M. Erşen, Çev.). İmge Kitabevi Yayınları.
- Oltmanns, J. R., ve Widiger, T. A. (2018). Assessment Of Fluctuation Between Grandiose And Vulnerable Narcissism: Development And Initial Validation Of The FLUX Scales. *Psychological Assessment*, 30(12), 1612-1624. <https://doi.org/10.1037/Pas0000616>
- Oz Wiki. (N.D.). Winged Monkeys. In Oz Wiki. Fandom. Erişim Tarihi: 8 Eylül 2025, https://oz.fandom.com/wiki/Winged_Monkeys
- Ozan, E., Kırkpınar, İ., Aydın, N., Fidan, T., ve Oral, M. (2008). Narsistik Kişilik Bozukluğu: Gelişim Süreçleri Ve Yaşamı. *RCHP-Review Cases Hypotheses Psychiatry*, 2, 25-37.
- Pan, Y., Zhang, W., e Ivsksandar, A. (2025). Impact Of A Digital Detox Program On Screen Time And Sleep Hygiene In Adolescents. *Journal Of Adolescent And Youth Psychological Studies (JAYPS)*, 6(1), 146-155. <https://doi.org/10.61838/Kman.Jayps.6.1.16>
- Pincus, A. L. (2013). The Pathological Narcissism Inventory. In J. S. Ogronczuk (Ed.), *Understanding And Treating Pathological Narcissism* (Pp. 93-110). APA.
- Pincus, A. L., ve Lukowitsky, M. R. (2010). Pathological Narcissism And Narcissistic Personality Disorder. *Annual Review Of Clinical Psychology*, 6(1), 421-446.
- Pincus, A. L., Ansell, E. B., Pimentel, C. A., Cain, N. M., Wright, A. G., ve Levy, K. N. (2009). Initial Construction And Validation Of The Pathological Narcissism Inventory. *Psychological Assessment*, 21(3), 365.
- Psychology Today Staff. (N.D.). Trauma Bonding. Psychology Today. Retrieved September 8, 2025, From <https://www.psychologytoday.com/us/basics/trauma-bonding>
- Quinodoz, J.-M. (2020). Freud'u Okumak (A. G. Küey, Dü.; B. Kolbay Ve Ö. Soysal, Çev.). Bağlam Yayıncılık.
- Rapier, M. L. (2005). "An Interview Study Of Narcissistic Executives: Piercing The Corporate Veil Of Narcissism In The Workplace" Saybrook Graduate School And Research Center, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Ronningstam, E. (2009). Narcissistic Personality Disorder: Facing DSM-V. *Psychiatric Annals*, 39(3), 111-121.
- Ronningstam, E., ve Weinberg, I. (2013). Narcissistic Personality Disorder: Progress In Recognition And Treatment. *Focus*, 11(2), 167-177.
- Rozenblatt, S. (2002). In Defense Of The Self: The Relationship Of Self-Esteem And Narcissism To Aggressive Behavior. *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences And Engineering*, 63(4-B), 2072
- Russell, G. A. (1985). Narcissism And The Narcissistic Personality Disorder: A Comparison Of The Theories Of Kernberg And Kohut. *British Journal Of Medical Psychology*, 58(2), 148.
- Salman Akhtar, M. D., ve Thomson Jr, J. A. (1982). Overview: Narcissistic Personality Disorder. *Am J Psychiatry*, 139(1), 12-20.
- Schmidt, A. (2019). Kernberg Ve Kohut'un Narsistik Kişilik Bozukluğu Kuramlarının Karşılaştırması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 30(2), 137-141.
- Schmidt-Persson, J., Rasmussen, M. G. B., Sørensen, S. O., ve Colleagues. (2024). Screen Media Use And Mental Health Of Children And Adolescents: A Secondary Analysis Of A Randomized Clinical Trial. *JAMA Network Open*, 7(7), E2419881.
- Soyer Akoğlu, E. (2023). İnternet Kullanımı İle Depresyon Ve Narsistik Kişilik Özellikleri İlişkisi [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Statista. (2025, Şubat). Number Of Internet And Social Media Users Worldwide As Of February 2025 (In Billions). Statista. Retrieved September 8, 2025, From <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
- Thomas, K. M., Wright, A. G. C., Lukowitsky, M. R., Donnellan, M. B. Ve Hopwood, C. J. (2012). Evidence For The Criterion Validity And Clinical Utility Of The Pathological Narcissism Inventory. *Assessment*, 19, 135-145

- Turan, K. (2022). Narsisistik Kişilik Bozukluğu Ve Psikodinamik Alt Tipleri. *Türkiye Bütüncül Psikoterapi Dergisi*, 5(9), 114-129.
- Türk Dil Kurumu. (2025). Türk Dil Kurumu Sözlüğü. <https://sozluk.gov.tr>
- Uzbay, İ. T. (2009). Bağımlılık Yapan Maddeler Ve Özellikleri. *Gülhane Askeri Tıp Akademisi Tıp Fakültesi Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi*, 6, 16-33.
- We Are Social. (2024, 31 Ocak). Digital 2024: 5 Billion Social Media Users. We Are Social. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Weinberg, I., ve Ronningstam, E. (2020). Dos And Don'ts In Treatments Of Patients With Narcissistic Personality Disorder. *Journal Of Personality Disorders*, 34(Supplement), 122-142.
- Williams, K. D. (2002). *Ostracism: The Power Of Silence*. Guilford Press.
- Wink, P. (1991). Two Faces Of Narcissism. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 61(4), 590-597. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.4.590>
- Winnicott, D. W. (2014). *Through Pediatrics To Psycho-Analysis: Collected Papers*. Routledge.
- Yakeley, J. (2018). Current Understanding Of Narcissism And Narcissistic Personality Disorder. *Bjpsych Advances*, 24(5), 305-315. <https://doi.org/10.1192/bja.2018.20>

BEŞİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN İLİŞKİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Akın KONGUR*

GİRİŞ

Dijital çağ, insanoğlunun ilişkileneceği patenlerini ve dinamiklerini temelden değıştiren ve dönüştüren dijital bir devrime sahne olmaktadır. Bu dönüşüm bireylerin gündelik hayatlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Dönüşüm yalnızca bireylerin sosyalleşme alışkanlıklarını değil, kimlik inşalarını ve temsiliyetlerini, bilgi edinme ve paylaşma davranışlarını da kapsamaktadır (Boyd ve Ellison, 2007). Dijital ağlar, yalnızca sosyalleşme amacıyla kullanılan mecralar olmaktan çıkarak bireylerin yaşamlarının en özel, hatta kimi zaman en mahrem yönlerinin sergilendiği başlıca sahneler haline gelmiştir. Sosyal medya aracılığıyla bireyler yeni kimlikler inşa etmekte, farklı sosyal rolleri deneyimlemekte, yeni ilişkiler başlatmakta veya mevcut ilişkilerini sonlandırabilmektedir. Bunun yanında, sosyal medyada oluşturulan kimlikler ile fiziksel gerçekliğinden bağımsız, ‘paralel yaşamların’ kurgulanıp sürdürüldüğü ve görünür kılındığı bir dinamik oluşmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya, artık yalnızca iletişim ve sosyalleşme aracı değil, bireylerin kimliklerini yeniden tanımladıkları, ilişkilerini şekillendirdikleri ve mahremiyet sınırlarını sürekli olarak yeniden çizdikleri bir toplumsal sahne niteliği kazanmıştır.

Dünya genelinde ve Türkiye’deki güncel istatistikler bu dönüşümün kapsamını somut biçimde ortaya koymaktadır. Dünya genelinde sosyal medya kullanıcılarının sayısı 5 milyarı aşmış olup, bu rakam küresel nüfusun %62’sinden fazlasının aktif olarak bu dijital ağlarda yer aldığını göstermektedir (Data Reportal, 2024). Türkiye’ye ait tablo daha da dikkat çekicidir. Nüfusun %80’inden fazlası sosyal medyayı aktif olarak kullanmakta ve bireyler günde ortalama üç saatlerini bu platformlarda geçirmektedir (Statista, 2023). Bu düzeyde yoğun ve sürekli etkileşim, sosyal medyayı gündelik hayatın ve toplumsal ilişkilerin merkezine yerleştirmiştir. Özellikle romantik ilişkiler açısından bakıldığında, sosyal medya yalnızca iletişimin bir aracı değil, aynı zamanda ilişkilerin nasıl başladığını, nasıl sürdürüldüğünü ve hangi dinamikler çerçevesinde şekillendiğini belirleyen merkezi bir aktör haline gelmiştir. Sosyal medya, ilişkilerin oluşum, bakım ve çözülme süreçlerinin anlaşılmasında göz ardı edilmesi mümkün olmayan yapısal bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Süreç, teknolojinin kişilerarası ilişkileri dönüştürme serüvenindeki en güncel halkayı temsil etmektedir. Sanayi öncesi toplumlarda ilişkiler büyük ölçüde yüz yüze etkileşimler ve topluluk temelli bağlar üzerinden şekillenirken, 20. yüzyılın ortalarında telefonun yaygınlaşmasıyla birlikte mekânsal sınırlar aşılmış ve bireyler fiziksel olarak bir arada bulunmasalar bile ilişkilerini ve iletişimlerini sürdürebilmiştir. 1990’lardan itibaren internetin ve çevrim içi sohbet odalarının yükselişi, bu dönüşümün yeni bir aşamasını oluşturmuş; romantik tanışmalar, flörtleşmeler ve ilişkisel etkileşimler giderek dijitalleşen bir yapıya bürünmüştür. Sosyal medyanın yükselişi, bu evrimi niteliksel olarak farklı bir boyuta taşımıştır (Baym, 2015). Artık romantik ilişkiler yalnızca

* Klinik Psikolog, akinnkongur@gmail.com

özel alanın sınırları içerisinde yaşanmakla sınırlı değildir. Facebook'un 'ilişki durumu' güncellemesi gibi özellikler aracılığıyla ilişkiler herkese açık biçimde ilan edilmekte, Instagram paylaşımları sayesinde ilişkiler estetik olarak dizayn edilmiş bir sunuma dönüşmekte ve flört uygulamaları aracılığıyla romantik ilişkiler dijital ortamda başlatılabilmektedir (Fox ve Warber, 2014). Böylece daha önce mahremiyet içinde sürdürülen duygusal bağlar, hem dijital izler bırakan hem de kamuya açık göstergeler üzerinden değerlendirilen sosyal olgular şekline bürünmüş; bireylerin özel yaşamları ile kamusal kimlik sunumları arasındaki sınırlar giderek daha çok aşılır hale gelmiştir. Ancak bu dönüşümle birlikte dijitalleşmenin ilişkiler üzerindeki etkisi tek yönlü değil, hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilecek çift yönlü bir niteliğe sahiptir. Sosyal medya ve çevrim içi iletişim araçları, çiftler arasındaki etkileşimi kolaylaştırarak yakınlığı ve bağlılığı güçlendirme işlevi görebilir; ancak aynı zamanda kıskançlık, güvensizlik ve kontrol davranışlarını tetikleyerek ilişki uyumu zayıflatıcı bir etki de yaratabilmektedir (Muisse vd., 2009). Sosyal medyanın ilişkiler üzerindeki bu çift yönlü etkisini anlamak için Sherry Turkle'in (2011) ortaya koyduğu 'Birlikte Yalnız' kavramını değerlendirmek gerekmektedir. Turkle, bireylerin dijitalleşme sayesinde sürekli iletişim halinde olmalarına rağmen aynı zamanda derinlikli ve doyurucu bağlardan uzaklaşabildiklerini ifade etmektedir. Bu paradoksal durum, sosyal medyanın bir yandan partnerler arasında etkileşimi kolaylaştırarak yakınlığı artırırken, diğer yandan kıskançlık, güvensizlik ve yalnızlaşma gibi olumsuz deneyimleri de beraberinde getirebilmektedir. 'Birlikte Yalnız' kavramı, dijitalleşmenin ilişkilerde hem bağ kurucu hem de bağ zedeleyici işlevleri aynı anda barındıran doğasının çarpıcı bir yansımasıdır (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2018).

Bu bölümün amacı, sosyal medyanın romantik ilişkiler üzerindeki çift yönlü etkisini değerlendirerek, temel dinamikleri nasıl yeniden şekillendirdiğini kapsamlı bir şekilde ele almaktır. Öncelikli olarak güven, iletişim ve kıskançlık gibi temel ilişki yapıtaşlarının bu yeni düzende nasıl dönüştüğü ele alınmıştır. Ardından, 'beğeni' ve 'paylaşım' ritüelleri gibi platforma özgü mekânizmaların yanı sıra, phubbing ve mikro aldatma gibi yeni olguların; ilişki doyumu, bağlılık ve mahremiyet algısı üzerindeki sonuçları irdelenmiştir. Çalışmanın asıl hedefi, çok katmanlı etkileşimi bütüncül bir perspektifle sunarak, sosyal medyanın çiftler için yarattığı fırsatları ve riskleri entegre bir çerçevede ortaya koymuştur. Sosyal medya platformları, temelde nötr teknolojik araçlar olarak nitelendirilebilir. Çünkü sosyal medya platformlarının ilişkiler üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerini kullanıcıların niyet ve beklentileri şekillendirmektedir. Platformlar çiftler için hem bağları güçlendiren birer köprü hem de çatışma ve güvensizlik üreten birer mayın tarlası işlevi görebilir. Çalışmada, sosyal medyanın ilişki dinamiklerini nasıl çift yönlü etkilediği ele alınmıştır.

Sosyal medyanın romantik ilişkiler üzerinde en devrim niteliğindeki etkilerinden biri, hiç kuşkusuz, tanışma ve flört süreçlerini yapısal olarak yeniden tanımlamasıdır. Geleneksel olarak okul, iş veya yakın arkadaş çevresi gibi sınırlı sosyal alanlarda gerçekleşen partner bulma süreci, bugün Tinder ve Bumble gibi flört uygulamaları ya da Instagram gibi organik sosyal ağlar sayesinde coğrafi ve toplumsal sınırlardan büyük ölçüde bağımsız hale gelmiştir (Sumter vd., 2017). Sosyal medya platformları, Belirsizliği Azaltma Kuramı (Berger ve Calabrese, 1975) çerçevesinde, bireylerin potansiyel partnerler hakkında ön bilgi edinmelerine olanak tanıyarak yüz yüze görüşme öncesi hissedilen belirsizliği azaltmaktadır. Kullanıcıların özenle düzenlenmiş çevrim içi profilleri aracılığıyla ilgi alanları, zevkler ve yaşam tarzlarına dair ipuçları edinilmesi, hem ortak sohbet konularının ortaya çıkmasını kolaylaştırmakta hem de ortak değerler üzerinden bir ön filtreleme yapılmasını sağlamaktadır. Böylelikle süreç, daha çok hedefe yönelik partner seçimlerine imkân

tanırken, harcanacak zaman ve emeği optimize ederek ilişki kurma sürecini daha verimli bir zemine oturtmaktadır. Ancak bu süreç, kendi içinde paradoksal bir risk barındırmaktadır. Riskin temelinde, Erving Goffman'ın (1956) Benliğin Sunumu kuramının dijital çağdaki bir yansıması olarak görülebilecek 'idealize edilmiş benlik sunumu' pratiği yer almaktadır. Bireyler, çevrim içi platformlarda kendilerini en olumlu şekilde sergileme eğilimi göstererek fiziksel görünüşlerinden sosyal statülerine, ilgi alanlarından maddi varlıklarına kadar birçok konuda gerçeği yansıtmayan veya abartılı profiller oluşturabilmektedir. Bu durum, sosyal medyanın ilişki başlatma sürecinde sunduğu belirsizliği azaltma ve zamanı verimli kullanma avantajlarını büyük ölçüde tersine çevirebilmektedir. Zira çevrim içi ortamda idealize edilmiş profiller üzerinden gelişen bir ilişki, yüz yüze görüşme gerçekleştiğinde bireylerin karşılaştığı gerçeklik ile dijital imaj arasındaki fark nedeniyle ciddi bir hayal kırıklığına dönüşebilmektedir. Söz konusu değişim yalnızca duygusal bir hayal kırıklığı yaratmakla kalmaz, ayrıca zaman ve emek kaybına da yol açarak bireylerin ilişki başlatmaya yönelik motivasyonlarını zayıflatılabilmektedir. Sosyal medya aracılığıyla tanışma süreçleri, hem yeni fırsatlar hem de sahici olmayan kimlik sunumlarının doğurduğu riskler arasında hassas bir denge barındırmaktadır. Bu noktada, başlangıçta bir avantaj olarak görülen zaman ve emek tasarrufu, tersine bir maliyete dönüşebilmektedir. Çevrim içi ortamda sunulan idealize edilmiş profiller ile çevrim dışı gerçeklik arasındaki uyumsuzluk, ilk yüz yüze buluşmalarda beklentilerin karşılanmamasına yol açarak bireylerde derin bir hayal kırıklığı yaratabilir. Olumsuz deneyimler yalnızca ilişkiyi sonlandırmakla kalmaz, aynı zamanda bireyin gelecekte yeni bir ilişki arama motivasyonunu zayıflatarak sosyal izolasyon riskini de beraberinde getirebilir. Sosyal medyanın ilişki başlatma sürecindeki olumlu potansiyeli, aynı zamanda en büyük dezavantajının kaynağını da içinde barındırmaktadır.

Sürecin sağlıklı ilerleyebilmesi için, kullanıcıların çevrim içi kimlik sunumları ile gerçeklik arasında ortaya çıkabilecek farklılıklara karşı psikolojik olarak hazırlıklı olmaları ve bu bağlamda hayal kırıklığına karşı tolerans geliştirebilmeleri açısından önem taşımaktadır. Sosyal medya, ilişki başlatma süreçlerinde hem fırsatlar hem de riskler sunan çift yönlü bir araçtır. Bir yandan daha geniş bir sosyal çevreye erişim ve daha uygun eşleşme imkânı sağlarken, diğer yandan dijital temsil ile gerçeklik arasındaki fark, bireylerde motivasyon kaybı ve yalnızlık duygusuna yol açabilmektedir.

İlişkinin Kamusal Alanda Sergilenmesi

İlişki başladıktan sonra sosyal medya, bu ilişkiyi kamusal alanda görünür kılmak, meşrulaştırmak ve sosyal onay elde etmek için güçlü bir araç işlevi görmektedir. Biyografiye partnerin adını eklemek, ilişki durumunu güncellemek ya da ortak fotoğraflar paylaşmak gibi 'ikili sergileme' (dyadic display) pratikleri, bağlılığın sembolik bir ilanı olarak değerlendirilmektedir (Fox ve Warber, 2014; Papp vd., 2012). Bu tür paylaşımlar yalnızca çiftin bağlılık hissini artırmakla kalmamakta, aynı zamanda çevreden gelen olumlu tepkiler aracılığıyla sosyal destek algısını da güçlendirmektedir. Nitekim sosyal çevreden alınan olumlu geri bildirimler, ilişkinin toplumsal anlamda 'onaylanmış' olduğu duygusunu pekiştirerek çiftlerin tatmin düzeyini artırabilmektedir (Utz ve Beukeboom, 2011). Görünürlük aynı zamanda güvenlik işlevi de görebilir. Çiftlerin birlikte profil fotoğrafı kullanması veya sık paylaşımlar yapması, ilişkinin başkaları tarafından bilinirliğini artırarak aldatma ihtimalini azalttığı düşünülen sembolik bir işlev üstlenmektedir. Ancak bu kamusal görünürlük, kendi içinde paradoksal bir yapıya sahiptir ve ilişkiler üzerinde farklı düzeylerde gerilimler yaratmaktadır. Gerilimlerin ilki, performans ile gerçeklik arasındaki uçurumdur. Tıpkı bireylerin idealize edilmiş benliklerini çevrim içi ortamda sergilemeleri gibi, çiftler de çoğunlukla ilişkilerinin yalnızca olumlu ve sorunsuz yanlarını paylaşarak 'idealize edilmiş

ilişki sunumu' yaratma eğiliminde olmaktadır (Utz ve Breuer, 2017). Erving Goffman'ın (1956) kuramsal çerçevesi bu durumu açıklamak için uygun bir zemin sunmaktadır. Çiftlerin çevrim içi temsilleri, gerçekte yaşadıkları sorunlu 'sahne arkası' deneyimlerden ziyade, özenle seçilmiş ve kurgulanmış bir 'sahne önü' performansına dönüşmektedir. Çevrim dışı dünyada zorluklar yaşayan bir ilişkinin sosyal medyada kusursuz bir tablo olarak sunulması, bireylerin kendi duygusal deneyimlerinden uzaklaşarak yaşadıkları bağa yabancılaşmalarına neden olabilmektedir. Otantik bir bağ kurmak yerine sürekli bir imajı sürdürme çabası, hem bireysel hem de ilişkisel düzeyde sağlığı tehdit etmektedir (Michikyan vd., 2014).

İkinci temel gerilim, bağlılık motivasyonu ile dışsal onay arayışı arasındaki çelişkidir. Sosyal medya paylaşımlarının arkasında çoğu zaman yalnızca partnerle bağı güçlendirme isteği değil, aynı zamanda çevreden onay görme ve başkaları tarafından imrenilme arzusu da bulunmaktadır. Bu durum, bireyin öz-değer algısının sosyal medyadan alınan beğeni ve yorumlar gibi dışsal geri bildirimlere bağlı hale geldiği '*koşullu öz-değer*' (*contingent self-worth*) kavramı ile açıklanabilmektedir (Stefanone vd., 2011). İlişki, bireysel değer açığını kapatmaya yönelik bir araç haline geldiğinde, ilişkinin kendi içsel anlamı gölgelenebilir. Ayrıca, bir ilişkiyi özel ve kıymetli kılan temel unsurlardan biri, yalnızca çifte ait olan mahrem anlardır. Ancak bu özel anların sürekli olarak kamusal tüketim nesnesine dönüştürülmesi, onların biricikliğini ve duygusal derinliğini aşındırma riski taşımaktadır (Laurenceau vd., 2005). Böylece ilişkiye dair özel deneyimler, bireysel imajı besleyen bir gösteriye dönüşmektedir.

Son olarak, ilişkinin kamusal alanda görünürleştirilmesi, kaçınılmaz biçimde bir mahremiyet ve sınır müzakeresini gerekli kılmaktadır. Partnerlerden birinin romantik ve doğal bir jest olarak gördüğü bir paylaşım, diğeri tarafından 'fazla paylaşım' (oversharing) ya da kişisel sınırların ihlali olarak algılanabilir (Kruse vd., 2022). Çiftlerin, neyin paylaşılacağı ve neyin özel kalacağı konusunda ortak bir anlayış geliştirmeleri, ilişkisel uyum açısından kritik önemdedir. Bu müzakerelerin başarısız olması, dijital ortamda sık görülen çatışmaların ve güven sorunlarının temel sebeplerinden biridir (Onursoy vd., 2020). Aşırı paylaşım, yalnızca mahremiyet sınırlarını aşmakla kalmaz; aynı zamanda ilişkinin kendisine dair 'özel alan' hissini de zayıflatarak duygusal bağın derinliğini azaltabilmektedir. Nitekim romantik bağların güçlenmesinde önemli rol oynayan unsurlardan biri, paylaşımın sınırlı ve yalnızca çifte ait olmasıdır. Sosyal medyada sürekli sergilenen bir ilişkinin, özgünlük niteliğini kaybetme riski yüksektir. İlişkinin görünür kılınmasının ardındaki motivasyonlardan biri de yalnızca partnerle bağlılığı göstermek değil, aynı zamanda sosyal çevreden onay ve statü kazanmaktır. Araştırmalar, bireylerin sosyal medya paylaşımlarında çoğu zaman yalnızca partnerine değil, aynı zamanda takipçilerine de bir mesaj verdiklerini ve bu etkileşimin onay alma, imrenilme ya da sosyal statü kazanma ihtiyaçlarını tatmin ettiğini ortaya koymaktadır (Nesi ve Prinstein, 2015). Ancak ilişkinin bu şekilde araçsallaştırılması, ilişkinin kendisine atfedilen anlamı gölgeleyerek duygusal bağlılığı zayıflatabilir. Böylece başlangıçta bağlılığı güçlendirmeye hizmet eden bir görünürlük stratejisi, uzun vadede ilişkisel doyumu azaltıcı bir unsura dönüşebilir. Özetle, sosyal medyada ilişkinin ilan edilmesi ve görünür kılınması hem avantajlar hem de dezavantajlar taşımaktadır. Olumlu yönden bakıldığında bu durum sosyal destek algısını artırmakta, güveni pekiştirmekte ve bağlılığı güçlendirmektedir. Mahremiyet sorunları, sınır ihlalleri, idealize edilmiş ilişki sunumları ve özel anların değer kaybı gibi olumsuz sonuçlara da yol açabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya, ilişkilerin sürdürülmesinde hem birleştirici hem de yabancılaştırıcı işlev taşımaktadır.

İlişkinin Sürdürülmesi ve İletişim Dinamikleri

Sosyal medya, çiftlerin sürekli bağlantıda kalmasına imkân tanıyarak ilişki doyumunu artırma potansiyeli taşımaktadır. Özellikle uzun mesafeli ilişkilerde, anlık mesajlaşma ve görüntülü konuşma gibi araçlar, fiziksel uzaklığın yarattığı boşluğu telafi ederek duygusal yakınlığın korunmasında kritik bir rol üstlenmektedir (Billedo vd., 2020; Jiang ve Hancock, 2013). Partnerlerin birbirlerinin gönderilerine yaptıkları yorumlar ya da beğeniler, ilişkisel bakım stratejileri kapsamında değerlendirilebilecek küçük jestlerdir ve bağlılığın güçlenmesine katkı sağlayabilmektedir (Dainton ve Stokes, 2015). Ayrıca çiftlerin sosyal medya üzerinden komik içerikler paylaşmaları, eğlenceli videolar göndermeleri ya da romantik temalı paylaşımları birbirine aktarmaları, ilişkiyi besleyen gündelik mikro etkileşimler olarak işlev görmektedir. Bu süreçte partnerlerin yalnızca kendilerine ait bir dijital dil ve mizah alanı geliştirmeleri, ilişkiye özgü bir mahremiyet hissi yaratabilmekte ve duygusal bağı kuvvetlendirebilmektedir. Sosyal medya çiftlerin ilişkilerini sürdürme ve canlı tutma stratejilerine de katkı sağlayabilmektedir. Partnerler sosyal medya aracılığıyla birbirlerine yapacakları sürprizler, hediyeler veya jestler konusunda ilham alabilmekte, böylece ilişkilerine yatırım yapma motivasyonları artmaktadır. Benzer şekilde, ilişkilerinde problem yaşayan çiftler, sosyal medya üzerinden ilişki uzmanlarının önerilerini veya rol model olabilecek içerikleri takip ederek edindikleri stratejileri kendi ilişkilerine uyarlayabilmektedir. Bu tür örnekler, sosyal medyanın ilişkilerin sürdürülebilirliğine yönelik olumlu işlevlerini göstermektedir. Nitekim çiftler sosyal medyada mutsuz veya işlevsiz görünen ilişkilerle kendi ilişkilerini kıyasladıklarında, mevcut ilişkilerinin görece daha doyum verici olduğu algısını geliştirebilir ve bu da ilişki tatminlerini artırabilmektedir (Verduyn vd., 2020).

Sürekli çevrim içi olma hali, ilişkisel iletişimin niteliği açısından bir risk de taşımaktadır. Partnerlerin yüz yüze birlikte oldukları anlarda bile telefonla meşgul olmaları, ‘*phubbing*’ olarak adlandırılan olguyu doğurmakta ve bu durum partnerin kendisini değersiz, ihmal edilmiş veya duyulmamış hissetmesine yol açarak ilişki doyumunu doğrudan azaltmaktadır (Wang vd., 2021). Ayrıca, derinlemesine sohbetlerin yerini kısa mesajların ve emojielerin alması, duyguların aktarımında sınırlılıklar yaratarak yanlış anlaşılmalara ve daha uzun süren çatışmaları tetikleyebilmektedir (Coyne vd., 2011). Dijital iletişimin yüzeyselleştirme eğilimi, ilişkinin duygusal derinliğini zayıflatma riski taşımaktadır. Sosyal medya aynı zamanda kıyaslama süreçlerini yoğunlaştırarak tatmin düzeyini düşürebilmektedir. Bireyler, sosyal medyada ‘idealize edilmiş ilişkileri’ gözlemlediklerinde, kendi ilişkilerini bu temsillerle karşılaştırmakta ve bu kıyaslama sonucunda tatminsizlik yaşayabilmektedirler (Appel vd., 2016). Bu durum yalnızca ilişki kalitesi algısını değil, aynı zamanda partnerlerin birbirine yönelik beklentilerini de artırmaktadır. Sosyal medyada popüler hale gelen ilişki pratikleri (belirli restoranlara gitmek, gösterişli hediyeler almak, belirli tatil deneyimlerine sahip olmak) çiftler üzerinde normatif bir baskı yaratabilmektedir. Partnerlerden birinin bu beklentileri karşılayamaması, ilişkide yetersizlik algısını güçlendirerek tatminsizliği artırabilir. Dahası, bu tür karşılaştırmalar bireyleri, sosyal medyanın dayattığı ilişki normlarını yerine getirebilmek için maddi açıdan riskli davranışlar sergilemeye yöneltebilmektedir (Kross vd., 2021). Sonuç olarak, sosyal medya ilişkilerin sürdürülmesinde hem olumlu hem de olumsuz işlevler barındıran çift yönlü bir fenomendir. Bir yandan sürekli bağlantıda kalma, jest ve sürprizlerle ilişkiye yatırım yapma ve sosyal destek mekânizmaları yaratma gibi avantajlar sunarken; diğer yandan phubbing, iletişimde yüzeyselleştirme, kıyaslama kaynaklı tatminsizlik ve toplumsal norm baskıları gibi riskler taşımaktadır. Dolayısıyla sosyal medyanın ilişki dinamiklerindeki rolü, bağlam ve kullanım biçimleriyle yakından ilintili olmaktadır.

İlişkide Güven Algısının Şekillenmesi

Romantik ilişkilerin temel taşı olan güven, sosyal medya platformların da sorgulamaya maruz kalmaktadır. Belki de sosyal medyanın en yıkıcı potansiyeli, bu güven mekânizmasını aşındırma ve ilişkisel belirsizliği artırma kapasitesinde yatmaktadır. Platformlar, bireyleri normal koşullarda erişemeyecekleri bilgilere partnerin eski sevgilileriyle veya tanımadıkları karşı cinsle olan etkileşimlerine maruz bırakarak, kıskançlık duygularını tetikleyen verimli bir zemin yaratmaktadır (Muisse vd., 2014). Durumun temelinde sosyal medyanın doğasında bulunan ‘*bağlam çökmesi*’ (context collapse) olgusu yer almaktadır. Farklı sosyal çevrelerin (aile, arkadaşlar, eski partnerler, yeni tanışılan kişiler) aynı dijital ortamda birleşmesi, partnerin eylemlerini yorumlamayı zorlaştırarak anlam belirsizliğine yol açmaktadır (Marwick ve Boyd, 2011). Masum bir “beğeni” veya sıradan bir yorum, bu çökmüş bağlam içinde kolayca bir tehdit veya ihanet göstergesi olarak algılanabilmektedir. Bu belirsizlik, bireylerin zihinlerinde olumsuz senaryolar kurmasına yol açmakta ve onları, durumu kontrol altına alma çabasıyla partnerlerini dijital olarak gözetlemeye yöneltmektedir. ‘*Kişilerarası elektronik gözetim*’ (interpersonal electronic surveillance) olarak tanımlanan bu davranış, özellikle kaygılı bağlanma stiline sahip bireylerde başa çıkma stratejisi olarak daha yoğun gözlemlenmekte ve ilişkide güveni temelden sarsan yıkıcı bir kısır döngüye dönüşmektedir (Marshall vd., 2013). Sosyal medyanın sunduğu ulaşılabilirlik ve iletişim kolaylığı, bireylerin eski partnerleriyle yeniden temas kurmalarını veya onları çevrim içi ortamda ‘*stalk*’ etmelerini de daha muhtemel hale getirmektedir.

Sosyal medya ayrıca sadakatin sınırlarını da belirsizleştirmiştir. ‘Mikro aldatma’ (micro-cheating) kavramı, fiziksel bir sadakatsizlik içermese de partner tarafından ihanet olarak algılanabilecek davranışları gizli mesajlaşmalar, flörtöz yorumlar ya da belirli fotoğrafları beğenmek şeklinde tanımlanmaktadır (Abbasi ve Alghamdi, 2017). Bu tür eylemler, ilişkide ciddi bir güven erozyonuna yol açma potansiyeline sahiptir. Üstelik mikro aldatma, oldukça öznel bir değerlendirmeye dayandığı için çiftler arasında fikir ayrılıkları yaratabilmektedir: Bir partner için yabancı birinin fotoğrafını beğenmek ihanet anlamına gelirken, diğer partner için bu davranış tamamen sıradan görülebilir. Algı farklılıkları, iletişim çatışmalarına ve ilişkinin niteliğinde bozulmalara yol açmaktadır (Le Febvre, 2018). Mikro aldatmaya karşı alınan önlemler partnerin telefonunu sürekli kontrol etme; güven problemini çözmek yerine daha da derinleştirebilmekte, ilişkide karşılıklı gözetim ve şüphe döngüsünü beslemektedir. Öte yandan, sosyal medyada ilişkinin görünür kılınması da güven algısını etkileyen önemli bir faktördür. Partnerlerin ortak fotoğraflar paylaşması, ilişki durumunu güncellemesi veya birbirleriyle ilgili içerikler yayımlaması, dış dünyaya ‘*ilişkimiz var*’ mesajı vererek bir tür güven tazeleme işlevi görebilmektedir (Fox ve Warber, 2014; Papp vd., 2012). Kamusal sergilemeler, çiftlerin sadakatini güçlendiren sembolik göstergeler olarak işlev görebilmekte, aynı zamanda sosyal çevreden gelen onay yoluyla ilişkisel bağlılığı artırabilmektedir. Ancak bu noktada da daha önce belirtildiği üzere, görünürlüğün mahremiyetle çatıştığı durumlar ortaya çıkabilmektedir. Sonuç olarak, sosyal medya güven mekânizması üzerinde çift yönlü etkiler barındırmaktadır. Bir yandan ilişkinin görünür kılınması güven pekiştirici bir işlev içerirken, diğer yandan erişilebilirlik, gözetim davranışları ve mikro aldatma gibi olgular güveni zayıflatarak ilişkide erozyona neden olabilmektedir. Bu bağlamda güven, sosyal medya çağında yalnızca partnerler arasında inşa edilen bir duygu değil, aynı zamanda dijital pratiklerle sürekli sınanan ve yeniden müzakere edilen bir olgu haline gelmiştir.

Mükemmel Olma Baskısı

Sosyal medyanın ilişkiler üzerindeki en güçlü etkilerinden biri, temel bir insani dürtü olan sosyal karşılaştırma mekânizmasını daha önce hiç olmadığı kadar yoğun ve sürekli hale getirmesidir. Sosyal Karşılaştırma Kuramına göre (Festinger, 1954), bireyler kendi durumlarını ve yeteneklerini anlamlandırmak için başkalarıyla kıyaslama eğilimi gösterirler. Sosyal medya akışları ise bu eğilimi güçlendiren, özenle seçilmiş ve idealize edilmiş bir “en iyi anlar kolajı” (highlight reel) sunmaktadır. Çoğu zaman çiftlerin yalnızca en mutlu, estetik olarak düzenlenmiş ve kusursuz göründükleri anlardan oluşan bu vitrin, kullanıcıların kendi ilişkilerinin sıradan, gündelik veya sorunlu gerçekliğini bu idealize edilmiş anlatılarla kıyaslamasına neden olmaktadır (Appel vd., 2016; Song vd., 2021). Bu “yukarı doğru sosyal karşılaştırma” süreci, bireylerde tatminsizlik ve yetersizlik hissi yaratır. “Neden bizim ilişkimiz onlarınki kadar heyecan verici değil?” ya da “Partnerim bana neden başkaları gibi jestler yapmıyor?” gibi sorgulamalar, gerçekçi olmayan beklentileri besleyerek mevcut bağın değerini aşındırabilir. Özellikle Türkiye gibi toplulukçu kültürlerde, ilişkinin dışarıya nasıl görüldüğü ve sosyal onay alıp almadığı daha büyük bir önem taşıdığından, bu baskı daha yoğun biçimde deneyimlenmektedir (Papp vd., 2012). Buna karşılık, bireyci kültürlerde mahremiyetin korunmasına daha fazla önem verilmesi, bu etkinin görece daha sınırlı yaşanmasına yol açabilir. Paradoksal olan ise şudur: Bireyler bilişsel olarak sosyal medyada gördükleri içeriklerin özenle seçildiğinin ve gerçeğin yalnızca bir kısmını yansıttığının farkında olsalar bile, bu farkındalık duygusal etkiyi azaltmamaktadır. Kullanıcılar, bu içeriklerin kurgu ve filtrelerden oluştuğunu bilseler de kıskançlık, imrenme ve yetersizlik duygularından kaçınmakta zorlanırlar (Verduyn vd., 2017). Bu durum, bireylerin kendilerini sürekli bir değerlendirme ve eksiklik döngüsü içinde bulmalarına, dolayısıyla ilişkiye dair tatminin azalmasına yol açmaktadır (Chou ve Edge, 2012). Psikolojik baskı, somut davranışsal sonuçlar da doğurmaktadır. Çiftler, kendi özgün dinamiklerine veya imkânlarına uymasa bile, popüler olanı taklit etme eğilimi gösterebilirler. Belirli mekânlara gitmek, sosyal medyada yaygın olan pozlarda fotoğraf çekmek ya da belli hediyeler almak, samimi bir ihtiyaçtan ziyade, sergilenmesi gereken bir “performatif tüketim” davranışına dönüşebilmektedir. Sherry Turkle’in (2011) vurguladığı gibi, mükemmel bir benlik ve dolayısıyla mükemmel bir ilişki sergileme arzusu, değerli ve sevilabilir olduğunu kanıtlama çabasının bir yansımasıdır. Böylece ilişki, otantik bir bağ olmaktan uzaklaşıp bireysel onaylanma ihtiyacını karşılayan bir araca dönüşebilir. Mükemmellik baskısı, çiftler arasında çatışmalara da zemin hazırlamaktadır. “Neden biz de o otelde tatil yapmıyoruz?”, “Sen bana neden hediye almıyorsun?”, “Neden benimle böyle fotoğraflar paylaşmıyorsun?” gibi sorular, sosyal medyada sergilenen ideal ilişkilerin doğrudan ilişki içine taşınan normatif beklentilere dönüştüğünü göstermektedir. Çiftlerin beklentileri karşılanamadığında ise ilişkide hayal kırıklığı, tatminsizlik ve yabancılaşma duyguları ortaya çıkabilmektedir. İnsanoğlunun temel ihtiyaçlarından biri olan sevilme ve değerli hissetme arzusu, sosyal medya çağında çoğunlukla mükemmellik üzerinden koşullandırılmaktadır. Bu nedenle ilişkilerde de benzer bir denklemin işlediği, sevilabilir olmanın kusursuz bir çift imajı sergilemeye bağlı hale geldiği ileri sürülebilmektedir (Perloff, 2014). Sonuç olarak, sosyal medyanın yarattığı sürekli kıyaslama ortamı, yalnızca anlık moral bozukluklarıyla sınırlı değildir; aynı zamanda çiftlerin beklentilerini, davranışlarını ve nihayetinde ilişki doyumlarını derinden etkileyen yapısal bir baskı unsuruna dönüşmektedir. Sosyal medyanın ilişkilerdeki rolü, yalnızca bireysel psikoloji üzerinden değil, aynı zamanda kültürel normlar, toplumsal değerler ve kullanım biçimleriyle birlikte ele alınmalıdır.

Mahremiyet ve Sınır İhlali

Sosyal medya, çiftlere ilişkilerini görünür kılma ve çevreden sosyal destek alma imkânı sunarak bağlılık algısını güçlendirebilmektedir. Birlikte fotoğraf paylaşmak, ilişki durumunu güncellemek veya partnerle ilgili gönderilerde bulunmak, ilişkinin sembolik göstergeleri haline gelmiştir (Fox ve Warber, 2014). Bu tür ‘ikili sergileme’ (dyadic display) pratikleri, ilişkilerin toplumsal anlamda onaylanmasına katkıda bulunarak çiftin sosyal destek algısını artırabilir. Ancak, bu görünürlüğün aşırıya kaçması durumunda mahremiyetin ihlali riski ortaya çıkar. Partnerlerden birinin ilişkiye dair “fazla” paylaşım yapması, diğerinde kontrol kaybı ve sınırlarının ihlal edildiği hissini doğurabilmektedir. Madden ve diğerlerinin (2013) analiz ettiği bulguları, sosyal medya kullanımında mahremiyet sınırlarının belirsizleşmesinin çiftler arasında tartışmalara ve güven sorunlarına yol açtığını ortaya koymaktadır. Her ilişkinin sağlıklı bir şekilde yürümesi için özel alan ile kamusal alan arasında dengeli bir sınırın korunması gerekir. Sosyal medya ise bu sınırı tehlikeli biçimde bulanıklaştırabilmektedir. Partnerlerden birinin, diğerinin rızasını almadan özel bir anı, tartışmayı ya da kişisel bir fotoğrafı paylaşması (‘oversharing’), ciddi bir güven ihlali olarak algılanabilir. Hangi anların paylaşılacağı, hangilerinin ise özel kalması gerektiği konusundaki beklenti farklılıkları, çiftler arasında sık rastlanan bir çatışma nedenidir (Kruse vd., 2022). Sorunun temelinde mahremiyet ve sınırların oldukça öznel olması yatmaktadır. Ortak bir karar veya açık bir iletişim süreci işletilmediğinde, paylaşımlar bireylerden birinde tatminsizlik, güvensizlik ve yabancılaşma duygularına yol açabilmektedir. Nitekim her özel anın kamusal alanda sergilenmesi, o anların özel ve biricik değerini azaltarak ilişkinin derinliğini zedeleyebilmektedir (Laurenceau vd., 2005).

Mahremiyetin aşınmasının bir başka boyutu, sosyal karşılaştırma ve mükemmeliyet baskısıyla da ilişkilidir. Çiftler, diğer ilişkilerle kıyaslandıklarında kendi ilişkilerini daha ‘iyi’ göstermek amacıyla daha samimi ve özel anları paylaşma eğilimine girebilirler. Bu durum, kimi zaman mal varlığı gösterimleri ya da oldukça mahrem pozların paylaşılması şeklinde tezahür edebilmektedir. Dolayısıyla mükemmel bir çift imajı oluşturma çabası, mahremiyet kavramının aşınmasına yol açmakta ve ilişkinin doğallığını tehdit etmektedir (Perloff, 2014). Mahremiyetin belirsizleşmesi yalnızca psikolojik değil, hukuki sonuçlar da doğurabilmektedir. Partnerlerin birlikte oldukları süreçte çekilen fotoğraf ve videoların rıza olmaksızın paylaşılması, kişilik haklarının ihlali anlamına gelmektedir ve yasal yaptırımlara konu olabilmektedir (Madden vd., 2013). Ayrılık sonrası yaşanan dijital süreçler de bu bağlamda dikkat çekicidir. Ortak fotoğrafların silinmesi veya silinmemesi, sosyal medyadan birbirini engelleme ya da takipten çıkarma gibi davranışlar, ayrılık sürecini daha karmaşık ve duygusal olarak acı verici hale getirebilir. Daha önemlisi, ilişkinin en mahrem anlarının dijital ortamda kalıcı bir ayak izi bırakması, bireylerin gelecekteki ilişkilerini, mesleki hayatlarını ve toplumsal imajlarını da olumsuz etkileyebilmektedir (Brandtzaeg ve Lüders, 2018).

Özetle, sosyal medya ilişkilerde mahremiyetin sınırlarını yeniden müzakere etmeye zorlayan bir alan yaratmaktadır. Paylaşımlar çiftler için sembolik bir bağlılık göstergesi ve sosyal destek kaynağı olabilirken, aynı zamanda mahremiyet ihlalleri, güven kaybı, kültürel baskılar ve hatta hukuki sorunlara da yol açabilmektedir. Bu nedenle çiftlerin, dijital ortamda neyin paylaşılacağı ve neyin özel kalacağı konusunda ortak bir anlayış geliştirmeleri, ilişkisel doyumun ve güvenin korunması açısından kritik öneme sahiptir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Önceki bölümlerde sunulan bulgular, sosyal medyanın romantik ilişkiler üzerindeki etkisinin tek yönlü, doğrudan bir sebep-sonuç ilişkisi şeklinde değerlendirilemeyeceğini; aksine karmaşık ve çok boyutlu bir doğaya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Platformlar, bir yandan yeni ilişkilerin kurulmasına aracılık ederken, diğer yandan mevcut ilişkilerin sona ermesine de zemin hazırlayabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya, ilişkilerin görünmeyen veya genellikle üstü örtülen dinamiklerini görünür kılan bir tür “büyüteç” işlevi görmektedir. Ancak bu etkinin olumlu mu yoksa olumsuz mu olacağını belirleyen unsur, teknolojinin kendisi değil; bireysel farklılıklar, psikolojik dinamikler ve kültürel bağlamlar aracılığıyla nasıl yorumlandığı ve kullanıldığıdır. Filtrelerin başında bireysel farklılıklar gelmektedir. Psikolojik dinamikler, özellikle bağlanma stilleri, sosyal medya kullanımının ilişkiler üzerindeki etkisini belirleyen kilit bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Güvenli bağlanan bireylerde, sosyal medyayı ilişkilerini destekleyen ve iletişimi kolaylaştıran bir araç olarak deneyimlerken; kaygılı bağlanan bireylerin aynı platformları partnerlerini gözetlemek veya kaygılarını yatıştırmak amacıyla daha yoğun kullandıkları görülmektedir (Marshall vd., 2013). Benzer biçimde, sosyal karşılaştırma eğilimi yüksek bireyler, sosyal medyada idealize edilmiş ilişki sunumlarından daha fazla etkilenecek kendi ilişkilerinde tatminsizlik ve yetersizlik hissi yaşayabilmektedirler (Appel vd., 2016). İkinci önemli filtre, kültürel bağlamdır. Kültürün bireylerin davranış kalıpları üzerindeki etkisi göz ardı edilemez. Sosyal medya kullanımına ilişkin bulguları evrensel olarak değerlendirmek, önemli bir metodolojik hata olacaktır. Araştırmalar göstermektedir ki bireyci kültürlerde mahremiyetin korunması öncelik taşırken, Türkiye gibi toplulukçu kültürlerde ilişkinin sosyal medyada görünür kılınması, bağlılığın önemli bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Hooi vd., 2023; Papp vd., 2012).

Son yıllarda sosyal medya araştırmalarında dikkat çeken bir diğer gelişme, tartışmaların odağının “ne kadar kullanıldığı” sorusundan “nasıl kullanıldığı” sorusuna kaymasıdır. Yang’ın (2020) meta-analizi, sosyal medya kullanım süresi ile ilişki doyumu arasında negatif bir ilişki bulunduğunu; ancak kullanımın amacı “ilişkisel bakım” (partnerle doğrudan iletişim, destekleyici yorumlar) olduğunda bu ilişkinin pozitif yönde seyrettiğini göstermiştir. Benzer şekilde, Arslan ve Balkis’in (2020) Türkiye’deki üniversite öğrencileriyle yaptıkları araştırmada, kullanım süresinin kıskançlığı artırdığı; fakat partnerle yapılan ortak paylaşımların ilişki memnuniyetini yükselttiği bulunmuştur. Bu bulgular, pasif ve karşılaştırma odaklı tüketim (yalnızca “scrolling” yapmak) ile aktif ve ilişki odaklı kullanım arasındaki farkın kritik olduğunu vurgulamaktadır (Valkenburg vd., 2021). Ayrıca sosyal medya bağımlılığı düzeyine varan patolojik kullanımın, romantik ilişkilerde çatışmaları ve doyumsuzluğu artırdığına ilişkin kanıtlar da giderek artmaktadır (Andreassen vd., 2017).

Tüm bu bulgular bir arada değerlendirildiğinde, sosyal medyanın romantik ilişkileri dönüştüren güçlü bir toplumsal fenomen olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu dönüşüm ne tamamen olumlu ne de tamamen olumsuzdur; bunun yerine, çiftlere hem yeni fırsatlar hem de yeni sorumluluklar yüklemektedir. Dolayısıyla dijital çağda sağlıklı ilişkiler sürdürebilmek, bilinçli, proaktif ve kültürel bağlamı dikkate alan bir çaba gerektirmektedir. Gösterilen çabanın temelini ise bazı pratik stratejiler oluşturmaktadır: *Açık İletişim ve Dijital Sınırların Müzakeresi*: Çiftlerin, dijital sadakat ve sınırlar konusunda varsayımlara dayalı hareket etmek yerine, bu konuları açıkça müzakere etmeleri önemlidir. Hangi paylaşımların uygun olduğu, eski partnerlerle dijital arkadaşlığın sınırları veya birlikte geçirilen zamanlarda telefonsuz vakit yaratma gibi konular, adeta bir “ilişki sözleşmesi” çerçevesinde önceden konuşulmalıdır. Tür sınırların belirlenmesi, olası yanlış

anlamaları ve çatışmaları önemli ölçüde azaltabilmektedir. *Terapötik Müdahaleler:* Sosyal medya kaynaklı çatışmalar, modern çift terapilerinin artık ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Terapistlerin, seanslarda çiftlerin sosyal medya alışkanlıklarını, bu alışkanlıkların altında yatan bağlanma ihtiyaçlarını ve mahremiyle arklılarını ele almaları kritik bir önem taşımaktadır (Hertlein ve Blumer, 2014). *Bilinçli Kullanım ve Çevrim dışı Yatırım:* Çiftlerin sosyal medyayı pasif bir tüketim alanı olmaktan çıkarıp, ilişkilerini besleyen aktif bir araç olarak değerlendirmeleri teşvik edilmelidir. Bununla birlikte, en değerli yatırımın her zaman çevrim dışı dünyaya yapılması gerektiği unutulmamalıdır. Dijital anılar kıymetli olsa da, hiçbir teknoloji bölünmemiş dikkat ve samimiyetle paylaşılan yüz yüze deneyimlerin yerini alamaz. Sonuç olarak, dijital çağda romantik ilişki sürdürmenin anahtarı, teknolojiyi bir kaçış aracı değil, gerçek dünyadaki bağı zenginleştiren tamamlayıcı bir unsur olarak kullanabilme becerisinde yatmaktadır. Bu da, parmaklarımızın ucundaki dijital evren ile karşımızdaki insanın gözlerinin içine bakarak kurduğumuz otantik bağ arasındaki hassas dengeyi bulmayı gerektirmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbasi, I. S., ve Alghamdi, N. G. (2017). When Flirting Turns Into Infidelity: The Facebook Dilemma. *The Family Journal*, 25(2), 94–100.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., ve Griffiths, M. D. (2017). The Relationship Between Addictive Use Of Social Media, Narcissism, And Self-Esteem: Findings From A Large National Survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293.
- Appel, H., Gerlach, A. L., ve Crusius, J. (2016). The Interplay Between Facebook Use, Social Comparison, Envy, And Depression. *Current Opinion In Psychology*, 9, 44–49.
- Arslan, G., ve Balkis, M. (2020). The Relationship Between Social Media Use, Jealousy, And Relationship Satisfaction Among Turkish University Students. *Journal Of Human Sciences*, 17(2), 380–395.
- Baym, N. K. (2015). *Personal Connections In The Digital Age* (2nd Ed.). Polity Press.
- Berger, C. R., ve Calabrese, R. J. (1975). Some Explorations In Initial Interaction And Beyond: Toward A Developmental Theory Of Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99–112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>
- Billedo, C. J., Kerkhof, P., ve Finkenauer, C. (2020). Long-Distance Dating Relationships And Social Media: The Role Of Communication And Comparison Processes. *Journal Of Social And Personal Relationships*, 37(5), 1382–1402.
- Boyd, D. M., ve Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Brandtzaeg, P. B., ve Lüders, M. (2018). Time Collapse In Social Media: Extending The Context Collapse. *Social Media + Society*, 4(1), 1–12.
- Chotpitayasunondh, V., ve Douglas, K. M. (2018). The effects of "phubbing" on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304–316.
- Chou, H. T. G., ve Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Coyne, S. M., Stockdale, L., Busby, D., Iverson, B., ve Grant, D. M. (2011). "I Luv U :)!": A Descriptive Study Of The Media Use Of Individuals In Romantic Relationships. *Family Relations*, 60(2), 150–162. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2010.00639.x>
- Dainton, M., ve Stokes, A. (2015). College Students' Romantic Relationships On Facebook: Linking The Gratifications Of Use To Facebook Relational Maintenance. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 18(4), 180–187.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. We Are Social ve Meltwater.
- Festinger, L. (1954). A Theory Of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117.
- Fox, J., ve Warber, K. M. (2014). Social networking sites in romantic relationships: Attachment, uncertainty, and partner surveillance on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(1), 3–7. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0667>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday Anchor.
- Hertlein, K. M., ve Blumer, M. L. C. (2014). *The Couple And Family Technology Framework: Intimate Relationships In A Digital Age*. Routledge.
- Hooi, C. Y., Omar, S. Z., ve Kamaluddin, M. R. (2023). Posting Couple Pictures On Social Media: The Role Of Relationship Visibility, Satisfaction And Cultural Background. *Journal Of Social And Personal Relationships*, 40(4), 1185–1205.
- Jiang, L. C., ve Hancock, J. T. (2013). Absence Makes The Communication Grow Fonder: Geographic Separation, Interpersonal Media, And Intimacy In Dating Relationships. *Journal Of Communication*, 63(3), 556–577. <https://doi.org/10.1111/jcom.12029>
- Kruse, L. M., Abbott, J., ve Gibbs, J. L. (2022). Oversharing And Relational Tensions: Managing Privacy Boundaries In Romantic Relationships Online. *Journal Of Social And Personal Relationships*, 39(4), 1011–1030.
- Laurenceau, J. P., Barrett, L. F., ve Rovine, M. J. (2005). The Interpersonal Process Model Of Intimacy In Marriage: A Daily-Diary And Multilevel Modeling Approach. *Journal Of Family Psychology*, 19(2), 314–323. <https://doi.org/10.1037/0893-3200.19.2.314>
- Madden, M., Lenhart, A., ve Duggan, M. (2013). *Teens And Technology 2013*. Pew Research Center. Retrieved From <https://www.pewresearch.org/internet/2013/03/13/teens-and-technology-2013/>
- Marshall, T. C., Bejanyan, K., Di Castro, G., ve Lee, R. A. (2013). Attachment Styles As Predictors Of Facebook-Related Jealousy And Surveillance In Romantic Relationships. *Personality And Individual Differences*, 55(5), 560–566.
- Michikyan, M., Dennis, J., ve Subrahmanyam, K. (2014). Can You Tell Who I Am? Neuroticism, Extraversion, And Online Self-Presentation Among Young Adults. *Computers In Human Behavior*, 33, 179–183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Muise, A., Christofides, E., ve Desmarais, S. (2009). More Information Than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out The Green-Eyed Monster Of Jealousy? *Cyberpsychology ve Behavior*, 12(4), 441–444. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0263>
- Muise, A., Christofides, E., ve Desmarais, S. (2014). "Creeping" Or Just Information Seeking? Understanding Facebook Surveillance In Romantic Relationships. *Personal Relationships*, 21(3), 357–367. <https://doi.org/10.1111/pere.12036>
- Marwick, A. E., ve Boyd, D. (2011). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, And The Imagined Audience. *New Media ve Society*, 13(1), 114–133.
- Nesi, J., ve Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media For Social Comparison And Feedback-Seeking: Gender And Popularity Moderate Associations With Depressive Symptoms. *Journal Of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438.
- Onursoy, S., Turan, E. A., Yeşilyurt, S., ve Astam, F. K. (2020). Yalan Habere Karşı Tutum Ve Davranışlar: Üç Üniversite Örneğinde Durum Araştırması. *Türk Kütüphaneciliği*, 34(3), 485–508.
- Papp, L. M., Danielewicz, J., ve Cayemberg, C. (2012). "Are We Facebook Official?" Implications Of Dating Partners' Facebook Use And Profiles For Intimate Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 15(2), 85–90.
- Perloff, R. M. (2014). Social Media Effects On Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives And An Agenda For Research. *Sex Roles*, 71(11–12), 363–377.
- Song, H., Grzywacz, J. G., ve Qian, X. (2021). Social Comparison On Social Networking Sites, Social Anxiety, And Depressive Symptoms Among Young Adults. *Journal Of Affective Disorders*, 281, 164–173. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.12.005>
- Statista. (2023). *Social Media Usage In Turkey – Statistics ve Facts*.
- Stefanone, M. A., Lackaff, D., ve Rosen, D. (2011). Contingencies Of Self-Worth And Social-Networking-Site Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 14(1,2), 49.
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., ve Ligtenberg, L. (2017). Love Me Tinder: Untangling Emerging Adults' Motivations For Using The Dating Application Tinder. *Telematics And Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More From Technology And Less From Each Other*. New York, NY: Basic Books.

- Utz, S., ve Beukeboom, C. J. (2011). The Role Of Social Network Sites İn Romantic Relationships: Effects On Jealousy And Relationship Happiness. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 511–527.
- Utz, S., ve Breuer, J. (2017). The Relationship Between Use Of Social Network Sites, Online Social Support, And Well-Being: Results From A Six-Wave Longitudinal Study. *Journal Of Media Psychology*, 29(3), 115–125.
- Valkenburg, P. M., Beyens, I., ve Pouwels, J. L. (2021). Social Media Use And Adolescents' Well-Being: Developing A Typology Of Person-Specific Effect Patterns. *Communication Research*, 48(2), 213-236.
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., ... ve Kross, E. (2017). Passive Facebook Usage Undermines Affective Well-Being: Experimental And Longitudinal Evidence. *Journal Of Experimental Psychology: General*, 146(2), 267–283.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., ve Kross, E. (2020). Do Social Network Sites Enhance Or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues And Policy Review*, 14(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Wang, X., Xie, X., Wang, Y., Wang, P., ve Lei, L. (2021). Partner Phubbing And Relationship Satisfaction: Self-Esteem And Communication As Moderators. *Computers İn Human Behavior*, 114.
- Yang, C. C. (2020). Instagram Use, Loneliness, And Social Comparison Orientation: Interact And Predict Adolescents' Depressive Symptoms. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 23(10), 697-702.

ALTINCI BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE BAĞIMLILIK

Ömer ÜN*

GİRİŞ

1765 yılında İngiliz mekânîkçi Thomas Newcomen su buharı ile pistonların hareket etmesini sağlayan makineyi icat etmiştir. Makine kısa bir zaman sonra bozulunca İskoç mühendis James Watt tamir ederek sanayi alanında kullanılması için piyasaya sürmüştür. 1700'lü yıllarda gerçekleştirilen mühendislik başarısı uzun yıllar devam edebilecek bir toplumsal dönüşümü başlatmıştır. Buhar makinesi, sadece sanayiye geliştirmek ile kalmamış var olan sosyoekonomik yapıyı değiştirmiştir. Tarım ile ilgilenen insanlar sanayi alanına yönelmiştir. Böylece köylerde yaşayanlar, yaşadıkları toprağı bırakarak kitleler halinde şehirlere göç etmiştir. Ulaşım ve demir çelik sanayisinde yeni atılımlar gerçekleşmektedir. İnsanların yeni düzene ayak uydurmasıyla yeni toplumsal sınıflar ortaya çıkmıştır. Yeni toplumsal sınıfların ortaya çıkmasıyla hak ve özgürlük arayışları yeni ticari ilişkileri doğurmuştur. Buhar makinesi, Endüstri Devrimi'nin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Tarih benzer ve eskimiş yeniliklerin sonuçları ile dolu olsa da insanoğlu halen önemsiz gelişmelerden, önemli sonuçlar çıkarmak ile ilgili temkinli davranmaktadır. Harvard Üniversitesi'nin gösterişli yurt odasında Mark Zuckerberg'in uğraşlarının bütün dünyayı çevreleyen küresel sosyal ağına dönüşeceği o yıllarda hayal bile edilememiştir. Fakat Mark Zuckerberg'in sosyal medyası insanlar tarafından yaygın kullanılır hale gelmiştir (Kara, 2013).

20.yy'ın son çeyreğinde meydana gelen teknolojik gelişmeler insanların iletişim biçimlerini ve gündelik yaşam stratejilerini değiştirmiştir. Önceden yüz yüze iletişim ön planda iken, internet teknolojisi ve sosyal medya ile çevrim içi iletişim önemli hale gelmiştir. Sosyal medya, sadece iletişim şeklini değiştirmemiştir. Aynı zamanda öğrenme sürecini de etkilemektedir (Öztürk ve Talas, 2015). Sosyal medyanın faydaları olduğu gibi bağımlılık benzeri zararları bulunmaktadır. Sosyal medyanın birey tarafından aşırı şekilde kullanımı sonucunda bağımlılık oluşabilmektedir. Sosyal medya ve bağımlılık ilişkisi paralel bir biçimde gelişmektedir. Bu çalışmada sosyal medya ve bağımlılık kavramı incelenerek sosyal medyanın bağımlılık ile ilgili ilişkisi anlatılmıştır. Kumar ve alkol bağımlılığı, uyuşturucu bağımlılığı, internet ve oyun bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi bağımlılıklar ana hatları ile incelenmiştir.

Sosyal Medya Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Yaratılışı gereği sosyal özellikler barındıran insanoğlu yeryüzünde egemen olduğu ilk çağlardan beri gündelik ihtiyaçlarını karşılamak için iletişime geçmiştir. Nüfusun artması, insanların toplumsallaşması ve farklı kültürlerin etkileşimiyle birlikte iletişim toplumsal ilişkilerde önemli bir unsur haline gelmiştir (Yaşar, 2020). Sosyal medya kavramını ilk kez Chris Shipley kullanmıştır. Shipley'e göre yeni medya çevrim içi olarak karşılıklı bilgi aktarımını sağlayan blog siteleri ve sosyalleşmeyi amaçlayan web sitelerinin bütün halini oluşturmaktadır (Newson vd., 2008). Sosyal

* İletişim Uzmanı, omerun58@gmail.com

medya, kullanıcılarının dijital teknolojiler aracılığıyla sosyalleştikleri uygulamaların tamamını temsil eden kavramdır (Boyd, 2008). İnsanların dijital ağlarda birbirleriyle gerçekleştirdikleri sohbetler ve yaptıkları paylaşımlar sosyal medyayı meydana getirmektedir. Sosyal ağlar, bloglar ve anlık mesajlaşma olanağı sağlayan mobil veya web uygulamalarının getirdikleri imkânlar sayesinde insanlar artık ilgilendikleri içeriklere kolay bir şekilde ulaşmaya başlamıştır (Öztürk ve Talas, 2015). Sosyal medya, insanlara tanıdıkları ve tanımadıkları kişilerle iletişime geçme olanağı sağlamıştır. Aynı zaman zarfında binlerce insan dijital ortam sayesinde mesaj ve fotoğraf paylaşımı yapar hale gelmiştir. Bu sebeple artık insanlar yüz yüze iletişimden daha çok çevrim içi iletişimi kullanmaya başlamıştır. Dijitalleşme ile ortaya çıkan yeni medya araçları içerisinde bilgisayar oyunları, CD romlar, internet siteleri, bloglar, karşılıklı etkileşimi öngören televizyon gibi araçlar sayılmaktadır. Facebook, X, Instagram, YouTube sosyal medya olarak kabul edilmektedir. Sosyal medya, güncellemeler sayesinde her zaman yeni kalmaktadır (Öztürk, 2015). Sosyal medya, fikirlerin paylaşıldığı, insanların birbirleri ile iletişime geçtiği, bireysel içeriklerin üretildiği ve tüketildiği, herkesin eşit ve özgür bir şekilde varlık gösterebileceği ortak bir platformdur (Vardarlier ve Eren, 2013). Sosyal medya uygulamalarında içerikler bireyler tarafından belirlenir. İçerik üreticileri genellikle, izleyici kitlenin ilgisini çekecek konularda medya içeriği üretirler (Vardarlier ve Zafer, 2019). İnsanlık tarihi dönemlere ayrılırken, küresel gelişmeler ve bu gelişmelerin olumlu veya olumsuz sonuçları ele alınmaktadır. 1789 yılında gerçekleşen Fransız İhtilali, kilisenin hegemonyasını ve skolastik düşüncüyü yıkıma uğratmıştır. 1760 yılında meydana gelen Sanayi Devrimi, yeni teknolojik gelişmelere kapı aralamıştır. 20. yy'ın son evresinde kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve internetin ortaya çıkmasıyla geleneksel iletişime göre daha farklı olan sosyal medya ortaya çıkmıştır. Sosyal medya, ortaya çıktığı yıllardan itibaren insanların yaşamında aktif bir rol oynamıştır. Bireyler gün içerisinde yaşadıkları her anı sosyal medyada paylaşabilmektedir. Böylece kendilerinden başkaları ile etkileşim halinde olmaktadırlar. İnsanların bu şekilde ihtiyaçlarını sosyal medya aracılığıyla karşılaması ekran sürelerini ve bağımlılık düzeylerini arttırmaktadır (Güzel, 2020). 20. yy. ile tecrübe edilen teknolojik faaliyetler kitle iletişim araçlarının gelişmesinde etkili olmuştur. Bilgisayar ve internet teknolojisinin gelişim göstermesi ve yaygınlık kazanması sosyal medyanın ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Sosyoekonomik ve kültürel gelişmeler bireylerin sosyal medyada aktif ve hızlı bir biçimde var olmasına aracı olmuştur (Yurdakul, 2016). 1960'lı yıllarda McLuhan'ın küresel köy olarak atfettiği yenedünya düzeni 21.yy'da sosyal medya kavramının yaygınlık kazanması ile farklı bir dönüm noktasına ulaşmıştır. İnsanlığın iletişim tarihindeki en önemli dönüm noktası Web 2.0'in ortaya çıkmasıdır. İletişimde etkileşimin önemli hale gelmesiyle dijital mecralarda sadece izleyici konumunda olan bireyler bu gelişmeyle içerik üreticisi olmuştur (Kırık ve Saltık, 2017). Sosyal medya tabanlı uygulamaların sıklıkla kullanılması gösteri olgusunun dijital teknolojide yer bulmasını sağlamıştır (Öc, 2023). Sosyal medya, Web 2.0'in gelişmesiyle farklı bir boyut kazanmıştır Sosyal medyada içerik üreticileri etkileşim halinde oldukları kullanıcılara, kendilerini gösterme olanağına sahip olmuşlardır. Beğenilmek, takip edilmek, fan oluşturmak gibi sıra dışı davranışlar normalleştirilerek dijital mecra da sunulmaya başlanmıştır. Sosyal medyada popüler hale gelen ünlüler hitap ettiği kitleyi kalıcı hale getirmek amacıyla daha çok şiddet unsuru paylaşmaktadır. Böylece şiddetin meşrulaştırılması sağlanmıştır (Yıldırım, 2021).

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyanın geniş bir ölçekte kullanım oranının arttığı dijital çağda tartışma konusu olmuştur. Sosyal medya kavramının detaylı bir şekilde anlaşılması için Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı'na değinmek gerekmektedir. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı diğer kuramlara göre bireyin daha çok aktif olması gerektiğini savunmaktadır. Bu kuramda kitle

iletişim araçları ve içerik tercihi bireylerin istekleri doğrultusunda değişiklik göstermektedir (Aktan, 2018). İletişim ile ilgili çalışmalar 1950 ve 1960'lı yıllara kadar plansız bir biçimde yapılmıştır. Bu yapılan çalışmalar bütün haline getirilip, disiplin olma yoluna girince çalışmalar kitle iletişim araçlarına yönelmiştir (Mencik ve Çalışkan, 2015). Web 2.0'ın sistemi sosyal medyayı kullananlara içerik üretip, ürettiği içeriği yayımlama olanağı sunmaktadır. İçerik üreticilerinin, yayın için kullandığı araçlar Instagram, Bloglar ve TikTok gibi kısa ve uzun medya içeriği üretilebilen sosyal medyalardır. Sosyal medyada zaman ve mekân sınırı olmadığı için çift yönlü bir iletişim ön plana çıkmaktadır (Akyol, 2015). Sosyal medya dili, günlük konuşma diline yeni kelimeler ve kavramlar kazandırmaktadır. Bu kavramlar genellikle Türkçe ve İngilizce olmaktadır. Sosyal medyada hâkim olan dil, konuşma dilinden bağımsızdır. Platformlarda tweet at, tweet gönder ve mesaj at gibi konumlandırıcı ifadeler sadece X gibi sosyal medyaya özgüdür. Yeni medyada yer bulan ikon, indeks ve semboller Türkçe veya İngilizce olarak ifade edilmektedir (Oğuz, 2012). Sosyal medya, modernizm karşıtı dünyada toplumsal hayatın en önemli araçlarından birisi haline gelerek insanların sosyalleşmesini sağlamaktadır. Sosyal medya sadece insanların diğer insanlarla iletişimini kurmakla kalmaz, oyun, eğlence ve bilgi edinme gibi işlevleri de barındırmaktadır (Oyman, 2016).

Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları

Bireyler internete erişmek amacıyla %85,6 oranında akıllı telefonlar kullanmaktadır. %49,9'u internete, sosyal medyaya erişmek amacıyla girmektedir. En çok kullanılan sosyal medya %47,6 ile Instagram'dır. %87,4'ü internete kablosuz ağ yoluyla erişmektedir. Dijital ortamda 6 saatten fazla kalanların oranı ise %18,8 olmaktadır. Dijital ağ kullanıcılarının karşılaştığı en önemli sorun reklamlar ve internetin yavaş olmasıdır. Evlerinde internet bağlantısı olanların yüzdesi %82,5'tir. Bu oran internetin yaygınlaştığını göstermiştir. İnternetin olmadığı bir hayatı boş görenlerin yüzdesi %44,2'dir. İnternet uğruna uykusundan vazgeçenlerin oranı %34,4 olmaktadır. Oran ise çoğu bireyin geceleri uykusuz kaldığını göstermiştir. Ailesi ve yakın gördüğü kişilerin yanında internetten ödün vermeyenlerin oranı ise %54,9 olmaktadır. Bu veri ise aile içi iletişimin kısıtlandığını ve bireyin yalnızlığa sürüklendiği gerçeğini göstermektedir. Kendilerini internet bağımlısı olarak tanımlayan kişilerin yüzdesi ise %36,1'dir. İnterneti kontrolsüz bir biçimde kullandığını dile getirenlerin oranı ise %43,7'dir (Topal vd., 2018).

TÜİK'in 2025 yılına ait verilerine göre Türkiye'nin %90,9'u internet kullanmaktadır. %86,6'sı WhatsApp, %72,9'u YouTube, %68,1'i Instagram kullanmaktadır. Aktif ve günlük sosyal medya kullanımları ortalama 2 saat 46 dakika olarak bulunmuştur Sosyal medya kullanımında yaş dağılımı ise 18-34 olmaktadır (TÜİK, 2025). Sosyal medya farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Bu amaçlardan en önemlisi iletişim ve haberleşmedir. İletişim, sosyal medyanın en temel amacı konumundadır. Sosyal medya, bireyleri veya toplulukları coğrafya, dil, din, ırk ve cinsiyet ayrımı gözetmeden aynı platformda bulundurmaktadır. Dünyanın bir ucundan, diğer bir ucuna iletişimin kesintisiz sağlanmasına aracı olmaktadır (Perdew, 2014). Sosyal medyanın kullanım alanlarında fotoğrafçılık en başta gelmektedir. Bireyler sosyal medya sayesinde ilgi çekici içerikler üreterek, influencer olma yolunda ilerlemektedir (Güzel, 2020). Sosyal medya, bireylere sosyalleşebilecekleri ortak bir sanal ağ sunmaktadır. Sosyal medya araçları bireylere bilgi edinmek, edindikleri bilgileri paylaşma ve etkileşimde bulunma imkânı sunmaktadır. Bireyler yeni medyayı sadece bu doyumları sağlamak için kullanmamaktadır. Yalnızlıklarını gidermek için de kullanmaktadır (Yıldırım ve İpek, 2020). Sosyal medya diğer alanlarda olduğu gibi ticari hayatta da yer bulmaktadır. Üreticiler, ürünlerini pazarlamak amacıyla sosyal medyada reklam yapmaktadır. Reklamları ilgi çekici bulan tüketiciler

bu sayede istediği ürüne fazla zaman kaybetmeden ulaşmaktadır. Sosyal medya fenomenleri ticari ürünlerin tanıtımında başrol oynamaktadır. Bireyler hayran oldukları sosyal medya fenomenlerinin kullandığı veya tanıttığı ürünleri sorgulamadan, içeriğine bakmadan kullanabilmektedir. Bu varsayım sosyal medyada oluşturulan fenomen olgusunun güçlü bir yapıda olduğunu göstermektedir.

Yaygın Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Facebook, Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuştur. Facebook, kullanıcılarına dijital ağlar üzerinden yeni arkadaşlar edinmeyi sağlayan ve mevcut arkadaşlar ile bilgi paylaşımını amaçlayan sosyal medyadır. Facebook, bireyler arasında güçlü iletişim bağı kurarken, kitleleri harekete geçirme konusunda profesyonel bir faaliyet yürütmektedir. Aynı zamanda Facebook kullanıcılarına sosyalleşme, eğlenme, gündemi takip etme gibi imkânlar tanımaktadır. Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kullanıcılara fotoğraf paylaşma ve sosyalleşme imkânı sağlamak amacıyla 2010 yılında kurulmuştur. Twitter, İngilizcede kuş cıvıltısı anlamına gelir. Jack Dorsey, 2006 yılında Twitter'ı kurmuştur. Diğer sosyal medyalardan farklı olarak Twitter'da 140 karakterden oluşan bilgi paylaşımları söz konusu olmaktadır. Hızlı mesaj aktarımı sebebiyle en etkin kullanılan sosyal medya aracı haline gelmiştir. Twitter, Amerikan Başkanlık seçiminde Barack Obama tarafından seçim kampanyası amacıyla kullanılmıştır. YouTube, insanların video paylaşmasına ve izlemesine izin veren sosyal medyadır. 2007 yılında İngiltere Kraliçesi Kraliyet Kanalı "The Royal Channel" 'i kurmuştur. 2011 yılında Kraliyet Düğünü Prens William ve Catherine Middleton'un nikah töreni Youtube yayını üzerinden 188 ülkede canlı olarak izlenmiştir. LinkedIn, 2003 yılında iletişim ağı olarak kurulmuştur. Bu sosyal medyada bireyler eğitim düzeylerini, iş deneyimleri, bilgi ve tecrübelerini paylaşabilmektedir (Uluç ve Yarcı, 2017). Günlük sosyal medya kullanım verilerine göre WhatsApp %83,2, Facebook %64,1, YouTube %63,7, Line %62,9, Tiktok %61,7, Instagram %61,6, Twitter %42,2 (Dijital Küresel Görünüm Raporu, 2024).

Sosyal Medyanın Avantaj ve Dezavantajları

Sosyal medya, geleneksel medyaya göre hızlı ve anlıktır. Kullanıcılar kendi içeriklerini oluşturup, yayımlayabilmektedir. Sosyal medya ucuzdur, Facebook ve X gibi sosyal medya platformlarında hesap oluşturmak ücretsizdir. Sosyal medya, çift yönlü iletişim sağlamaktadır. Sosyal medya, bireylerin sadece medya içeriğini tüketen olmaktan, çıkarıp hem içerik üreten hem de tüketen kişiler olmasını sağlamaktadır. Sosyal medya kullanıcılara içerik seçimi hakkında özgürlük sunmaktadır. Fenomenlerin ve siyasi figürlerin mesajları herhangi bir kısıtlama olmaksızın sıradan vatandaşlara ulaşmaktadır (Öztürk ve Talas, 2015). Bireyler sosyal medya sayesinde siyasi düşünce veya fikirlerini kolaylıkla beyan eder hale gelmiştir. İçerik çözümleme ve teknolojik bilgi sağlamıştır. Sağlık, cinsellik ve eğitim gibi bilgilerin öğrenilmesini kolaylaştırmıştır. Kariyer düşüncesini geliştirilen gruplara kolay girilmesini sağlamıştır. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla işletmeler çalışan arama ilanını sosyal medyada vermeye başlamıştır. Böylece iş bulma açısından sosyal medyanın varlığı avantajlı olmuştur. Sosyal medya sayesinde çevrim içi evrak paylaşımı da kolay hale gelmiştir. Sosyal medyada yer alan oyunlar sayesinde bireyler, birbirlerinden uzak şehirlerde olmasına rağmen sosyalleşme olanağına sahip olmuştur. Ayrıca eğitim bilgilerine uzaktan erişim imkânı da sunmaktadır (Çiftçi, 2018).

Sosyal medyada, bilgiler hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Yeni medya sayesinde olumlu veya olumsuz yöndeki haberler hızlı şekilde duyulmaktadır. Sosyal medyada faaliyet yürütmek için

sürekli aktif olmak gerekmektedir (Öztürk ve Talas, 2015). İnsanlara ait kişisel bilgiler üçüncü kişiler ile paylaşılabılır. Gerçekçilikten uzak, sanal kimlikler kullanılarak sahte hesaplar açılarak insanların dolandırılması mümkündür. Sosyal medyanın diğer bir dezavantajı siber suçların yaygınlaşmasıdır. Sosyal medyada dolaşıma giren her bilgi doğru değildir, manipülasyon ve dezenformasyona sebep olabilmektedir. Yoğun sosyal medya kullanımında bireylerde psikolojik ve kişisel sebepli problemler meydana gelebilir (Gül, 2021). Sosyal medya uygulamaları bireylere hızlı ve akıcı şekilde haber ulaştırmasına karşın, teknolojiyi kullanma açısından dezavantajlı durumda olan taraflar arasında dijital bir eşitsizliğe sebep olmaktadır.

Sosyal medyanın olumsuz yönleri veya dezavantajları bulunmaktadır. Gençlerin siber zorbalığa uğraması, kişisel bilgilerin veya fotoğrafların çalınması ihtimali, sosyal medya alışkanlığının sürekli hale gelmesi sonucunda bağımlılığa dönüşmesi bir gerçektir (Pınarbaşı ve Astam, 2020). Bu konudaki araştırmalardan bireylerin günlük hayat sırasında oldukları gibi değil olmak istediği gibi gösterdiği sonucu çıkmıştır. Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere’de sosyal medya kullanıcılarının %40’tan fazlası, 2020 yılının son çeyreğinde hayatlarında gerçek olmayan görüntülerin yayılması hakkında daha az baskı hissettiklerini dile getirmektedir. Bireylerin bu şekilde davranmasının sebebi bütün insanlığın aynı gemide olduğundan dolayı yardımlaşma zemininin oluşmasıdır. Kullanıcılar kendileri, pandemiden etkilendiklerini ve verdikleri mücadeleyi diğer kullanıcılar ile paylaşıırken mutlu hissetmektedir (Uslu, 2021). Sosyal medyanın avantaj ve dezavantajları sosyal medya bağımlılığı açısından önemli görülmektedir. Çünkü bağımlılığın sebepleri ve sonuçları sosyal medyanın avantaj ve dezavantajlarına göre belli olmaktadır.

Bağımlılık Kavramı

Türk Dil Kurumu’na göre bağımlılık, bağımlı olma ve tabiiyet anlamına gelmektedir (TDK, 2025). Bağımlılık süreci madde kullanımıyla başlar, bu süreçten sonra bağımlılık dereceleri arttığı için bireyler hayatlarını devam ettirme konusunda zorluk yaşamaktadır (Akkaş, 2019). Teknolojik bağımlılık ise bilgisayar veya akıllı telefon gibi cihazların bireyler tarafından fazla kullanılması anlamına gelmektedir. Bağımlılığın bu şekilde gerçekleşmesi bireyleri psikolojik, bedensel ve toplumsal yönde olumsuz etkilemektedir (Güney, 2017).

Bir olguya ve davranışa düşkün olma anlamına gelen bağımlılık alkol ve sigara gibi alışkanlık olarak değerlendirilmektedir. Bağımlılık türlerine kumar, egzersiz, yeme içme ve uyuma gibi alışkanlıklarda dâhil olmuştur. Bağımlılık sadece bunlardan ibaret değil, teknolojiye düşkünlük de bağımlılık olarak yer almaktadır (Ektiricioğlu vd., 2020). Bireyler, yaşadıkları süreçte geçmişte tecrübe ettikleri olumsuz olayları bastırmak için herhangi bir maddeye veya davranışa tutunarak olumsuz ruh halinden çıkmak istemektedir. Herhangi bir şeye bağımlı olması psikolojik, fiziksel ve ruhsal açıdan olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır (Gül, 2023). Bağımlılık, devamlı bir eylemdir. İlk başta bireyin talebi ve arzusu ile başlarken, daha sonra yoğunluğu arttıkça bireyin bağımsızlığını kaybetmesine sebep olmaktadır (Yıldırım vd., 2011). Bağımlı oldukları madde veya davranışlar bireylerin beden ve ruh sağlığında etkili olduğu tahribatlar bağımlı olunan kişi tarafından fark edilse bile bağımlılıktan vazgeçmez. Sürekli olarak o maddenin veya davranışın yoksunluğunu hissetmektedir (Yalçın, 2021).

Bireyler bağımlılık faaliyetlerini ihtiyaçlarını gidermek için kullanmaktadır. Bağımlılığın en çok gerçekleştiği ortam medyadır. Bireyler medyada içerik tüketerek bağımlı birey haline gelmektedir. Bağımlılık, ilerleyen süreçlerde dijital obeziteye yol açmaktadır. Birey var olduğu topluma

yabancılaşmaya başlamaktadır (Bayrak ve Cihan, 2021). Egger ve Rauterberg'e göre bağımlılık herhangi bir şeyi güçlü bir biçimde arzu ederek ondan medet umma anlamına gelmektedir. İngilizce kaynaklarda bağımlılık *addiction ve dependence* olarak açıklanıp, belirli davranışı veya maddeyi kullanmaktan vazgeçememek anlamına gelmektedir (Egger ve Rauterberg, 1996). Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından 1994'te yayımlanan, DSM-IV'de internet bağımlılığı hastalık olarak geçmektedir. Bu tanımla birlikte bağımlılık, madde bağımlılığının kapsamına girmektedir (Cengizhan, 2005). Kumar ve alkol bağımlılığı, uyuşturucu bağımlılığı, internet ve oyun bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi bağımlılıklar mevcuttur.

Kumar ve Alkol Bağımlılığı

Çok eski bir geçmiş sahip olan kumar, insanlık tarihinde önemli bir yer işgal etmektedir. Gelişen teknoloji ile artık kumarhaneler ile sınırlı kalmayıp, dijital olarak da oynanır hale gelmiştir. Kumara bağımlı olan birey oynamayı azaltma veya durdurma girişimlerinde sinirli bir karaktere bürünmektedir. Kumar oynama üzerine akıl yürütme halinde olmaktadır. Kumar oynadığı zamanlarda devamlı şekilde suçlu hissetmektedir. Kumar oynayıp para kaybettiği zaman, yeniden oyun oynama davranışı geliştirmektedir. Bağımlı bireyin bu davranışı bağımlılığı sürekli hale getirmektedir. Kumar bağımlılığında ne kadar ileride olduğunu gizlemektedir. Kumar oynarken işini, ailesini, eğitimini ve çevresini çoğu zaman umursamaz ihmal eder. Kumarın sebep olduğu maddi sıkıntısının bir başkası tarafından kurtarılmasını beklemektedir (Farajı ve Dağ, 2022). Şans ve tahmin temelli kumar benzeri oyunlar yaklaşık olarak her dönemde, her toplumda oynanmıştır. Bazı kimseler için ise arada can sıkınlığı gidermek amaçlı oynanan oyun olmuştur. Bağımlı bireyler için ise hastalık haline gelmiştir. Kumar oynama hastalığı dünyanın çoğu bölgesinde toplumsal sorun haline gelmektedir (Bayındır, 2018). Kumarın yaygınlık göstermesinin üç farklı sebebi bulunmaktadır: Birincisi eylemsel bağımlılık değil de aile içi huzuru bozan kötü alışkanlık olarak değerlendirilmesi olmaktadır. İkincisi kumarın şans, talih ve bahis oyunu gibi değerlendirilmesidir. Üçüncü sebep olarak dünyada birçok ülkede kumarın devlet eliyle oynatılmasıdır. Kumarın en yaygın olduğu ülkelerin arasında Gürcistan ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti gelmektedir (Dinç, 2014).

Alkolün ilk çıktığı haliyle fermentasyona maruz kalan bitki ve meyvelerin içerisinde zevk veren içecek olduğu bilinmektedir. Alkol ile ilgili ilk yazılı eserler M.Ö. 2000 yıl önce Mısır papirüslerinde bulunmuştur. Babil Kralı Hammurabi tarafından M.Ö 1686-1728 yıllarında şarabın elde edilişi, satımını ve içimini tanımlayan ve belirleyen kurallar ilan edilmiştir. Bu kurallar alkol ile ilgili sıkı bir denetimin olması gerektiğini göstermiştir (Ziyalar, 1991).

Alkol bağımlısı olanlarda devamlı şekilde psikolojik bozukluklar görülmektedir. Bağımlı, genel anlamda ruhsal hastalıklarını tolere edebilmek için alkol kullanmaktadır. Bu durumda yeni bir rahatsızlığın oluşması riski de bulunmaktadır. Alkol bağımlısı bireye karşı, emretmek, yönetmeyi düşünmek ya da tehdit edici konuşarak uyarmak gibi durumlardan kaçınmak gerekmektedir. Ayrıca, akıl vererek ikna etmeye çalışmak ya da öğüt vermek, gibi ifadelerle bağımlıyı suçlamak veya tüm bunların ötesinde haklı bularak onaylamak da bu risklerden biridir. Bağımlı bireyin utanmasına sebep olmak, rahatlatması için tesellide bulunmak, dikkati başka yöne çekerek, farklı konular açmak gibi davranışlar da yapılmaması gereken davranışlar olarak belirtilmektedir (Ögel vd., 1998). Birçok ülkede toplum düzenini sağlamak amacıyla hükümetler belirli saat aralıklarında alkol satışını yasaklamaktadır (Varol, 2011). Türkiye Cumhuriyeti'nde 2015 yılında çıkarılan kanuna göre gece 10'dan itibaren alkol satışı yasaklanmıştır (Cantez, 2012). Alkol bağımlısı birey algı

yeteneğinden yoksun kalmaktadır. Alkol bağımlılığındaki bu etki uyuşturucu bağımlılığında oluşan etki ile aynı seviyede olmaktadır.

Uyuşturucu Bağımlılığı

Madde bağımlılığı, depresyon ve anksiyete bozukluğu gibi özellikler sebebiyle diğer bağımlılık türlerinden ayrılmaktadır. Madde bağımlısı bireylerin tedavi edilmesi sürecinde sosyal hizmet personellerinin bilgi ve tecrübesine gerek duyulmaktadır (Polat, 2014). Madde kullanımında artış olması bireyi ve toplumu olumsuz etkilemektedir. Madde kullanımı ile ilgili risk taşıyan grupların belirlenmesi ve bu gruplara bağımlılık eğitimi verilmesi önemli bir faaliyettir (Karakaş ve Ersöğütçü, 2016). Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi tarafından 2016 yılında hazırlanan Dünya Uyuşturucu Raporuna göre dünya genelinde uyuşturucu kullanan birey sayısı 247 milyon olarak belirlenmiştir. 247 milyon uyuşturucu kullanıcısının, 29 milyonu uyuşturucuya bağlı rahatsızlıklarının olduğunu ifade etmiştir. Fakat altı kişiden sadece birinin tedaviye yanıt verdiği ortaya çıkmıştır (Unodc, 2016). Uyuşturucu madde bireylerin günlük yaşamını olumsuz etkilemektedir. Zaman içinde ekonomik ve toplumsal sorunlara yol açarak ilk önce bireyi, toplumdan, daha sonra toplumu bireyden uzaklaştırmaktadır. Uyuşturucunun üretiminin ve satışının hükümetlerce yasaklanmasına rağmen uluslararası suç örgütleri ve terör örgütleri aracılığıyla ülkelere getirilmektedir. Gelen uyuşturucular ile yetişkin bireyler ve 18 yaşından küçük çocuklar zehirlenmektedir. Uyuşturucu trafiğinin küçük çocuklara kadar inmesi bağımlılığın ciddi boyutta olduğunu göstermektedir. Birey uyuşturucu maddenin olumsuz etkisi sonucu yaşadığı toplumu tanıyamaz hale gelmektedir. Bireyi bağımlı olmaktan sağlıklı bir şekilde kurtarabilmek için psikolojik destek alınması gerekmektedir (Karakartal, 2020). Türkiye’de uyuşturucu çeşitlerinin kullanımının ve satışının en yaygın olduğu büyük şehirlerden birisi de İstanbul’dur. Özellikle son dönemde ortaya çıkan sentetik uyuşturucunun popüler hale geldiği metropollerin başını İstanbul çekmektedir (Çoban, 2016). Uyuşturucu ile sadece hükümetler mücadele etmemektedir. Çeşitli sivil toplum örgütleri de uyuşturucu ile mücadeleye destek olmaktadır. Uyuşturucu Politika ve Strateji Belgesinde uyuşturucu bağımlılığının tedavisi eğitim, sağlık, güvenlik kuvvetleri, adliye, kimya, eczacılık, sosyoloji, psikoloji, hukuk gibi alanlarda ortak çalışma ile mümkün olacağı ifade edilmektedir. Bağımlılığı bırakmayla ilgili bireyin isteği bu sürecin tamamlanmasında çok önemlidir (Tuna, 2014).

Uyuşturucu madde bağımlılığında mücadele ile ilgili hükümetler öncelikli karar mekânizmasına sahiptir. Bu zararlı maddelerin ortadan kaldırılması için çeşitli politikalar geliştirilmiştir. Uyuşturucuyla ilgili politikalar Avrupa Birliği çerçevesinde ele alındığında bağımlılığa ilişkin 15 senedir bilimsel eğilim gösterildiği ortaya çıkmıştır. 1993 yılında faaliyete başlayan Avrupa Uyuşturucu ve Uyuşturucu Bağımlılığı İzleme Merkezi (EMCDDA)’ın uyuşturucu mücadelesi ile ilgili politika yapanlar, yapılan analizler sayesinde bağımlılıklar ile ilgili yeni stratejiler geliştirmiştir. 2005-2012 yılları arasında Avrupa Birliği, uyuşturucu ile ilgili iki önemli karar almıştır. Bu kararlar talep azaltımı ve arzın azaltmasıdır. Uyuşturucu sorununu ulusal değil uluslararası açıdan değerlendiren Türkiye 1990’lı yılların sonu ve 2000’li yılların ilk yarısından itibaren uyuşturucu meselesini uluslararası sebepli ulusal bir sorun olarak görmüştür. Türkiye’nin Avrupa Birliği kriterlerine uygun uyuşturucu ile mücadele stratejilerine bakıldığında iki önemli belge bulunmaktadır. İlk belge 2006 ve 2012 yıllarını ilgilendiren Bağımlılık Yapıcı Maddeler ve Bağımlılık ile Mücadelede Ulusal Politika ve Strateji Belgesidir. İkinci belge ise 2007-2009 yıllarını kapsayan Bağımlılık Yapıcı Maddeler ve Bağımlılık ile Mücadelede Ulusal Politika ve Strateji Belgesinin Uygulanması için Eylem Planı olmaktadır (Akgül ve Kaptı, 2010).

Uyuşturucuya karşı etkili bir mücadele verebilmek için EGM Bilgi Teknolojileri Daire Başkanlığı tarafından 26 Eylül 2018 tarihinde UYUMA projesi uygulanmaya başlanmıştır. Uyuma uygulamasının 2018 yılında 34.073, 2019 yılında 136,964, 2021 yılında 294,757, 2022 yılında 85,855, 2023 yılına gelindiğinde 91,794, toplam indirme 662,964 olmuştur. Teknolojik imkânların getirdiği avantaj sayesinde uyuşturucuya bağlı suçların önüne geçme, suç delillerinin karartılmasını engelleme, suçluları adalete teslim etmek kolaylaşmıştır. Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı tarafından kamu hizmetinin daha kaliteli olması ve vatandaşların çağrılarına hızlı cevap verebilmek adına 15 Aralık 2017 tarihinde Açık Kapı Projesi uygulamaya konmuştur. Uyuşturucu madde bağımlılığı kapsamında 15 Aralık 2017- 31 Aralık 2023 tarihleri aralığında açık kapı bürolarına yapılan 10.002 başvurudan 9.997'si sonuca kavuşturulmuştur. 2023 yılına gelindiğinde 1904 başvuru yapılırken 1901'ine yanıt verilmiştir (Türkiye Uyuşturucu Raporu, 2024). Uyuşturucu bağımlılığı, alkol bağımlılığından daha tehlikelidir. Uyuşturucu bağımlı bireyi hem zihnen hem de fiziki olarak etkilemektedir. İnternet ve oyun bağımlılığı ise daha çok psikolojik ve zihinsel olarak etkilemekle birlikte bazı iskelet sistemi kaynaklı hastalıklara sebep olmaktadır.

İnternet ve Dijital Oyun Bağımlılığı

İnternet, çok sayıda bilgisayarın bağlı olarak oluşturduğu iletişim ağıdır. 1960'lı yıllara gelindiğinde bilgisayar yardımıyla askeri ve bilimsel amaçlı fikir üretimi ve paylaşım düşüncesi geliştirilmiştir. MIT'den J.C.R Licklider 1962 yılında bilgisayarlar için küresel şebekeleri önermiştir. Daha sonra sosyal etkileşimi açıkladığı kısa notlar serisini yayımlamıştır. MIT'den Leonard Kleinrock, internet bağlantısının temelini belirleyebilmek için paket anahtar teorisini ortaya koymuştur. Lawrence Roberts, 1965 yılında çevirmeli telefon hatları aracılığıyla Kaliforniya'daki bilgisayar ile Massachusetts'teki diğer bir bilgisayar ile bağlantı kurmuştur. Kurulan bu bağlantı uzak bölgeler arasında şebekeleşmenin mümkün olabileceğini göstermiştir. 1969 yılında internetin atası sayılabilecek ARPANET kurulmuştur. Bu gelişmeden itibaren internet artık görülür olmaya başlamıştır. ARPANET ilk kurulduğunda dört üniversite ile bağlantı halindeydi daha sonra gelişerek yaygınlık kazanmıştır. İnternet bu haliyle bilgisayar uzmanları, kütüphaneciler ve bilim insanları tarafından kullanılmıştır. 1970'li yıllarda Bob Kahn'ın önerdiği TCP/IP'in kabul görmesiyle internet olgunluğa erişmiştir (Kutup, 2010).

Oyun kavramı, Latince ve Japonca' da tek kelime olarak yer almıştır. Türkçe de ise diğer dillere göre tanımı daha ilgi çekici olmaktadır. Oyun sözcüğü Türkçe'nin en eski sözcüğü olarak bilinmektedir. Oyun kavramının çocuk oyunu, tiyatro oyunu, kumar oyunu, spor oyunu gibi çeşitleri bulunmaktadır (Biricik ve Atik, 2021). Oyun kavramı çok eski çağlardan beri kullanılmaktadır. Teknolojik gelişmelere paralel olarak dijital oyun kavramına dönüşmektedir. Yeni teknoloji ile insanlık tarihinde yer bulan dijital oyunların boş vakit değerlendirmek, eğlenmek, yeni bilgiler öğretmek gibi işlevleri bulunmaktadır. Aksiyon, macera, yarış, strateji ve simülasyon gibi dijital oyun türleri bulunmaktadır (Yeşilyurt vd., 2023). İnternet bağımlılığı, çevrim içi bilgisayar kullanımını kapsayan bağımlılık türlerinden birisidir. Depresyona giren birey sürekli internette aktif olmayı alışkanlık haline getirmektedir. Aşırı oyun oynama, cinsellik ve mesajlaşma bağımlılığına sebep olmaktadır. Bu üç sebep, dört bileşen ile paraleldir. Aşırı kullanım ve zaman kavramını unutma hali, bilgisayarı kullanamama halinde anlık öfkelenmek, daha iyi bir teknik donanımına sahip olma arzusu, tartışma ve sürekli yalan söyleme davranışı söz konusudur. İnternet kafede meydana gelen ani kalp krizi ve oyun sebepli altı cinayetten sonra bağımlılık Güney Kore'de halk sağlığını tehdit eden meselelerden birisi olmuştur. İnternet bağımlılığı ile ilgili en ilgi çekici araştırma Güney Kore'de yapılmıştır. Ortalama bir Güney Koreli lise öğrencisi yaklaşık olarak haftada 23 saatini

bilgisayar başında oyun oynayarak geçirmektedir. Bu veri 1,2 milyon bireyin bağımlılık tehlikesi içinde olduğunu göstermektedir. Güney Kore hükümeti Haziran 2007’de bağımlılığın tedavi edilmesi için 1043 bağımlılık danışmanı eğitmiştir. İnternet bağımlılığı ile ilgili 190 tedavi merkezi kurulmuştur (Block, 2008). 21. yüzyılda meydana gelen teknolojik gelişmelerle birlikte dijital oyun ortaya çıkmıştır. Zamanla bireyler yalnızlık gibi psikolojik sorunlarını bastırmak için oyun oynamaya başlamıştır. İlk başta normal olan bu kullanım bağımlılık haline gelerek hasta bireylerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Oyun bağımlılığı davranışsal bağımlılık olarak tanımlanmaktadır. Türkiye’de bu hastalığın tanımlanarak bireyleri tedavi etme çalışmaları başlangıç düzeyinde kalmaktadır (Keskin ve Aral, 2021). Dijital oyun kavramı, monitör ve konsol gibi teknik ekipmanlarla etkileşime girilen, belirli amaç ve kuralları bulunan sistem olarak tanımlanmaktadır (Günay, 2011).

Dijital oyunun tarihçesi 1950’li yıllara kadar uzanmaktadır. 1970 ve 1980’li yıllar ile dijital oyun eğlence sektörü haline gelmektedir. Pong, Asteroids, Pac Man ve Space Invaders gibi dijital oyun sistemleri ilk kez atariye uyarlanarak üretilmiştir. 2016 yılı itibariyle küresel oyun piyasası geçen yıllara göre artış göstererek 99,6 milyar dolara ulaşmıştır. Dijital oyunların gelirleri açısından değerlendirildiğinde şöyle bir sonuç çıkmaktadır: Çin Halk Cumhuriyeti 24,2 milyar dolar ile ilk sırada yer alırken, Amerika Birleşik Devletleri 23,4 milyar dolar ile ikinci sırada yerini almıştır. Almanya, Fransa, Birleşik Krallık, İspanya ve İtalya gibi Avrupa Birliğine bağlı, ülkelerin oyun gelirleri 17,3 milyarı bulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti’nde ise dijital oyun oynayanların sayısı 30 milyon civarına ulaşmıştır. 755 milyar dolar gelir elde edilmektedir (Newzoo, 2016).

Teknolojinin hızlı gelişmesi, köyden kente göç ve şehirleşme, oyun alanlarının daralması gibi sebepler geleneksel oyunlardan vazgeçilerek dijital oyunların tercih edilmesine neden olmuştur. Dijital oyunlar çocukların sosyalleşme biçimlerini de değiştirmiştir. Dijital oyunlar çocuklara fiziksel olarak istediğini verirken çocuğun psikolojisini olumsuz etkileyerek yetişkin olduğunda sorunlu bireyleşmesine sebep olmaktadır. Dijital oyunların etkileri sadece psikolojik değildir. Ergenlik çağındaki çocukların bilgisayar oynarken iskelet sistemini bozacak şekilde oturması ilerleyen yaşlarda ortopedik hastalıklar ortaya çıkarmaktadır (Mustafaoğlu vd., 2018). ESA’nın 2014 yılına ait verilerine göre Amerika Birleşik Devletleri nüfusunun %59’u dijital oyun oynamaktadır. Dijital oyun oynamak için sıklıkla kullanılan araçlar oyun konsolları, akıllı telefonlar, dizüstü ve masaüstü bilgisayarlardır. Oyun oynamada yaş ortalaması 31’dir. Oyun oynayan bireylerin yaş aralığı şöyledir: %29’u 18 yaşın altında çocuk, %32’si 18-35 yaş arasında, %39’u ise 36 yaşından büyük veya 36 yaşında olduğu görülmektedir. Oyun oynayan bireylerin cinsiyet dağılımı ise şöyledir: %52’si erkek, %48’i kadındır (Aydın ve Horzum, 2015). Bilgisayar ve internet teknolojisinin gelişim göstermesiyle oyun piyasası da derinden etkilenmektedir. Ayrıca bu gelişme izleyici konumdaki bireye özerklik imkânı tanımıştır. Gönderici ve izleyici arasındaki ilişkiyi yeniden düzenlemiştir. İletişimin liberalleşmesi medya içeriğinin kullanımı ve dolaşımını tamamen izleyiciye bırakmamıştır. Aksine yeni iletişim teknolojileri sayesinde kültür endüstrisi büyük bir dönüşüm gerçekleştirmiştir. Bu gelişmeler oyuncunun ilgisini daha fazla çeken oyunlar yapılmasına sebep olmuştur. Epic Games ve Steam gibi oyun satın alma siteleri belirli günlerde ücretsiz oyun dağıtarak oyun piyasasındaki güçlü konumlarını daha ileriye taşımıştır. İnsanlık tarihinden beri eski olan oyun kavramı dijitalleşme ile yeni bir boyut kazanmıştır (Çavuş vd., 2016). İstanbul’un Fatih, Bayrampaşa ve Bakırköy ilçelerinde imam hatip ve meslek liselerinde okuyan öğrencileri kapsayan oyun bağımlılığı ile ilgili yapılan saha araştırmasında 840 öğrenciye anket uygulanmıştır. 15 ve 18 yaş aralığında gençlerin verdikleri cevaplar ile ilgili 3 öneri ortaya

çıkılmaktadır. Oyunu hayal ederek gerçek hayata uyarlama, oyunu başka etkinliklere tercih etme, sosyal hayatı, oyuna tercih etmektir. Sıklıkla dijital oyun oynayan birey zamanla sosyal bir varlık olmaktan çıkarak, asosyalleşir. 840 öğrenciden %13'ü kontrolün bireyde olduğunu düşünmektedir. %48'i kontrol kaybının olduğunu ifade etmiştir. %37'si riskli grupta olduğunu ifade ederken, %2'si bağımlı olduğunu dile getirmiştir. Dijital oyun türleri, bilgisayar, oyun konsolları gibi oyun araçlarına karşın oyun süreleri de bağımlılığı doğrudan etkilemektedir (Ayhan ve Köselören, 2019). İnternet ve dijital oyun bağımlılığı dijital gelişmeler doğrultusunda ortaya çıktığı gibi sosyal medya bağımlılığı da aynı şekilde ortaya çıkmıştır. Farklı başlıklar altında incelenmesinin sebebi sosyal medyanın bağımsız bir alan olarak kabul edilmesidir.

Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığı, teknolojik gelişmelerin doğrultusunda bireylerde çocukluk döneminde başlayarak yetişkinlik evresine kadar devam edebilmektedir. Bu bağımlılık sadece küçük çocuklarda değil her yaştan bireyin karşılaştığı bir psikolojik rahatsızlık olarak geçmektedir (Çil, 2020). Kitle iletişim araçlarının, insanlar üzerinde etkisi oldukça fazladır. Yeni medya, kitle iletişim araçlarından en yenisi ve en fazla kullanılan araçlardan birisidir. İnternetin diğer kitle iletişim araçlarına göre erişilebilme imkânı daha kolaydır. İnternet bu yönü ile diğer kitle iletişim araçlarının önüne geçmektedir. Yakın zamanda bireylerin sosyal medya kullanımına yönelik birçok ölçme aracı geliştirilmiştir (Taşçı ve Ekiz, 2018). Milenyum çağında dijital gelişmeler ile sosyoekonomik yapının değişim ve dönüşümü görüldüğünden daha hızlı gerçekleşmektedir. E-devlet ve E-nabız gibi uygulamalar ile insanların sosyal hayatları kolaylaşırken, diğer yandan vatandaşlar devlet tarafından denetlenmektedir. Sosyal medya ve benzeri uygulamalar gözetim toplumunu açığa çıkarmıştır. Bireyler alışveriş yaparak sahip oldukları kredi kartları ile özel bilgilerini şirketlere vermektedir. İnternet faydalı fonksiyonların yanında faydasız fonksiyonları da barındırmaktadır (Bayhan, 2013). Sosyal medya, bireyselliğin ön plana çıkarılması, demokrasi kültürünü başkalaştırıldığı, ihtiyaç duyulan psikolojik tatminlerin hazır bulunması sebebiyle bireyler tarafından vazgeçilmez mecra olarak görülmektedir (Babacan, 2016). Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanımının artması sebebiyle araştırma konusu olmuştur. Bu kavramın yeterince anlaşılması için Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı'na değinmek gerekmektedir. Kullanımlar ve Doyumlar kuramında diğer kuramlara göre bireyin pasif değil aksine aktif olduğundan ve kitle iletişim araçlarının tercihi belirlenirken bireylerin başrol olduğu ifade edilmektedir (Aktan, 2018). Bireyler farklı sebepler yüzünden sosyal medya kullanmaktadır. Bireylerin huzursuz hissettikleri ve stresli oldukları zaman zarfında sosyal medyayı destek aracı olarak görmeleri sosyal medyanın bağımlılık derecesini yükseltmektedir. Bireylerin sosyal medyayı kontrol edemediği bir biçimde kullanması ve sürekli şekilde sosyal medyaya düşkünlük göstermesi bireyin günlük yaşamını olumsuz etkilemektedir. Sosyal ağların kullanımında genç kullanım artmaktadır. We Are Social 'ın yaptığı araştırmada Türkiye verilerinde erkeklerin %62,6 oranında sosyal medyayı kullandığı gerçeği ortaya çıkmıştır. Aynı araştırma sonuçlarına göre sosyal medya kullanımının %57'si 18- 34 yaş aralığında olmaktadır (Karadağ ve Akçınar, 2019).

Medya Bağımlılığı Kuramı, Sand Ra Ball ve Melvin De Fleur tarafından 1966 yılında yayımlanan, Theories Of Mass Communication isimli eserde geçmektedir. Medya Bağımlılığı Kuramı bireylerin çevresindeki insanlarla olan ilişkilerini incelemektedir. Toplum yapay değil organik oluşturulmuş bir yapı olarak görmektedir. Bu kuram aynı zamanda mikro (bireyler ve küçük gruplar arası) makro (örgütler, siyasi, finans ve kültürel ögeler) arasındaki iletişimi inceleyerek uyum sağlamaktadır (Çiftçi, 2018). Sosyal medya bağımlılığı açısından üniversite öğrencileri

incelendiğinde sosyal medyada aktif olduğu zaman aç ve susuz olduğunu fark etmediğini söyleyenleri oranı %6 olmaktadır. Sosyal medyayı sık kullandığı için ailesi ile sorun yaşadığını dile getirenlerin oranı %7'dir. Sanal ortamdaki arkadaşlıkları gerçek arkadaşlıklara tercih edenlerin oranı ise %8 olmuştur (Baz, 2018). İnterneti sıklıkla kullanan bireyler zamanının büyük bir bölümünü sosyal medyada geçirmektedir. Sosyal medya içeriklerinin üretildiği kanalların çeşitliliği çocukların ve yetişkin bireylerin ilgisini çekmektedir. Gençler ve çocuklar sosyal medyada sunulan içeriği seçme şansı olmadan, bilinçsiz bir biçimde sosyal medya içeriğini kullanmaktadır. Bu tehlikeli duruma sosyal medya bağımlılığı denilmektedir (Deniz ve Gürültü, 2018). Sosyal medya bağımlılığının üç temel özelliği bulunmaktadır. Sosyal medya ile aşırı ilgilenmek, sosyal medyayı kullanırken güçlü bir motivasyona sahip olmak, okul ve gündelik yaşam gibi rutin hayata zarar verecek kadar sosyal medyaya bağımlı kalmak (Andreassen ve Pallesen, 2014). Sosyal medyada geçirilen zamanı azaltmaya ve bağımlılığın sebep olduğu dikkat dağınıklığını tamamen ortadan kaldırmaya yönelik uygulamalar mevcuttur. Cold Turkey, Self Control, Freedom gibi uygulamalar; kaçınmak istenilen sitelerden uzak durmayı sağlamaktadır (Andreassen, 2015). Sosyal medya kullanan bireylerin ruh halinde davranışsal ve bilişsel değişiklikler yaşanabilmektedir. Vücudu sürekli biçimde bağımlılıktan dolayı uyarma halindedir (Ünal, 2015). Bireyler bu ruhsal değişikliği kabul etmediğinden dolayı daha fazla sosyal medya kullanmayı tercih etmektedir. Bireyler bağımlılıktan kurtulmuş gibi görünse de yeniden atak geçirerek aynı bağımlılık düzeyine geri dönmektedir (Karakuş vd., 2024). Sosyal medya bağımlılığı akabinde gelişim gösteren erteleme davranışı son dönemlerde sosyal medyanın yaratmış olduğu bir sorun olarak gündeme gelmektedir. Birçok alanında uzman psikolog tarafından patolojik rahatsızlık olarak kabul edilmiştir. Bu rahatsızlığın bireylerin akademik başarılarını olumsuz etkilediği görülmektedir (Tekin, 2019). Sosyal medya bağımlılığı, sosyal ağlarda gereğinden fazla durulması anlamına gelmektedir. Bağımlılık çeşidi her yaştan insana bulaşmış bulunmaktadır. Sosyal medyanın etkisi kullanıcıya göre değişiklik göstermektedir. Sosyal medya, bireylerin bilgiye hızlı ve etkili biçimde ulaşmasını sağlamaktadır (Arıbaş ve Özşahin, 2022). Sigara ve alkol gibi bağımlılık türlerinin tedavisinde bağımlılığın azaltılması veya tamamen bitirmek için nesneye, maddeye dokunmamak ilkesi esas alınmaktadır. Fakat bu ilkeler sosyal medya bağımlılığının tedavisinde geçerli olmamaktadır. Sosyal medya bağımlılığında en güçlü etken dijital bir dönem yaşanması sebebiyle yaşamda etkili olmaktadır. Bu etkenler sebebiyle sosyal medya bağımlılığı tedavisinde zor bir süreç yaşanmaktadır (Eker, 2023). Van den Ejinden tarafından ortaya atılan sosyal medya kullanım bozukluğu ölçeği (SMKB-9) gençlerin sosyal medyaya bağımlılık düzeylerini ölçmek amacıyla oluşturulan sekiz maddeden oluşan ölçektir. Ölçeğin, Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması Sarıçam ve Adem Kunduz tarafından gerçekleştirilmiştir (Bingöl ve Çolak, 2021). Sosyal medya bağımlılığının hızlı bir şekilde artmasının sebepleri ve bireylerin sosyal medya kullanımı sonucunda maruz kaldığı psikolojik etkiler ile ilgili birçok araştırma yapılmaktadır. Yapılan çalışmalar psikolojik sorunlara başlamadan erken müdahale imkânı sağlamaktadır. Aynı zamanda bu gibi araştırmalardan elde edilen bulgular sorunların çözümü için ipucu vermektedir (Özgenel vd., 2019). Bazı düşünceler sosyal medyayı toplumsal hayatın küçük objesi olarak görmeyip hayatın merkezine konumlandırmaktadır. Bu sebeple sosyal medyalar toplumsal hayatı olgunlaştırmayı amaç edinmektedir. Zamanla bu hareket kontrolden çıkarak bağımlılık düzeyine geçmektedir. Sosyal medyayı, kendi özel hayatının merkezinde konumlandıran birey sosyal medya aracılığıyla hayata tutunmaya çalışmaktadır (Babacan, 2016). Sanal alemin, etkisine kanan modern birey gerçek benliğinden ve bulunduğu toplumdan yabancılaşmaktadır. Sanal ekranın büyüünde kalan birey dijital gerçeklikler ile kendi kişiliğini yeniden inşa etmektedir. Fakat bu inşa edilen kişilik, bireyin gerçek kişiliğine göre daha çok yapay bir kişilik olarak görünmektedir. Bu süreçte birey sosyal

medyayı daha fazla kullanmaya başlamaktadır. İlk başta bireysel hastalık gibi görünen sosyal medya bağımlılığı tüm topluma yayılarak mesele haline gelmektedir (Dayan, 2025). Sosyal medya araçları, gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Böylece yaygın bir iletişim biçimi olmuştur. Sosyal medya, araçlarının bireyler tarafından aşırı kullanımı sonucunda sosyal medya bağımlılığı toplumda sık görünen bir rahatsızlık olarak literatürde yer almıştır. Kitle iletişim araçları, insani ilişkileri belirlemeye başlamıştır. Bu sebeple insan psikolojisini doğrudan etki altında bırakmıştır (Arğın, 2019). Sosyal medya bağımlısı bireyler iş toplantılarında, okulda, trafikte, cep telefonlarına bakmama süreleri uzadıkları zamanlarda mutsuz hissedebilmektedir. Bağımlı bireyler, sosyal medyaya girerek başkalarının paylaşımlarını beğenmek ve yorum yapmak için yarışmaktadır (Çiftçi, 2018).

Sosyal Medya ve Bağımlılığın İlişkisi

Dijital gelişmelerle birlikte internet ve sosyal medya sınırsız bilgi kaynağı sunduğu için sosyal ağlar insanlar tarafından ilgi ortamı haline getirilmiştir. İnsanlar gerçek hayatta yaşadıkları zamandan daha çok sosyal medyada çevrim içi olmaktadır. Dijital gelişmeyle doğrudan internetin dâhil olduğu yeni iş alanları ortaya çıkmıştır (Ankaralı, 2019). Sosyal medya ve bağımlılık doğrudan ilişkilidir. Genç bireyler öfke ve düşmanlık gibi duyguları sosyal medya aracılığıyla daha kolay bir şekilde dile getirmeleri sebebiyle sosyal medyaya sürekli giriş yapmaktadırlar. Bireylerin bu davranışı sosyal medyayı bağımlılık aracı haline getirmiştir. Sosyal medya, bağımlı bireyin zihin dünyasını olumsuz etkileyerek düşünme gücünü etkisiz hale getirmektedir. Uzun süre sosyal medya kullanan birey, uyuşturucu kullanmış gibi algı sorunları ile karşılaşmaktadır (Bilgin, 2018). Sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkisi aile ve eğitim kurumundan daha fazla ve kalıcı olmaktadır. Sosyal medya gibi kitle iletişim araçları faydalı olabileceği gibi zararı da mümkündür. Sosyal medyanın günlük hayat içerisinde alışkanlık haline getirilmesi bireyde sağlık sorunlarına sebep olmaktadır. Sosyal medya bireyin hayatını etkilemek ile kalmayıp tüm toplumsal normları altüst etmektedir (Aydın, 2023). Sosyal medya, bağımlılığının çözümü insanın iradesinde yer almaktadır. Alkol bağımlılığında genellikle bireyler bağımlı olacağı maddeyi internette yer alan paylaşımlar yoluyla tanıyabilmektedir. Bu tanıma sonrasında birey o maddeyi marketlerden satın alarak kullanmaya başlayabilmektedir. İlk başta kullanım bağımlılık olarak görülmeyebilir. Fakat psikolojik çöküntülerle birlikte birey hemen her gün alkol içebilmektedir. Uyuşturucu bağımlılığında dijitalden daha çok bireyin yakın çevresi etkili olmaktadır. Aileler çocuklarının uyuşturucu bağımlısı olmaması için arkadaşlarını yakından tanımalı ve baskı altında tutmadan uzaktan kontrol etmelidir. Çünkü baskı altında yaşayan bireyler baskıdan kurtulmak için özgürlük olarak gördüğü maddeye daha çok meyilli olmaktadır. Bireyler herhangi bir psikolojik sorununu bastırmak veya kendini rahatlatmak amacıyla çareyi sosyal medya gibi dijital araçlarda bulabilmektedir.

SONUÇ

Sosyal medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı, alkol bağımlılığı ve uyuşturucu bağımlılığı gibi bağımlılık türleri psikolojik sorun olarak ortaya atılmıştır. Sosyal medyaya internet ile girileceği için internet bağımlılığından bağımsız bir şekilde düşünülmesi imkânsızdır. Bu yüzden sosyal medya bağımlılığından bahsedilirken, genel bağımlılık kavramı açıklanarak sosyal medya bağımlılığına değinmek gerekmektedir. Sosyal medya bağımlılığı, araştırılırken ek olarak internet bağımlılığının da incelenmesi gerekmektedir. Daha sonraki aşamada ise sosyal medya uygulamaları mercek altına alınarak sosyal medya uygulamalarının hangi özelliklerin daha çok insan zihnini meşgul ettiğinin tespit edilmesi gerekmektedir. İnterneti sürekli bir biçimde kullanan bireyi direkt

olarak bağımlı birey olarak tanımlamak yanlış bir bakış açısidir. Çünkü birey her internete girdiğinde sosyal medyaya girmemektedir. Bu sebeple bağımlılığı araştıran araştırmacı sorunun çözülmesi için basit düşünmeyip, alternatifi olan bir düşünceye sahip olmalıdır (Ünal, 2021). Bu çalışmada ilk başta sosyal medya kavramı ve bağımlılık incelenerek internet bağımlılığı ve uyuşturucu bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi bağımlılıklar ele alınmıştır. Özellikle sosyal medya bağımlılığı, doğrudan teknoloji ile bağlantılı gelişmektedir. Sosyal medya bağımlılığı tedavisi en zor bağımlılık olarak tanımlanabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Akkaş, İ. (2019). Teknoloji Bağımlılığı, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Akyol, M. (2015). Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 98-114.
- Aydın, K. E. (2023). Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma Giresun Örneği Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Bursa.
- Akgül, A. ve Kaptı, A. (2010). Türkiye'nin Uyuşturucu ile Mücadele Politikası: Politika Süreç Analizi, *UTSAM*, 75-99, Ankara.
- Aydın, F. ve Horzum, M. B. (2015). Öğretmenlerin Bilgisayar Oyun Bağımlılık Düzeylerini Yordayan Değişkenlerin İncelenmesi, *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 2(1), 52-66.
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review, *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184.
- Ayhan, B. ve Köselören, M. (2019). İnternet, Online Oyun ve Bağımlılık, *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 6(1), 1-30.
- Arğın, E. (2019). Z Kuşağının Sosyal Medya Bağımlılığı ve Narsist Eğilimleri: Elâzığ İli Örneği, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 166-183.
- Ankaralı, H. (2019). Beyoğlu Anadolu İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi, Başarı ve İlişkisi ve Bağımlılık Üzerine Etkili Faktörler, *Kalemname*, 4(8), 301-331.
- Arıbaş, A. N. ve Özşahin, F. (2022). İş Yaşamında Yalnızlığın Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisinin İncelenmesi, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 37-46.
- Andreassen S, C., ve Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction-An Overview, *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061.
- Bayhan, V. (2013). Gençlik, Sosyal Medya ve İnternet Bağımlılığı, *Düşünce Dünyasında Türkiz*, 4(23), 61-80.
- Babacan, M. E. (2016). Sosyal Medya Kullanım Alanları ve Bağımlılık İlişkisi, *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(1), 7-28.
- Boyd, D. (2008). American Teen Sociality In Networked Publics, Unpublished Doktoral Thesis, University of Berkeley.
- Bayrak, T. ve Cihan, B. (2021). Yeni Medyada Bağımlılık Sonucu Gelişen Dijital Obezite Olgusu, *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(1), 78-94.
- Biricik, Z. ve Atik, A. (2021). Gelenekselden Dijitale Değişen Oyun Kavramı ve Çocuklarda Oluşan Dijital Oyun Kültürü, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 445-469.
- Block, J. J. (2008). Issues For DSM-V: Internet Addiction, *American Journal Of Psychiatry*, 165(3), 306-307.
- Bingöl, Ö. Ş. ve Çolak, M. (2023). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikopatoloji ile İlişkisi, *Turkish Journal of Child and Adolescent Mental Health*, 2023;30(1):28-33.
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki, *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma, *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295.
- Bayındır, G. (2018). Kumar ve Şans Oyunlarına Toplumsal Bakış: Niğde Örneği, *Milli Kültür Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 58-83.
- Cengizhan, C. (2005). Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Yeni Bir Boyut: İnternet Bağımlılığı, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22(22), 83-98.
- Cantez, E. (2012). Alkol Bağımlılığının Psikolojik Özellikleri, *Studies in Psychology*, 16, 107- 124.
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çoban, M. (2016). Uyuşturucu Madde Bağımlılığı ile Mücadelede Manevi Danışmanlık ve Rehberlik Uygulamalarının Yeri ve Önemi: İstanbul Örneği, ed. Ali Ayten, Manevi Danışmanlık ve Rehberlik II. Dem Yayınları, İstanbul.
- Çavuş, S., Ayhan, B. ve Tuncer, M. (2016). Bilgisayar Oyunları ve Bağımlılık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2016(43), 265-289.
- Çil, N. S. (2020). Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyonla İlişkisi İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Dijital Küresel Görünüm Raporu (2024). Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Erişim Tarihi: 30.08.2025, <https://www.tisk.org.tr/dokuman/dijital-2024-kuresel-gorunum->
- Dinç, M. (2014). Küçümşenen Büyük Tehlike: Kumar ve Şans Oyunları, *Yeşilay Dergisi*, Sayı 67.
- Deniz, L. ve Gürültü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, *Kastamonu Education Journal*, 26(2), 355-367.
- Dayan, R. N. T. (2025). Sosyal Medya Bağımlılığı Sanal Alemde Kaybolan Benlik ve Dini Yönelim, *Eski Yeni Yayınları*, Ankara.
- egger, O. ve Rautenberg, M. 1996. Internet Behavior And Addiction, Unpublished Master's Thesis, Swiss Federal Institute Of Technology, Zürich.
- Ektiricioğlu, C., Arslantaş, H. ve Yüksel, R. (2020). Ergenlerde Çağın Hastalığı: Teknoloji Bağımlılığı, *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, 29(1), 51-64.
- Eker, Ö. (2023). Hamile Kadınların Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yalnızlık Algılarının İlişkisi İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Faraji, H. ve Dağ, E. D. (2022). Kumar Bağımlılığı ve İntihar Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi, *Current Research and Reviews in Psychology and Psychiatry*, 2(2), 184-200.
- Günay, G. (2011). Şiddet İçerikli Online Bilgisayar Oyunlarının İlköğretim Öğrencilerinin Saldırganlık Tepkileri Üzerinde Etkisi Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Güzel, C. (2020). Sosyal Medyanın Netliği, Gelişimi ve Kullanım Alanları Üzerine Kuramsal Bir İnceleme, *Sosyolojik Düşün*, 5(2), 93-112.
- Gül, I. (2023). Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Bağımlılıkları ile Ailelerin Dijital Ebeveynlik Farkındalıkları Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Edirne.

- Gül, F. (2021). Instagram’da Paylaşılan Yemek ve Mekân Görsellerinde Yer Alan Metafor ve İmgelerin Okuryazarlığı Doğu Akdeniz Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Araştırma Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti.
- Güney, B. (2017). Dijital Bağımlılığın Dijital Kültüre Dönüşmesi: Netlessfobi, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 1(2), 207-213.
- Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Kırık, A. M., ve Saltık, R. (2017). Sosyal Medyanın Dijital Mizahı: İnternet Meme Caps, Atatürk İletişim Dergisi, (12), 99-118.
- Karakartal, D. (2020). Uyuşturucu Madde Kullanımı ve Suç İlişkisi, Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi, 6(14), 614-617.
- Karakaş, S. A., ve Ersöğütçü, F. (2016). Madde Bağımlılığı ve Hemsirelik, Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi, 3(2), 133-139.
- Kutup, N. (2010). İnternet ve Sanat, Yeni Medya ve Net Art, Akademik Bilişim 10 II. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Keskin, A. D., ve Aral, N. (2021). Oyun Bağımlılığı: Güncel Bir Gözden Geçirme, Bağımlılık Dergisi, 22(3), 327-339.
- Karadağ, A., ve Akçınar, B. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Semptomlar Arasındaki İlişki, Bağımlılık Dergisi, 20(3), 154-166.
- Karakuş, M., Balci, E. V. ve Tiryaki, S. (2024). Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Çalışmaların İncelenmesi: Bir Bibliyometrik Analiz, Kıbrıs Türk Psikiyatri ve Psikoloji Dergisi, 6(1), 84-92.
- Mustafoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z., ve Özdiñler, A. R. (2018). Dijital Teknoloji Kullanımının Çocukların Gelişimi ve Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkileri, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, 5(2), 1-21.
- Newzoo, (2016). Top 100 Countries By Game Revenues, Erişim Tarihi: 31.08.2025, <https://newzoo.com/resources/ranking/top-100-countries-by-game-revenues>.
- Newson, A. Houghton, D., ve Patten, J. (2008). Blogging And Other Social Media: Exploiting The Technology And Protecting The Enterprise, Gower Publishing, Ltd.
- Oğuz, B. B. (2012). Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi, Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 7(4), 1157-1166.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, (28), 125-167.
- Öc, B. (2023). Girişimcilikte Sosyal Medya Kullanımı, İçinde E-Ticaret, Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Kapsamında Girişimcilik (Eds. Yüksel, D. & Topal G.) Ankara: Nobel Yayınları.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9(1), 287-311.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö., ve Ekşi, H. (2019). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, Addicta: The Turkish Journal on Addictions.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı, Beykoz Akademi Dergisi, 7(2), 91-105.
- Öztürk, M. F., ve Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi, Zeitschrift Für Die Welt Der Türken/Journal of World of Turks, 7(1), 101-120.
- Ögel, K., Karali, A., Tamar, D., ve Çakmak, D. (1998). Alkol ve Madde El Kitabı, Bakırköy Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesi, İstanbul.
- Pınarbaşı, T. E. ve Astam, F. K. (2020). Haberin Dönüşümü: Sosyal Medya Gazeteciliği Pratikleri, İNİF E- Dergi, 5(1), 70-87.
- Perdew, L. (2014). İnternet Addiction, Minnesota: Essential Library.
- Polat, G. (2014). Madde Bağımlılığı Tedavisinde Sosyal Hizmet Mesleği, Okmeydanı Tıp Dergisi, 30(2), 143-148.
- Topal, B., Şahin, H., ve Topal, B. (2018). İnternet Bağımlılığı Üzerine Sakarya İlinde Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Metinleri, 2, 118-136.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2025). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, Erişim Tarihi: 30.08.2025.
- Türkiye Uyuşturucu Raporu, (2024) Türkiye Cumhuriyeti İçişleri İşleri Bakanlığı, ErişimTarihi:31.08.2025,<https://www.narkotik.pol.tr/2024-turkiye-uyusturucu-raporu>
- Türk Dil Kurumu, (2025). Bağımlılık Tanımı, Erişim Tarihi: 30.08.2025, <https://sozluk.gov.tr/>
- Tuna, A. S. (2014). Uyuşturucu Bağımlılığı ile Mücadelede Topyekûn Bir Seferberliğe Doğru, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, 1(1) 135-137.
- Taşçı, B. ve Ekiz, S. (2018). Serbest Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı, 2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme, 235.
- Tekin, O. (2019). Öğretmenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Seviyelerinin Genel Erteleme Davranışlarıyla İlişkisi, Türkiye Eğitim Dergisi, 4(1), 36-47.
- Uluç, G., ve Yarıcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (52), 88-102.
- Uslu, M. (2021). Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması, The Analysis of Social Media Addiction and Usage in Turkey, Turkish Academic Research Review, 6 (2), 370-396.
- UNODC (2016). World Drug Report, Erişim Tarihi: 31.08.2025 https://www.unodc.org/doc/wdr2016/WORLD_DRUG_REPORT_2016_web.pdf
- Ünal, T. A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ünal, T. A. (2021) Sosyal Medya Etkileri Bağımlılığı Ölçülmesi, Der Yayınları, İstanbul.
- Yaşar, İ. H. (2020). Sosyal Medya ve Siyaset, Orion Kitapevi, Ankara.
- Yeşilyurt, S., Barış, Ö., ve Ün, Ö. (2023). Dijital Oyun Tasarımında İklim Krizi İncelemesi, Duvar Yayınları, İzmir.
- Yurdakul, H. (2016). Medya ve Siyaset Perspektifinden Kamuoyu, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 1(2), 81-90.
- Yıldırım, S. (2021). Sosyal Medyada Gösteriş Olgusu ve Kutsalın Tüketimi, İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (28), 125-143.
- Yıldırım, O., ve İpek, İ. (2020). Yeni Koronavirüs Salgını Dolayısıyla Gündeme Gelen Sosyal İzolasyon ve Gönüllü Karantina Döneminde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (52), 69-94.
- Yıldırım, B., Engin, E., ve Yıldırım, S. (2011). Alkol ve Madde Bağımlılarında Yalnızlık ve Etki Eden Faktörler, Journal of Psychiatric Nursing, 2(1), 25-30.
- Yalçın, A. (2021). Genç Yetişkinlerde Dijital Bağımlılık Düzeyleri ve Aleksitimi İlişkisi İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Varol, M. (2011). Alkol Raporu, Yeşilay Cemiyeti, İstanbul.
- Vardarlier, P., ve Zafer, C. (2019). Medya ve Toplum, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22(2), 355-361.
- Vardarlier, P ve Eren, E. (2013). Social Media's Role İn Developing An Employees Sense Of Belonging İn The Work Place As An HRM Strategy, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 99, 852-860.
- Ziyalar, A. (1991). Alkol Bağımlılığı, Psychiatry and Clinical Psychopharmacology, 1(1), 29- 33.

YEDİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE ÖZ SAYGI

Döne Habibe ZENGİN[†]

GİRİŞ

İletişim zaman içerisinde değişime uğramıştır. Teknolojinin gelişimiyle birlikte gazete, radyo gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının yerini, sosyal medya gibi yeni iletişim teknolojileri almıştır. Sosyal medyanın ortaya çıkması bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmış, depolamayı da mümkün hale getirmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelere insanlar zamanla adapte olmaya başlamıştır. Ev telefonlarının cep telefonlarına, bilgisayarın internete ve dizüstü, cep bilgisayarına dönüşmesiyle yeni bir dönem başlamıştır. Geleneksel medyadan, yeni medyaya geçişte zemin hazırlanmıştır. Yeni medyanın bu hızlı gelişimi bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunlardan birisi de, öz saygıdır. Gazete, radyo, televizyon tam olarak içselleştirilememişken, dijital medyanın yaygınlaşması ve sosyal ağların gelişmesi sonucu kullanıcıların başka hesaplarla etkileşim halinde olduğu yayınlar ve paylaşımlar yapması ile öz saygıyı; toplumsal işleyişi etkileyen bir olgu olarak son yıllarda yeniden gündeme getirmektedir. Sosyal medya, bireylerin yaşamını doğrudan etki altında bırakmaktadır. Sosyal medyada, bir hesap açıldığı ve paylaşım yapılmaya başlandığı anda kişisel özellikler, beğeniler, özel hayat, ideolojik görüş, bakış açısı, giyim tarzı ve yaşam biçimi de paylaşılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla bu da bireylerin sosyal medyada karşılaştırma yapmasına sebebiyet vermektedir. Sosyal ağlar bireyin benlik algısını dönüştürücü etkiye sahiptir. Sosyal mecralarda birey kendisine dijital bir kimlik inşa etmektedir. Sanal ortamda inşa ettiği kimlik ile gerçek hayattaki kimliği değişkenlik göstermektedir. Birey dijital ortamda olmak istediği kişi gibi davranmaktadır. Bu bağlamda gerçek hayattaki öz saygısının düşmesine neden olmaktadır. İnternetle birlikte dünya küçülmekte, iletişim kolaylaşmakta, insanların bilgiye, kişilere, kurum ve kuruluşlara ulaşması ve bireylerin düşüncelerini özgürce ifade edebilmesi olanaklı hale gelmektedir. Sanal ortam, özgür ve demokratik bir platform gibi görünmesine rağmen bireyler ve kitlelere ait birçok bilgiyi açığa çıkartarak kolay erişilebilir, etkilenebilir ve gözetlenebilir bir yapıya sahip olmaktadır. McLuhan'ın "küresel köy" tabiri sanal ortamları yansıtmaktadır. Fakat bu küresel köyde bireyler kendilerini sanal bir kimlik ile yeniden yaratmaktadır. Dolayısıyla öz saygılarını sanal ortamlardaki beğeni ve onay üzerine kurmaktadır. Kendi benlik algılarını kaybeden bireyler kimi zaman sosyal mecralarda paylaşılan mükemmel standartlarda gösterilen hayatlara göre idame ettirmektedir. Bu bağlamda o standartlara ulaşamayacağını kabul eden kullanıcılar düşük öz saygı ile kendilerini sanal uzamda gizleyebilmektedir. Bu yüzden bu çalışmada sosyal medya ve öz saygı ilişkisi hakkında daha detaylı bilgiler verilmesi amaçlanmıştır. Amaç doğrultusunda kavramsal çerçeve ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Bununla birlikte sosyal medyada var olan öz saygı sorunlarının çıkış noktasına neler yapılması gerektiğine değinilip öneride bulunulmuştur.

Sosyal Medya Kavramının Gelişim Süreci

İnternet ile hayat bulan sosyal medya 1990'lı yıllardan itibaren yüz yüze iletişimden, çevrim içi iletişime doğru yönelime sebep olmuştur. 20. yüzyılın sonuna doğru internetin ortaya çıkmasıyla birlikte enformasyon teknolojilerinde yaşanan gelişmeler iletişim biçimlerinde ve günlük yaşantıda pek çok değişikliğe ortam hazırlamıştır. Sosyal medya ile ortaya çıkan çevrim içi iletişimin merkezinde ise

^{††} Erciyes Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi, donehabibe29@gmail.com

sosyal medya bulunmaktadır (Öztürk ve Talas, 2015). İnternet kullanılarak oluşturulan sosyal paylaşım ağları bireyin iletişim sürecine doğrudan katılmasını sağlamıştır. İnsanlar, bu ağlar aracılığıyla, geniş ve yoğun ilişkiler kurabilmiştir. Sosyal medya, kişisel veya kurumsal sayfalar aracılığıyla dijital içerik oluşturup, fikirlerin, olaylara bakış açılarının, düşüncelerin, günlük yaşamların, fotoğrafların, reklamların paylaşımının yapılmasına olanak sağlamıştır. Sosyal medyanın gelişim sürecine baktığımızda sosyal medya kavramı olarak yeni medyanın içinde yer alsa da 1970'li yıllarda insan hayatının bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Sosyal medyanın tarihi 1978 yılında Ward Christensen ve Randy Suess tarafından oluşturulmuştur. Arkadaşları ile bilgi paylaşımı içerisinde bulunmak, onlarla irtibatta kalmak için farkında olmadan, BBS isimli bir yazılımı hayata geçirmişlerdir. MIRC'a, ICQ'dan ilerleyen süreç modern çağda popülerliğini sürdüren Facebook ve Twitter gibi platformların iletişimi sanallıktan kurtarıp gerçeğe dönmesini sağlayarak sosyal medya gerçekliğini olmuştur (Öztürk, 2015). ABD'li ressam, film yapımcısı Andy Warhol'un "Herkes 15 dakikalığına ünlü olacak" sözü mevcut durumda herkesin kendi videosunu çekip yayınlatabilme ve bir şekilde sosyal medyada yerini aldığını ortaya koymuştur. Ortaya çıkan her platform bir diğerinin geliştirilmiş modelidir. Modern çağda popülerliğini yitiren eski iletişim araçlarından olan MIRC programı 1995 yılında üretilmiştir. 1997 yılında Google kurulmuş, AOL'nin anlık mesajlaşma servisi yayına girmiştir. 1995 yılında dünya üzerinde toplam web sitesi sayısı 1 milyona ulaşmıştır. 1999 yılında Windowslive Messenger kullanılmaya başlanmıştır daha sonra program 2013 yılında Skype uygulamasına dönüşmüştür (Techturkey, 2025). Ludicorp tarafından 2004 yılında geliştirilen ve fotoğraf paylaşım sitesi olan Flickr, Nisan 2008'de video paylaşımına da izin vermeye başlamıştır. Bu uygulamada, 2010 verilerine göre 5 milyardan fazla fotoğraf barındırmaktadır. Modern çağ şartlarında popülerliğini koruyan ve milyonlarca insanın kullandığı sosyal medya platformlarından Facebook, YouTube, Twitter gibi uygulamalar mevcuttur. Mark Zuckerberg Facebook'u kurmadan önce Harvard kampüsünde öğrencilerin fotoğraflarını karşılaştıran Facemash sitesini kurmuştur. Mark Zuckerberg bu platformdan esinlenerek Facebook'u Harvard Üniversitesi'nde hayata geçirmiştir. Facebook, Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından 4 Şubat 2004 tarihinde kurulmuştur (Sabah, 2025). Sosyal medya paylaşımının video alanını oluşturan Youtube ise 2006 yılında kurulmuştur. Bu alana çok büyük bir katkı yapmıştır. Aynı dönemde mikro blog sitesi Twitter kısa zamanda kendi kültürünü ve kendi ünlülerini de oluşturmuştur (Sanlav, 2014).

Sosyal Medyanın Tanımı

Sosyal medya teknolojide yaşanan gelişmelerle birlikte insan hayatının ayrılmaz parçası haline gelmiştir. Sosyal medya kavramı, Türk Dil Kurumu'nun yaptığı tanıma göre genel ağda oluşturulan sosyal ağlar üzerinden kullanıcılar arasında görsel ve işitsel malzeme olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu, 2025). Bu genel tanım literatürde daha geniş bir perspektifte ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya, Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve iş birliği projelerini başarmaya imkân sağlayan web siteleridir (Akar, 2010). Karşılıklı iletişimi kolaylaştıran sosyal medya aynı zamanda karşılıklı etkileşim ile alışverişten yeme ve içmeye insanların hayatını idame ettirmesine kadar birçok sürecin zeminini hazırlamıştır. Bu tanımların yanı sıra Dabner'a (2012)'ye göre, sosyal medya sosyal etkileşimi entegre eden internet ve mobil temelli araçlar ve aletler olarak tanımlanmıştır. Sosyal medya geleneksel medyanın tek yönlü iletişimine göre hayatın her alanında derinlemesine bir etkiye bulunmaya başlamıştır. Dolayısıyla sosyal medyada karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Kullanıcılar kendilerine ait herhangi bir video, resim, söz ve ideolojiyi paylaşabilmektedir. Bunlarla da kalmayıp karşı taraftaki kullanıcıyı yönlendirebilmektedir. Yönlendirme zaman zaman insanların sosyal medya üzerinde fikirsel, dinsel ve ideolojik anlamda örgütlenmesine fırsat vermektedir (Oyman, 2016). Sosyal medya kullanıcıları sadece bir merkezi yapıdan ya da kurumlardan üretilen içerikleri takip etmenin ötesine geçerek içerik üreticisi konumuna yükselmiştir. Zaman içinde kullanıcı türevli bu içerik üretimi giderek kompleks ve çeşitlenen bir boyuta

ulaşmıştır. Dolayısıyla bireyler içeriği tüketenden çok üreten kısımda bulunmalarına olanak sağlamıştır. Bundan hareketle Özata (2013)'ya göre sosyal medya; Web 2.0 üzerinde ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaların bütününe denilmektedir. Teknolojik gelişmeler neticesinde sosyal medya yükselişe geçerek bilinirliğini arttırmıştır. Karşılıklı iletişim ve etkileşim aracılığıyla insanlar içerik tüketicisi olmaktan çıkıp içerik üreticisi olmuştur. Sosyal medya özelliği itibarıyla kullanıcıların gönüllü bir biçimde video, yorum, ses, yazı, resim gibi bir takım multimedya içeriklerini rahatlıkla paylaşmasına müsaade eden bir yapıdır. Sosyal medya, kavramı hem internet kullanımının değişen koşullarına paralel olarak teknolojik boyutuna atıf yaparken hem de bireylerin bir şeyler üretmesi ve onları paylaşımlarına kadar geçen sürede oluşan sosyal rolleri de kapsamaktadır (Yıldız, 2017). Puluroğlu (2022)'e göre sosyal medya; "bireyin kendi çabası sonucunda ortaya çıkardığı çok çeşitli içerikleri yeni medya teknolojileri aracılığıyla başkalarıyla paylaştığı platformlara verilen genel isim" şeklinde ifade edilebilir.

Sosyal Medyanın Özellikleri

Gelişen her teknoloji yanında bazı özellikleri beraberinde getirmektedir. Sosyal medyada bir takım temel özelliklere sahiptir. Bunlar Mavnacıoğlu (2009)'e göre şu şekilde sıralanmaktadır: Zaman ve mekân sınırlaması olmadan, paylaşımın ve tartışmanın esas olduğu bir internet uygulamaları zinciridir. Bireyler, kendi ürettikleri içerikleri çok kolay bir şekilde internet ortamında ve mobil ortamda yayımlamaktadır. Başka kullanıcıların içeriklerini, yorumlarını takip etmektedirler. Birey, hem takip eden hem de takip edilendir. Temeli, kuralları belirlenmiş bir iletişime değil samimi bir sohbet mantığına dayanır. İçerikler detaylı incelendiğinde informel oldukları ve zamanla kullanıcılar arasında bir dedikodu zincirine dönüşebildikleri görülmektedir. Medyanın karşılıklı etkileşimde zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırması McLuhan'ın küresel köy kavramını hayata entegre ettiğini göstermektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın özellikleri literatürde benzer açıklamalarla pekiştirilmiştir. Bir başka tanımlamada sosyal medyanın temel özellikleri İşlek, (2012) tarafından şu şekilde sıralanmıştır: Katılım, sosyal medyada istekli olan herkesi katkı yapma ve geri dönüş sağlama konusunda cesaretlendirmektedir. Bu gelişmede medya ve kitle arasındaki çizginin silikleşmesine, "içerik oluşturan" ve "takip eden" tanımlarının net olan ayırımının azalmasına yol açmaktadır. Açıklık, sosyal medya servislerinin birçoğu geri bildirim ve katılıma açıktır. Oylama, yorumlama ve bilgi paylaşımını teşvik etmektedirler. İçeriğe ulaşmada ve içeriği kullanmada nadiren giriş engelleri bulunmaktadır. Zaten, şifre korunaklı içerikler kullanıcılar tarafından çok fazla benimsenmemektedir. Karşılıklı konuşma, geleneksel medya "yayıncılık" ile ilgiliyken (içerik bir kaynaktan izleyicilere dağıtılıyor) sosyal medya daha çok iki yönlü bir iletişim ve etkileşim sağlamaktadır. Topluluk, sosyal medyada toplulukların hızlıca oluşmasına ve etkili bir iletişime sahip olmasına izin verir. Topluluklar ortak ilgileri paylaşmaktadır. Bağlantılı olma, sosyal medya sitelerinin birçoğu bağlantılı olma özelliklerini geliştirmekte ve diğer sitelere, kaynaklara ve kullanıcılara link vererek trafik sağlamaktadırlar. Ayrıca bu özelliklerin yanı sıra sosyal medya "ilişki kurma, güven inşa etmede diğer insanlara ulaşma ve onlarla bağlantılı kalmada iletişim ve bilişim teknolojilerinin kullanılması" olarak tanımlanmaktadır. Bu doğrultuda Güzel (2020) ise, sosyal medya literatürüne kitlesizleştirme kavramı üzerinden farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Özellik şu şekilde tanımlanmaktadır: "Sosyal medyada kişiler çift olarak iletişime geçebildiği gibi çoklu iletişim de kurulabilmektedir. Özelliğinden dolayı sosyal medyanın kitleselleştirici olduğu söylenebilmektedir."

Sosyal Medya Türleri ve Kullanım Amaçları

Sosyal medyanın egemenlik kurduğu ve büyük ölçüde insanları kontrol altına aldığı modern çağda, insanlar da artık medyanın dilini konuşmakta, medya gibi düşünmekte ve medya gibi karar vermektedir. Sosyal medya içerik ve biçimsellik olarak hayatın her alanına yayılmıştır. Sosyal medya çeşitli platformları ile insan hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Sosyal medyada çeşitli platformlar, siteler,

forumlar bulunmaktadır. Sosyal medya terimi de bu platformların birleşimidir. Sosyal ağ kavramının tanımına bakıldığında; sosyal medyanın sosyalleşmesini sağlayan kısmını oluşturmaktadır. Diğer bir ifade ile sosyal medyada ağırlıklı olarak tek kullanıcılık, otoriterlik, tekdüzelik ve tüketime sunulma söz konusu iken sosyal ağda iletişimin çift yönlülüğü, kolektifliği, üretimi ve paylaşımı, bunlardan da önemlisi sosyalleşme ile etkileşim belirginleşmektedir (Acar, 2024).

Sosyal mecralardan birisi olan blogların bir diğer ismi ile web log Türkçeye web günlüğü olarak çevrilmiştir. İnternet dünyasında web log kelimeleri web sitelerine bağlantı kayıtlarını ifade etmek için kullanılmaya başlanmıştır. Üzerinde, farklı yapıdaki kişisel siteler için tek kelime olarak kullanılmaya başlanması kaynaklara göre 1997 yılında gerçekleşmiştir. Weblog terimini ilk kullanmaya başlayan kişi John Barger'dır. John Barger Weblog'u şu sözlerle tanımlamaktadır: Webloglar, web üzerindeki diğer makalelere ve sitelere yorumlarla beraber linkler veren, sıkça güncellenen sitelerdir". Bir web log, giderek daha iyi tanınmaya başlanan canlı bir rehber eşliğinde gerçekleşen sürekli bir tur gibidir. Seçebileceğiniz pek çok rehber bulunmaktadır. Her bir rehber kendi izleyicisini ve takipçisini oluşturabilmektedir (Ataman, 2006).

Modern çağda en yaygın kullanılan video paylaşım sitesinin başında YouTube gelmektedir. YouTube, kullanıcılarına video izleme, video yükleme, bir kanal sahibi olma gibi olanaklar sağlamaktadır. Ayrıca, içerikler diğer sosyal medya platformlarında da paylaşılabilen ve kullanıcılar herhangi bir içerikle ilgili olarak yorum yapabilmekte, birbirleriyle iletişime geçebilmektedir (İlhan ve Görgülü, 2019). YouTube ile kullanıcılar birçok kişi tarafından izlenebilmekle birlikte yeni bir iş sahasına sahip olmaktadır. Sosyal ağ olarak ifade edildiği şekilde Facebook, kullanıcıların artmasıyla yaygınlaşmıştır. Facebook kullanıcıların iletişimde kalmasını sağlayan bir platformdur. Başka bir sosyal medya platformu incelendiğinde mikro bloglar ortaya çıkmaktadır. Anlık paylaşım olanağı ile yaygın kullanıma sahip olan mikro bloglar bireylerin özel alanına dair olan içeriklerini başkalarına paylaşabilmektedir. Mikroblog platformu sayılan Instagram'da bireyler kendi özel yaşamlarına dair pek çok şeyi paylaşmaktadırlar. Bu bakımdan, sosyal medya platformlarından Instagram'ın blogger kimliğini giderek yaygınlaştıran araçlardan biri olduğu söylenmektedir.

Sosyal Medyanın Etkileri

Sosyal medyanın kişiliklere, zamana, mekâna, konuya ve diğer birçok faktöre göre değişen etkileri söz konusu olmaktadır. Bu bağlamda her bireyin sosyal medyada bulunma amacı farklılaşmaktadır. Sosyal medyada kimi kullanıcılar yalnızlıklarını giderirken kimisi ürün pazarlamak, alışveriş yapmak, arkadaşları ile iletişimde kalmak, gündemi takip etmek gibi çeşitli doyumlara ulaşmak için kullanılmaktadırlar. Sanal ortamda bir topluluk oluşturan bireyler aynı zamanda toplumsal olayları da etkileyebilmektedir. Kullanıcıların gündemi takip ettiği ve aynı zamanda gündemi oluşturduğu Twitter gibi sosyal medya platformlarında herhangi bir olayda hashtaglar ile birlik olup protesto yaparak toplumu harekete geçirebilmektedirler. İnsanlarla etkileşim için ucuz ve kolay bir yol sunması, zaman ve mekân kısaltması tanımaması güçlendirici etkiler içinde sayılabilmektedir. Dolayısıyla iletişimin kolaylaşarak bireylerin birbirinden kopmamasına ve sosyal ilişkileri güçlendirmesine olanak tanımıştır. Bazı araştırmacıların yaptığı çalışmalar sosyal medyanın kullanım biçimlerini sanal ortamlardaki günlükler üzerinden değerlendirmektedir. Bunların basit, kendince önemli, karmaşık, çeşitli, olduklarını dile getirmekte ve bu özellikleriyle de iletişim kurmanın rahat ve esnek yolunu oluşturduklarını ileri sürmektedir (Hazar, 2011).

Sosyal Medyanın Birey Üzerine Etkileri

20. yüzyılda kitle iletişim araçları geliştirilerek, ilerleme sağlanmıştır. Bu gelişim, gazete, radyo ve televizyon ve internette yaşanmaktadır. Gelişen her teknoloji bu alanda öncül kuram ve yaklaşımları

yeniden değerlendirmeye tabii tutarak yenilerin üretilmesine olanak sağlamıştır (Işık, 2009). Dolayısıyla kitle iletişim araçları sürekli kendini geliştirmeye devam etmektedir. Kitle iletişim araçları için bahsedilen durum sosyal medya uygulamaları için düşünüldüğünde, bireyler fikirlerini sosyal medya ile dolaysız olarak söyleyebilmekte ve çevrim içi ortamda yer alan diğer bireyleri de etkisi altında bırakabilmektedir. Bu durum bireyde dışlanma duygusunu harekete geçirebilmekte olup diğer bireylerle aynı görüşte olmaya zorlayabilmektedir. Dolayısıyla birey suskunluk sarmalına bürünerek kendini güvende hissetmektedir. Ünal (2021)'e göre, bireyi merkeze alan teknoloji aracılığıyla iletişim sağlanan Web 2.0 teknolojilerinin birey merkezli durumu bağımlılığı da beraberinde getirmiş ve çalışmaların yönünü değiştirmiştir. Kitle iletişim araçları bağımlılığı; cep telefonu, sosyal medya, dijital oyun, Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok gibi uygulamalarda görünmektedir. Her bağımlılık yapan platformun kendi içerisinde dinamikleri mevcuttur. Medya bağımlılığı teorisini marka düzeyden mikro düzeye indirgeyerek inceleyen Işık'a (2009) göre, içinde yaşadığı toplumsal dünyayı anlamak, bu doğrultuda etkili ve anlamlı davranma şekilleri geliştirmek ya da günlük sorun ve gerilimlerden kaçma gereksinimleriyle medyaya bağımlı hale gelen izleyicilerin algı, duygu ve davranışlarında değişime gidileceği kuramın temel ön görüşlerini oluşturmaktadır. Birey, sanal ortamda kendisini sürekli karşılaştırma eğilimindedir. Dolayısıyla sosyal mecrada bireyler imajlarında düşüncelerinde veya takip ettikleri kullanıcıların standartlarında olmak için kendilerine yeni bir sanal kimlik inşa ederek sosyal hayattaki benlik algılarını olumsuz etkilemektedirler. Böylece birey öz saygısını kaybetmeye başlamaktadır.

Öz Saygının Tanımı

Öz saygı ilk kez 1969 yılında psikolog Nathaniel Branden tarafından araştırılan ve kavramsallaştırılan kişinin yaşadığı zihinsel ve duygusal problemler ile ilişkili bir kişilik özelliği olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal bilimlerde çalışma konusu olan öz saygı kavramı bireyin bir kişi olarak değerinin yine kendisi tarafından gerçekleştirilen öznel değerlendirmesi olarak ifade edilmektedir. Bu çerçevede öz saygı, bir kişinin nesnel yetenekleri ve becerileri üzerinden başkaları tarafından nasıl değerlendirildiğini zorunlu olarak yansıtmamaktadır (Balcı vd., 2019). Tekcan ve Alan'a (2022) göre saygıdan önce, saygının içinde bulunan öz saygının ele alınması gerekmektedir. Tarihsel süreçte geçerliliğini sürdüren değerlerden biri olan saygıyı bireyin içselleştirerek kendisine verdiği değer öz saygıdır. Saygı ve öz saygı toplumun temel bileşenlerini oluşturmaktadır. Onlar sayesinde toplumsal dayanışma, iş birliği, hukuk, yardımlaşma, hürmet, onur ve kalkınma gerçekleşir. Söze, davranışa, duyguya karışan bu değerler; çatışmaların çözümünde hiyerarşinin oluşumunda güzelliklerin kalpten kalbe akmasında önemli rol oynamaktadır (Emiroğlu ve Keskin, 2022). Bu değerler perspektifinde kişinin kendine biçtiği değerlilik duygusu benlik saygısının temelini oluşturmaktadır. Bu duygular sonucu oluşturduğu benlik saygısı, bireyin hem kendisine hem de dış dünyaya olan bakış açısının ve davranışlarının önemli bir belirleyicisidir (Oktan ve Şahin, 2010). Bireyin sergilediği tutum öz saygının çeşitli boyutları ile yakından ilişkilidir. Nitekim öz saygının öz yargılama ve duygusal tepkiler olarak iki ana unsurunun olduğu belirtilmektedir. Öz yargılama, bir insanın hayatın farklı alanlarında kendisini değerli olarak nitelendirip nitelendirmediği ile ilgili düşüncelerini, duygusal tepkiler ise bireyin kendisini değerlendirirken hissettiği duyguları içermektedir. Öz saygının bu iki ana boyutu bireyin hayatında edinmiş olduğu çeşitli deneyimlerden kaynaklanmaktadır. Bireyin hayatında yaşamış olduğu durumlar erken dönem deneyimler, travmatik, stresli yaşam gibi olaylar bireyin öz saygısıyla ilgili bedensel, ilişkisel, başarı ve gelecek boyutlarında olumsuz belirtiler göstermesine sebep olmaktadır (Turgut ve Çınar 2021). Bu olumsuz boyutun somut karşılığı düşük öz saygıdır. Bireyin kendini dış görünüş olarak şişman hissetmesi, çirkin olarak görmesi, değersizlik hissiyatı yüklemesi, kendisini diğer insanlara göre yermesi kısaca sürekli kendisini eleştirmesi gibi düşünceler mevcuttur. Kendi potansiyellerini keşfedemedikleri için hedeflerini minimum seviyede tutma eğilimindedirler. Kendilerini bazı aktivitelere katılmaktan geri çekerler. Oysa öz saygı; bireyin kendisi ile barışık olması,

kendi yeteneklerine ve becerilerine, duygularına, düşünce kalıplarına, değerlerine ve kendi görünüşüne saygı duyması anlamına gelmektedir (Maden ve Karaaziz, 2025). Bireyin kendisine karşı oluşturduğu olumlu tutum öz saygının en temel noktasıdır.

Benlik Kavramı

Modern çağda toplumların gündelik yaşamını kuşatan sanal ortamın bireylerin kendilerini yeniden inşa etmesinde büyük payı bulunmaktadır. Bireyler, sosyal medya aracılığı ile kültürler arası zaman ve mekân sıkışması yaşamadan diğer bireylerle karşılıklı etkileşime girmekte, fiziksel, toplumsal ve kültürel özelliğini varlığını, sesini, görüntüsünü dikkate alarak, sanal kimliklerini belirlemekte, hatta etkileşim sürecinde kendi kimliğini, cinsiyetini toplumsal rol ve statüsünü gizleyerek iletişimde bulunmaktadır (Armağan, 2013). Kişiliğin bel kemiğini oluşturan “benlik-self” kavramı özünde bireyin kendini inşa etmesini ifade etmektedir. Benliğin oluşum süreci çeşitli etmenlere bağlıdır. Bunlar psikolojik olmak üzere biyolojik ve sosyolojik birçok faktörlerdir. Benlik başta psikoloji bilimi olmak üzere birçok alanda çalışma ve araştırma konusu olmuştur. Benlik kavramına ilk kez psikolog William James’in 1890 yılında yayımladığı “The Principles of Psychology Psikolojinin İlkeleri” adlı eserinde yer verilmiştir. James’e göre benliğin dört unsuru bulunmaktadır: “maddesel benlik”, “sosyal benlik”, “manevi benlik” ve “saf ego”. Maddesel benlik, bireyin sahip olduğu maddesel varlıklarını ifade ederken, maddesel varlık olarak kastedilen şey bireyin “benim” olarak adlandırabileceği her şeydir. Bu bağlamda “benim bedenim, benim evim, benim annem” cümleleri maddesel benliği oluşturmaktadır. Sosyal benlik, bireyin başka bireyler tarafından algılanış biçimidir. Birey farklı sosyal mecralarda birtakım roller edinerek çeşitli sosyal benlikler inşa etmektedir. Bireyin aile ilişkileri, iş ortamı, arkadaş çevresi başta olmak üzere farklı ortamlarda edindiği farklı roller sosyal benliği açıklamaktadır. Manevi benlik, bireyin kendi görüşlerini, tutum, istek ve arzularını değerlendirmesini ifade etmektedir. Ruhsal benlik tamamen subjektiftir. Saf ego ise tek başına açıklanması mümkün olmayan, maddesel benlik, manevi benlik ve sosyal benlikle birlikte ele alınması gereken ve benliğin deneysel olmayan yanını ifade etmektedir (Bulat, 2020). Dolayısıyla sosyal medyada çeşitli benliklere bürünen birey öz saygısını inşa ettiği benliğe göre şekillendirmektedir. Literatürde benlik üzerine çok fazla açıklama yapılmıştır. Lawrence’a göre benlik kavramı, bireyin zihinsel ve fiziksel özelliklerinin toplamı ve sahip olduğu bütün bu özelliklere ilişkin kendini değerlendirmesi olarak tanımlanabilir. Bireyin varoluşsal olarak sürekli kendini araması benlik kavramını pekiştirir niteliktedir (Özdemir ve Yıldırım, 2019). Gencer’e göre, benlik, “Kişiyi özelliklerine göre tanımlayan, kişiyi diğer kişilerden ayırt eden ve kişilerarası farklılıkları vurgulayan bir kavramdır. Bireyi farklı kılan diğer insanlardan ayrılan yönleridir. Her bireyin farklı bir benliği bulunmaktadır. Bu durumda benlik, bireyin kendi düşünsel ve davranışsal yapısının farklılığını belirlemektedir. Bireyi diğer bireylerden ayıran özelliklerine bağlı olarak toplum içerisinde yer edinmektedir.

Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu adlı eserinde Goffman, kişilerarası etkileşimde arzulanan benliği göstermek için insanların nasıl performans sergilediklerini, insanların sahne önü ve arkasındaki davranışlarını karşılaştırarak tiyatro ile ortaya çıkarmaktadır. Etkileşimler boyunca katılımcılar da birer aktör olarak gözükmetedir. Bireyler sanal ortamda olmayan özellikleri “mış” gibi yaparak sergiledikleri performansa göre takipçilerinden beğeni ve yorum almaktadır. Goffman’a göre, aktör, kendisi ve ürünlerinin idealleştirilmiş şekli ile uyumlayan tüm etkinlikleri, gerçekleri ve amaçları saklayabilme eğiliminde olabilmekte veya olduğundan daha önemsiz gösterebilmektedir. Dolayısıyla bireyler benliklerini inşa ederken istedikleri özelliklerini yok sayabilmekte ve yönetebilmektedirler. Bu durum bireyin sosyal hayattaki benlik algısını olumsuz etkilemektedir (Kavut, 2018).

Benlik Sunumuna Dair Bir Araştırma: Instagram Örneği

Sosyal mecraların benlik sunumuna etkisi giderek artmaktadır. Son zamanların en popüler sosyal medya platformlarından olan Instagram bunlardan birisidir. Instagram'ın görsel ağırlıklı olması bireyleri sürekli olarak görüntü paylaşmaya teşvik etmektedir. Goffman'ın rol kuramına göre, tiyatro sahnesindeki aktörün karşılığı sosyal medyada "takipçi"dir. Bu çalışmanın teorik çerçevesini Erving Goffman'ın "Dramaturjik Modeli" ve "İzlenim Yönetimi Teorisi" oluşturmaktadır. Çalışmada Instagram'da takipçi sayına artan kullanıcıların benlik sunum tarzlarının değiştiği ve kullanıcıların gerçekte olmayan fakat idealize edilmiş bir benlik sunma eğilimine girerek öz benliklerinden uzaklaştığı saptanmıştır. Bu çalışmada araştırmacının temel amacı, kullanıcıların sosyal medya profillerinde sergiledikleri benlik sunumları ile gerçek toplumsal yaşamda sergiledikleri benlik sunumları arasındaki farkı ortaya çıkarmaktır. Bu yolla sosyal medyanın idealize edilmiş bir benlik sunumu için uygun koşullar oluşturduğu, kullanıcıları öz benliklerine yabancılaştırarak ideal benlik sunumu yapmaya zorlandıklarına dair bazı bulgulara ulaşılabileceği düşünülmektedir. Özellikle de gözlemci etkisi yaratan takipçilerin sayısındaki artış, kullanıcıların gerçekte oldukları kişi (öz benlik) ile olmak istedikleri kişi (ideal benlik) arasındaki farkın, Instagram'da görünmez hale geldiği belirlenmiştir. Takipçi sayısı 10,000'den fazla olan ve sosyal medya fenomeni olarak adlandırılan hesapları yöneten kullanıcılardan rastlantısal yöntemle belirlenen 6 kullanıcının takipçi sayısı düşük olduğu fenomenlik öncesi dönemi ile takip sayısının 10,000'i aştığı fenomenlik dönemine dair 5'er adet paylaşımı, bu form kullanılarak analiz edilmiştir. Goffman'ın benlik sunumu kuramında yer alan parametreler aktör, rol ve rutin, sahne önü, sahne arkası, verilen izlenim, kişisel vitrin, performans kavramları kullanılarak yazıya geçirilmiş ve durum çalışması yapılarak, tablolar oluşturularak değerlendirilmiştir. Araştırmacı tarafından seçilmiş dört profil üzerinde yapılan araştırmadan her bir profil sahibinin istatistik verileri, hedef kitlesi, takipçileri yaş aralığı, cinsiyet oranı zaman içindeki etkileşim oranı beğeni sayısı, yorum sayısı eski postlarla güncel postlar arasındaki fark, paylaşım sıklığı, paylaşım tarzı, mekân, dekolte, eşya vb arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Kişinin zamanla takipçi sayısının yükselmesi ve etkileşim oranının artması nedeniyle benlik sunumundaki farklar Goffman'ın terminolojisi kapsamında değerlendirilmiştir. Bunu yapmaktaki amaç kullanıcının sosyal medya platformu Instagram'a ilk katıldığı dönemlerde yaptığı paylaşımları ile güncel paylaşımlarını karşılaştırmak ve davranışlarının hangi yönde değiştiğini belirlemektir (Gulmammadzada ve Işıklı, 2020).

Sosyal Medyanın Öz Saygı Üzerindeki Etkilerini İncelenmesi

Gelişen teknoloji kitle iletişim araçlarıyla yapay bir iletişim meydana getirmiştir. Bu iletişim ortamı, var olan medya yapısını etkileşime dayalı olarak sanal veriye dönüştürmüş; üretim, dağıtım ve paylaşımın bilgisayarlar üzerinden gerçekleştiği yeni bir yapıyı ortaya çıkarmıştır. Değişen medya ortamı kullanıcılara zaman ve mekândan bağımsız olarak etkileşimde bulunma fırsatı yaratmıştır. Kitle iletişim araçlarındaki bu gelişme ortaya çıkardığı sosyal mecralar gündelik hayatı değişime uğratmıştır. Sanal ortam sanal sosyalleşmeyi, sosyalleşme bireyin sanal ortamda kimlik oluşturmasını sağlamıştır. Sosyal ağlarda kimlik inşa eden birey gerçekte sergilemeyeceği tutum ve davranışları sergileyebilme imkânı bulmuştur. Dolayısıyla sanal mecralar içerisinde bireyin tutum ve davranışları gerçek kimliği ile çelişmektedir. Chandler ve Munday'nin 2018 yılındaki araştırmasına göre, kimlik kavramı zaman içinde tüm iç ve dış etkenlere bağlı olarak şekillenmekle birlikte kişide kalıcı olan aynılığı ifade etmektedir. Bu anlamda kimlik, bireyin öznel kendilik hissini tanımlamaktadır. Sosyal ağlarda birey diğer kullanıcılardan kendi kültürel bağlamı içinde farklılıklar göstermektedir. Bu bağlamda kimliğin şekillenmesi bireyin diğer kullanıcılar ile olan iletişimi ve ilişkisi referans alınabilmektedir. Kimlik inşası kültürel açıdan; cinsiyet kimliği, etnik kimlik ve sınıf kimliği gibi farklı kategorilere ayrılmaktadır (Zinderen, 2020). Bu çerçevede sanal ortamda kimlik çeşitliliği mevcuttur. Farklı kimliklerin ortaya çıkmasında bireyin diğer kullanıcıları konumlandırması etkili olmaktadır. Sosyal mecralarda kimlik inşası farklı etkenlere bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir. Birey kendisini yansıtmayan sanal bir kimliğe

bürünebilmektedir. Burada esas olan bireylerin kendi benliklerini sunuş biçimleri ve benlik algısındaki değişimdir (Erden, 2017). Sosyal paylaşım sitelerinde birey kendi kimliğini gizleyerek sahte hesaplar (fake account) kullanması, kullanıcı adına kadar kendi kimliğini saklayabilmesi, sosyal paylaşım ağının oluşturduğu filtreler ile bedenini şekillendirmesi sanal ortamda güvensizliğin oluşmasına neden olmaktadır. Kimlik mimarı olan bireyin kendini yaratmanın ütöpik fanteziler içinde dolandığını söyler. Cinsiyet, ırk, yaş, etnik köken, cinsel tercihler, sınıf, eğitim gibi insanı gerçek kılan bütün sabitlemeler çözülür. Dil, kendini konuşan bedenin sınırlandırılmış sabitlemelerinden bir olanaklar alanına ulaşır. Sanal ortamdaki takma ad kullanımı incelemelerinde kullanıcı, hem dikkat çekici olmak hem de kabullenilmek ister. Aynı zamanda kendi benliğinden de parçalar bırakır (İşman vd., 2016). Sosyal ağlarda tuzağa düşebilecek kesim olarak nitelendirilen ergenlik dönemindeki genç bireyler sanal ortamda çevrim içi dolandırıcılığa maruz kalabilmektedirler. Özellikle ergenlik dönemindeki genç bireylerin kandırılmasına, yanıltıcı uygulamalara ve çevrim içi dolandırıcılıklara neden olabilmektedir. Dolayısıyla resmi kurumlar da dâhil olmak üzere birçok kurum kamu spotu olarak online dolandırıcılığın nasıl gerçekleştiğini anlatan kısa videoları medya kanallarında göstermektedir. Fakat bu konuda çalışmalar yeterli değildir. Çünkü sanal ortamda aynı kişi birden fazla fake hesap oluşturabilmektedir. Fake hesaplar için önlem alınması gerekmektedir. Burada üç tür kimlik yapısından söz etmek mümkündür. Bu kimlik yapıları ise bireysel, sosyal ve dijital boyutlarda şekillenip, anlamlı kılınabilen kimliklerimizdir. Bireysel kimlik, kişiyi “özgün” kılan, kendisini diğerlerinden farklılaştıran değerler bütünüdür. Sosyal medyada herkesin bir profili olmasını buna örnek olarak verebiliriz. Sosyal kimlik ise, kişinin ait olduğu grupların idealleri ve kimliği ile dayanışma içerisinde olmasıdır. Bireyin bulunduğu topluluk kimliğine yön verebilmektedir. Bireysel kimliği ile bireyin bulunduğu grubun normları ve değerleri ile bütünleşmektedir (Ada ve Meder, 2022). Üçüncü bir kimlik türü olan dijital kimlik, bireylerin dijital ortamlarda sergilediği, inşa ettiği kimlik türüdür. Sosyal paylaşım sitelerinde oluşturulan kimlikler değişime uğrayarak sürekli güncelliklerini korumaktadır. Dijital kimlikler bireyin kendi istekleri doğrultusunda değiştiği için bu kimliğin dönüşümü bireyin egemenliğindedir. Birey sanal ortamda oluşturduğu dijital kimlikle normal yaşamında sergileyemediği, dile getiremediği her şeyi kolaylıkla sanal ortamda hayata geçirebilmektedir. Fakat birey dijital ortamdaki kimliği ile gerçek hayattaki kimliği çeliştiği için öz saygısını kaybetmeye başlamaktadır.

Sosyal Karşılaştırma Teorisi

İnsanın kimlik arayışı yüzyıllar boyunca süregelen bir olgudur. Bireyin kendini anlama çabası “kim” olduğuna cevap araması ile başlamaktadır. Çoğunlukla yaşadığı çevredeki insanlarla kıyas yapmakla başlayan bu serüven bireyin kendisi hakkında çevreden edindiği bilgileri bilinçli veya bilinçsiz şekilde hayatına geçirmesi ile devam etmektedir. Bu nedenle, bireylerin kendisiyle bilgi edinmede izledikleri bu yol, araştırmacıların ilgisini çekmiş ve sosyal karşılaştırma kuramını ortaya çıkarmıştır. Sosyal karşılaştırma kuramını ileri süren Festinger, tüm bireylerde görüş ve yeteneklerini değerlendirmek için evrensel bir dürtü bulunduğunu ifade etmiştir. Kendini değerlendirmek isteyen bireyler, öncelikle objektif bir ölçüt ararlar ancak kesin ve objektif bir standarda ulaşmak her zaman mümkün değildir. Bu çerçevede bireyler, kendi ölçütlerine ulaşmasının mümkün olmadığı zamanlarda kendilerini başkaları ile kıyaslama yoluna girerek kendilerini değerlendirebilecek bilgilere ulaşmaktadırlar. Burada en önemli nokta bireyin kendini kimler ile karşılaştırdığıdır. Kıyaslama öznesi kritiktir, çünkü birey kıyaslama sonucu kendisi ile ilgili olumlu veya olumsuz bir sonuca vararak öz saygısına yön verebilmektedir. Sosyal karşılaştırma kuramında başlangıçta, bireylerin kendini yalnızca kendisi ile benzer özelliklere sahip kişilerle karşılaştırdığı; üst düzey veya alt düzey kişilerle karşılaştırma yapmanın bireye kendisi hakkında bilgi verici olmayacağı savunulmuştur (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2020). Kuramı geliştirmeye çalışan diğer araştırmacılar ise, kişinin kendisini başkaları ile kıyaslamasının öz saygıyı arttırmasını ve öz saygıya katkıda bulunabileceğini ortaya koymuştur. Öyle ki bu görüşe göre bireyler, kendinden daha başarılı daha iyi durumda olan kişilerle motivasyonunu arttırabilmekte aynı zamanda ilham alarak kendi

öz saygısını yükseltebilmektedir. Bu karşılaştırmaya yukarı doğru karşılaştırma denilmektedir. Hakikaten insanlar sosyal medyada başarı videoları, motivasyon videoları gibi içerikler ile bireylere ilham olarak bireyin kendini yukarı doğru karşılaştırmasına ve harekete geçmeyi sağlamaktadır. Kendisinden durumu kötü olanlarla kişinin kendisini karşılaştırmasına “aşağı doğru karşılaştırma” denilmektedir. Bireyin kendisinden daha az kazanan veya eğitim seviyesi daha düşük olan kişilerle kendini karşılaştırarak kendi durumunu daha iyi görmesine ve öz saygısının yükselmesini sağlamaktadır. Bireyin kendisini karşılaştırdığı kişilerin bulunduğu konum, statü, eğitim, ekonomik durumları vb. temel de bireyin öz saygısının yönünü belirlediği söylenebilir. Türkiye’de internetin yaygınlaşmasıyla sosyal medya kullanım oranı her geçen gün katlanarak artmaktadır. Bu sebeple sosyal medyada bireylerin kendilerini karşılaştırabilecekler büyük bir havuz oluşmaktadır. Sosyal medyanın sunduğu çeşitli ortamlar ve çeşitli içerikler bireylere sosyal platformlarda kendilerini kıyaslayabilecekleri bir ortam sağlamaktadır. Öyle ki sosyal medyada ki motivasyon içerikli paylaşımlardan etkilenerek kendi öz saygısını geliştirenler veya güzellik algısını mükemmeliyet seviyesine çeken sosyal medya kullanıcılarından etkilenen bireylerin öz saygısını düşürmesi gibi birey zengin içerikten etkilenmektedir. Sosyal karşılaştırma eğilimini güncel iletişim alanında inceleyen araştırmaların artmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal medyadaki etkileşimlerin gerçek hayatta daha farklı şekilde tezahür ettiğini dikkate almak gerekmektedir. Sosyal medyada yapılan kıyaslamaların gerçek yaşamda farklı şekilde işlediğini unutulmaması gerektiği söylenmektedir. Faranda ve Roberts'a göre, sosyal medyada bireyler kendi kimliklerini yeniden inşa etme yolunu benimseyebilmektedir (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2020). Bireyler kendilerinde olmayan özellikleri, yetenekleri veya konumları bu mecralarda o özelliklere sahip gibi, kısaca “mış” gibi yapmaktadırlar. Facebook'ta yapılan yukarı doğru karşılaştırmaların ise, yaş grubu fark etmeksizin bireylerin benlik saygılarına ve iyi oluşlarına zarar verdiği bilinmektedir.

Sosyal Medyanın Büyüteç Etkisi

Sosyal medya bireylerin kendilerine olan algılarını olumsuz etkileyebilmektedir. Yapılan araştırmalara göre Instagram’da sunulan görsellik kişinin beden algısını sorgulamasına, Facebook gibi mecralardaki etkileşimde kişinin öz güvenini düşürmesine sebebiyet verdiği için sosyal mecralarda düşük öz saygıya rastlanmaktadır. Görsellik üzerine kurulan Instagram gibi sosyal medya uygulamaları kişilerin idealize edilmiş bedenlerde olmalarını kusursuz bir imaj sergilemelerini aksi takdirde güzellik algısına uyulmadığını göstererek insanları belli standart kalıplara sokmaya çalışmaktadır. Özellikle genç bireyler kendi bedenlerini standartlara dâhil etmeye çalışmakta veya öz saygılarını yitirerek o mecralarda görünmez olarak bulunmaktadır.

Kıyaslama Kültürü

Boo (2025) tarafından yapılan bir değerlendirmeye göre yaygın çevrim içi karşılaştırmalar sosyal karşılaştırma teorisi, bireylerin genellikle kendi hayatlarını çevrim içi gözlemledikleri hayatlarla değerlendirdiklerini öne sürmektedir. Bu bağlamda sosyal medyada gösterilen mükemmeliyetçi hayatlarla bireyin kendi hayatını kıyaslaması bireyde öz saygı düşüklüğüne neden olmaktadır. Sosyal mecralarda öz saygı düşüklüğüne sebebiyet veren bazı faktörler bulunmaktadır. Bunlar: Instagram Sanal Temsiller: Gündelik hayatın olağan seyrine, konuşma diline, düşünce tarzına nüfuz eden sosyal medya araçları bedenleri de önemli ölçüde etkilemektedir. Görünürlüğün sanal benlik imgeleri ile sergilendiği bu mecralarda kusursuz insan imgesine ulaşma arzuları tetiklenmektedir (Ahadzadeh vd., 2017; Özgür ve Uçar, 2020; Perloff, 2014; Türk ve Bayrakçı, 2020). Influencerlar tarafından sergilenen mükemmeliyetçi lüks yaşamlar Instagram kullanıcıları tarafından ulaşılması zor standartlar olarak görülebilmektedir. Dolayısıyla birey sergilenen lüks yaşamı, idealize edilmiş bedenleri taklit ederek kendini onlar ile kıyaslayarak öz saygısını düşürebilmektedir. Bir sosyal medya platformu olan Instagram’da her şey estetik bir algıyla sergilenmektedir. Kullanıcılar mutlu, kusursuz görünmekte olup

iyi bir hayat yaşıyor izlenimi vermektedirler. Instagram ütöpik bir sanal ortam olarak görölmektedir. Çünkü içinde her şeyin mükemmel olarak sunulduğu, bireylerin bedenlerinin idealize edilerek şekillendiği gerçekleşmesi mümkün gözükmeyen her şeyin hayat bulduğu ütopyalar dünyası görebiliriz. Instagram'ın görsel içerikli akışı bireyleri görünür kılmada önemli bir yer tutmaktadır. Sanal ortamın sanal podyumunu oluşturan Instagram bireylerin bedenlerini manipölasyona uğratarak benlik algısını aşındırmaktadır. Dolayısıyla Instagram'ın içerisinde bulunan insanların güzelliğ algısını yeniden şekillendiren filtrelerin bireyin algıları üzerinde büyük bir rol oynadığı görölmektedir. Filtreler sayesinde sanal olarak kusurlarını kapattığı, kendi benliğine biraz daha mesafe koyduğu adeta sanal bir gerçeklikte bireyin öz saygısını kaybettiğini söylenebilir. Gürbilek'in belirttiği gibi, bireyler sosyal medya araçları sayesinde "vitride yaşayan insanlar" haline gelmiştir (Boynikar ve Öztürk, 2022). Vitride yer alabilmek için bireyler kurgulanan görüntüde imajlar sergilemek zorunda hissetmektedir.

Filtreler ve Dijital Kimlik: Sosyal medya platformlarında filtrelerle düzenlenen fotoğraflar gerçeklikten uzak bir illüzyon yaratmaktadır. Bireyin gerçek yaşam ve dijitaldeki görüntüsü bireyi memnuniyetsizliğe götürmektedir. Dolayısıyla filtrelerle yapılan kusursuz bir görünüm sağlayan bireyler gerçek yaşamda kendi bedenlerini yetersiz hissederek öz saygılarını derinden etkilemektedir. Ulusal Tıp Kütüphanesi'nde yayımlanan araştırmalar da dâhil olmak üzere, sosyal medyada fitness ve yaşam üzerine influencer olan kullanıcıları takip eden bireylerin bedenlerinden memnun olmamaları arasında doğrudan bir ilişki olduğu belirtilmektedir, bu influencer'ların sergilediği "mükemmel" bedenler hayranlarının kendi bedenlerini sorgulamaya yol açmıştır. Benlik algılarını olumsuz etkileyebilmektedir. Bireylerin sanal ortamlara teslim olmalarının sonucunda sosyalleşmenin yerini asosyalleşme almaktadır. Bireyler sanal ortamlarda en kalabalık gruplar içerisinde olmalarına rağmen gerçek dünyada giderek yalnızlaşmaktadırlar. Birey sosyal mecra da kendisi hakkında gerçek olmayan şeyleri kendisiymiş gibi paylaşabilmektedir. Sosyal medya bu anlamda bireylerin gerçeklik algılarını çarpıtarak olay ve olgulara yaklaşımlarını farklılaştırabilmektedir. Sosyal medyadaki paylaşımlardan bireyin elde ettiği olumlu geri dönütler olarak bilinen sosyal medya beğeni göstergesi bu yöndeki davranışlarını pekiştirici motivasyon sağlarken sanal benliklerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile içinde bulunduğumuz kitle iletişim araçları bireyin özgürlük içindeymiş gibi hareket etmesine olanak tanıdığı için birey kendine göre tasarladığı bir sanal dünya içerisinde anlık hazlar, gerçeği yansıtmayan imajlar içinde savrulmaktadır. Sosyal mecra ortamı toplumun her tabakasına hitap etmekle birlikte bireylerin kimlik inşasında büyük payı bulunmaktadır. Sosyal ağlar yoluyla bireyler başkalarıyla kültürlerarası etkileşimlere girebilmekte ve bu süreçte kendine bir sanal kimlik oluşturup gerçek Sosyo-demografik özelliklerini de gizleyebilmektedirler. Bireyin içinde bulunduğu sanal ortamdaki benliği kişinin sanal benlik kabiliyeti, kendisinin paylaştıkları ve onun hakkında paylaşılanların bütününe ifade etmektedir. Benlik sunumunda bireyin kendine ilişkin amaçları ile izleyenlerin onun benliğine ilişkin izlenimleri arasında bir denge kurma süreci, izleyiciyi ve kendi amaçlarını, içinde bulunduğu bağlamı sürekli değerlendirmeye tabi tutarak kontrol etmesini içermektedir. Sosyal medyada bireyler kendi görüntülerini estetik anlamda düzenleyerek kolaylıkla çevrim içi ortamda paylaşabilmektedir. Başta öz çekim ve fotoğraflar olmak üzere çeşitli envanerde uygulamalar bulunmaktadır. Dolayısıyla bireyler sosyal ağlarda kimliklerini yeniden inşa ederken yaygın olan uygulamalardan faydalanmaktadırlar. Sosyal medya sayısız göz ile kuşatılmış bir gözetlenme alanıdır. Kullanıcılar da simgesel birer beden olarak her farklı sosyal mecra da farklı bir kimlikle çoklu kişiliklere bürünebilirler. Sosyal medyada esnekliğin bu derece geniş olması bireylerde psikolojik bölünmelere yol açabilmektedir (Kıran, 2021). Birey sosyal ağlarda inşa ettiği kimlik ve oluşturduğu imaj ile diğer kullanıcılar üzerinde bırakmak istediği algıyı yönetebilmektedir. Bu bağlamda birey öz saygısını sanal ortamda kendi inşa edebilmektedir. Mükemmeliyetçilik ve Onay Arayışı: Sosyal medya karşılıklı etkileşime olanak tanırken aynı zamanda bireylerin kendi hayatlarına dair paylaşım yapabilmelerini sağlamaktadır. Bireyler kendi oluşturdukları profillerde olmak istedikleri

imajı sergilerken gerçekliği manipüle edebilmektedir. Sanal ortamda bireyler sürekli kendilerini kıyaslamaktadır. Mükemmellik üzerine kurulu yaşamların sergilendiği sanal ortamda birey kendisini kıyaslayarak yetersizlik hissine kapılabilmektedir. Bir kullanıcı eğlendiği ortamdaki içerikler paylaşırken onu takip eden birey evde sadece sosyal medya akışında gezindiği için hayatını sorgulamaya başlayabilir. Sanal ortamlar tamamen olumsuz değildir. Birey her zaman bir toplum içinde yaşar ve aidiyet hissetmek istemektedir. Dolayısıyla sanal ortamda kendi akranları da dâhil olmak üzere birçok kullanıcı ile arkadaş olabilmektedir. Ruh sağlığıyla mücadele eden biri, benzer zorluklarla karşılaşan diğer insanlarla bağlantı kurabilmektedir. Bu paylaşılan deneyim, anlayış oluştururken izolasyon duygularını azaltabilir (Tarlan, 2020). Sanal ortamlar aynı zamanda sanal kimlikler inşa edilmesine sebep olmaktadır. Sanal kimlik oluşturan birey sanal bir imaj oluşturarak mükemmeliyetçi bir profil meydana getirmektedir. Siber Zorbalık ve Öz Saygı İlişkisi: Siber zorbalık, dijital teknolojiler kullanılarak gerçekleştirilen zorbalıktır. Bu tür zorbalıklar sosyal medyada, mesajlaşma platformlarında, oyun platformlarında ve cep telefonlarında görülebilmektedir. Hedef seçilen kişileri korkutmaya, kızdırmaya ya da utandırmaya yönelik olarak tekrarlanan bir davranıştır. Bireylerin sanal ortamdaki etkileşimi zarar verici boyuta ulaştığında bireyleri siber mağduriyet bırakabilmektedir. Çevrim içi platformda bireyler kendilerini özgür görerek bir başka bireye hakaret, tehdit, taciz, iftira gibi söylemlerde bulunması durumu siber zorbalığı ifade etmektedir. Yapılan araştırmalar siber zorbalığın bireyin hayatında stres, kaygı bozukluğu, utanç, kızgınlık, üzüntü, içe kapanıklık gibi çeşitli duygusal tepkiler verdiğini saptamıştır. Siber zorbalık mağdurları, güvenlik duygusunun zedelenmesi, depresyon ve benlik saygısının düşmesi gibi çeşitli psikolojik zorluklarla karşılaşabilmektedir. Zorbalık gören birey sanal ortamda depresif bir kişiliğe bürünmektedir. Bireyin öz saygısını düşüren siber zorbalık çeşitli psikolojik rahatsızlıklara neden olmaktadır. Kendini belirleme kuramı bireylerin psikolojik olarak duygu durumlarını açıklayan temel bir çerçeve oluşturmaktadır. Birey psikolojik olarak maruz kaldığı siber zorbalığa benlik saygısını da kaybederek devam etmektedir. Benlik saygısı, bireyin kendisini olumlu bir açıdan oluşturmaktadır. Siber zorbalık bireyin kendine bakış açısını olumsuz etkilemektedir. Birey sosyal medyada ağır hakaretler, aşağılama tarzı iletilere maruz kalınca kendini bu olumsuz ifadelerle göre değerlendirmektedir. Dolayısıyla psikolojik olarak güçsüz hissetmesine ve sosyal yaşamlarında sorunlar yaşamalarına yol açabileceği düşünülmektedir (Öven vd., 2024). Beden İmajı: Bireyin kendini genel olarak nasıl değerlendirdiğini kapsamaktadır.

Sosyal Medyanın Beden İmajına Olumsuz Etkileri

Karşılaştırma Kültürü: Birey kendini başka kullanıcıların paylaşımları ile kıyaslayabilmektedir. Bu kıyas bazen filtrelenmiş fotoğraflar bazen paylaşılan eğlenceli etkinlikler olarak görülebilmektedir. Bu ortamdaki karşılaştırma bireyde sürekli yetersizlik hissiyatı oluşturmakta olup bireyin imajı üzerinde kusurlar bulmasına sebebiyet vermektedir. **Mükemmeliyetçilik Baskısı:** Sanal ortamda kullanıcılar bedenlerini mükemmellik üzerine kusursuz şekilde paylaşma yarışındadırlar. Dolayısıyla birey bu mükemmellik karşısında kendini sürekli geliştirmek zorunda kalmaktadır. Bireyin sürekli olarak ulaşılmaz standartlar olarak gördüğü mükemmeliyetçi yaşamlar öz saygısının düşmesine sebep olmaktadır. **Düşük Benlik Saygısı:** Sosyal medya platformlarında birey kendisini başkalarıyla karşılaştırdıkça, sahip olduğu saygı azalmaktadır. **Beden Algısı Bozuklukları:** Sosyal medyanın yarattığı gerçekçi olmayan güzellik standartları, bazı bireylerde beden algısı bozukluklarına, psikolojik sorunlara yol açabilmektedir (Asker, 2025). Anoreksiya Nervoza, Bulimiya Nervoza gibi yeme bozuklukları, sosyal medyanın olumsuz etkileriyle tetiklenebilecek ciddi sağlık sorunlarıdır.

Sosyal Medyanın Kendine Güven Üzerindeki Etkisi

Mükemmeliyet ve onay arayışı içinde olan birey sosyal medyanın da etkisiyle karşılaştırma yapmaktadır. Bu karşılaştırma, bireyin kendi imajı üzerinde sürekli değişiklik yapmasına, sahip olduğu olumsuz düşünceler sosyal hayatta içe kapanık kişilikte olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bireyin beden imajı bozularak kendine olan güveni zedelenmektedir. Özellikle ergenlik dönemindeki gençler, taklit etmeye, özenmeye açık olduklarından bu olumsuz etkilerden daha fazla etkilenebilmektedir.

- Sosyal Kaygı: Sanal ortamlardan etkilenen birey, sosyal hayatta güven duygusu zedelenmiş olarak ortaya çıkmaktadır. Dışlanma, kendini yerme gibi duygularla içe kapanık hale gelmektedir. Başkalarının onu yargılayacağından korkarak, sosyal etkileşimlerden uzak durmaktadır.
- Depresyon: Bireyler sosyal mecralarda bedenleri üzerinde sürekli olarak olumsuz imaj çizmektedirler. Bu bağlamda düşük benlik saygısı oluşmaktadır. Düşük benlik saygısı olan bireyler psikolojik olarak depresif bir kişiliğe bürünmektedir. Bireyin hayatında bu duygular umutsuzluğa ve mutsuzluğa yol açmaktadır.
- Yalnızlık Hissi: Sosyal medyada görülen mutlu insanların hayatlarını asosyal insanların hayatları ile mukayese edildiğinde, daha çok asosyal olan bireyler kendilerini yalnız hissedebilmektedir. Bu durum, sosyal izolasyona ve daha da derinleşen güvensizliklere neden olabilir (Sır Psikoloji, 2025).
- Özet Reel vs. Gerçeklik: Sosyal medya kullanıcıları seçerek diğer kullanıcıların paylaştıkları anlar ile kıyas yaparak gerçekliği çarpıtan bir algı oluşturmaktadır. Dolayısıyla birey kendi yaptığı paylaşımları görünmez kılarak benlik saygısını yitirebilmektedir.
- FOMO Etkisi (Kaçırma Korkusu): Sosyal medya kullanıcılarının paylaştıkları etkinliklerine veya imrenerek paylaştıkları hayatları, yaşam tarzları, onları takip eden bireyler tarafından kıskançlık ve yalnızlık duygularına kapılmalarına sebebiyet vermesi FOMO etkisi olarak açıklanabilir. Bireylerin benlik algılarını olumsuz etkileyebilmektedir.
- Gençlerin Savunmasızlığı: Sosyal karşılaştırmaya en duyarlı kesim henüz ergen olan gençlerdir. Henüz kimliklerini tam oturtamayan bu gruptaki gençler çevrenin etkisine açık oldukları gibi sosyal medyada da rol model birçok kullanıcıyı taklit etmektedirler.

Sosyal Medyayı Öz Saygıyı Güçlendirmek İçin Kullanma Yolları

Bilinçli Takipçi Seçimi: Birey sosyal medya platformlarında kendisinin özeneceği imreneceği hayatlar yerine kendi öz saygısını yükseltecek, motivasyonunu arttıracak, kendisine ilham verecek hesapları takip ederek öz saygısını yükseltebilir. **Gerçekçi Olmak:** Sanal ortamda her şeyin mükemmel olacağı tabusunu yıkarak kullanıcı kendi paylaşımlarında gerçekçi ve samimi olarak takipçileri ile sağlam iletişim kurabilmektedir. Bu bağlamda öz saygısı da kendisini bir kalıba sokmadan yükseltebilmektedir. **Pozitif Etkileşim:** Sosyal medyada birey ne kadar pozitif ve yapıcı bir dil ile içerik üretirse o derecede öz saygısını geliştirmiştir. Başka kullanıcılara da ilham ve motivasyon vererek kelebek etkisi oluşturabilir.

Dijital Detoks: Sosyal medyadan düzenli aralıklarda uzaklaşmaya dijital detoks denmektedir. Dijital detoks bireyin kendini hatırlamasına hayatın sanal ortamlardan ibaret olmadığını anlamasına yardımcı olmaktadır. Sosyal ağlardan dijital detoks yaparak uzaklaşan birey öz saygısını kazanmakla kalmayıp sanal ortamda inşa ettiği benliği sorgulamaya başlayarak benlik algısını yükseltmektedir. Detoks “toksik veya sağlıksız maddelerin vücutundan kaçtığı bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Terim daha çok diyet bağlamında uygulanmasına rağmen, bireylerin modern dijital teknolojinin tehlikeleriyle mücadele ettiklerini hissetmeleri için bir yol olarak kabul edilmiştir. Bu gıda, teknoloji metaforu son zamanlarda “sağlıklı” dijital kullanım kavramına uygulanmıştır. Bireylerin sanal ortamlarda saatlerini

geçirmelerinin onlara sadece zaman kaybı olarak döndüğünü belirtmek gerekmektedir. Kullanıcıların sosyal mecraları bağımlılık seviyesinde kullanmaları sosyal hayatlarını yok etmelerine neden olmaktadır. Dolayısıyla dijital detoks sanal dünyadan gerçek dünyaya dönüşün ilk adımı olmaktadır. Daniel Sieberg, “The Digital Diet” adlı kitabında bir gıda metaforunu, teknoloji eleştirisinin bir parçası olarak son yıllarda ortaya çıkarmış ve bu durumu “Bunu yemek zorunda olduğumuz bir şey gibi düşünün fakat en iyi yemekleri seçmek ve düzenli bir egzersiz planını takip etmeye yetki vermek sizin elinizde. Aynı şey teknoloji içinde geçerlidir.” şeklinde ifade etmiştir (Albayrak, 2020). Bu metafordan yola çıkarak teknolojinin de kullanımını bir düzen içerisinde belirli saatlerde kısıtlamak gerekmektedir. Son dönemlerde genç yetişkinlerde teknoloji ve internet kullanımı üzerine bir bilinç söz konusudur. Ancak konuyla ilgili oldukça sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Kişilerin “dijital detoks” uygulama kararına yol açan sebepler henüz farklı kültürel ve toplumsal yapılar özelinde derinlemesine araştırılmamıştır (Uluçay ve Kobak, 2020).

SONUÇ

Gelişen teknolojiyle insanların hayatları da dönüşüme uğramıştır. Özellikle sosyal medyada bu daha belirgin görülmektedir. Sosyal medyanın insanlığa getirdiği pek çok kolaylığı ve teknoloji yanında bireylerin öz saygısını olumsuz etki edebilecek sorunları da beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın kullanıcı türevli olması ve ticari kazanç sağlamak isteyen influencer gibi sosyal medya kullanıcılarının olması sosyal medyada mükemmellik algısını doğurmuştur. Kullanıcıların sosyal medya ortamlarında paylaşım sınırlarını çizememesi, özel hayata dair her şeyi paylaşması, kişisel bilgilerini ortaya koyması, bulunduğu yerlerde beraber olduğu kişileri etiketlemesi güvenlik sorunlarına neden olabilmektedir. Sosyal medya ortamlarında özel yaşamın gizliliği, kullanıcıların yoğun reklam içeriğine maruz kalması, dilin kullanımı, genel ahlaka aykırı içerik paylaşımı, spam bloglar, sahte kimlikli profiller, yanıltıcı yaşantılar öz saygıyı yeniden biçimlendirmiştir. Birey sanal ortamda çeşitli kişiliklere bürünerek kendi kimliğini inşa etme yoluna gitmektedir. Dolayısıyla sanal kimliği bireyin gerçek hayattaki kimliğini etkilemektedir. Nitekim sosyal mecralar bireyin olmak istediği kişi olarak bulunduğu yer iken gerçek hayatta ulaşılmaz standartlar olarak gözükebilmektedir. Bu durum bireyin benlik algısını zedelemektedir. Sosyal medyada mükemmel hayatlar olarak gösterilen hayatların taklidini yapmaya çalışan birey platformların sağladığı filtreler ve düzenleme uygulamaları ile kendi imajını yeniden yaratmaya çalışmaktadır. Birey sanal ortamda sürekli kendini kıyaslamaktadır. Toplumsal yaşamın adeta bir parçası haline gelen sosyal medyada birey çeşitli sebeplerle öz saygısını kaybetmektedir. Bunlar siber zorbalık başta olmak üzere filtre kültürü, dışlanma korkusu, mükemmeliyetçilik baskısı, düşük benlik saygısı olarak tanımlanabilmektedir. Birey sanal ortamda başka kullanıcılar tarafından linç, dalga geçme gibi zorbalıklara maruz kalabilmektedir. Birey sanal ortamda öz saygısını yitirerek, kullandığı hesabı gizleyerek var olmaktadır. Sosyal mecralarda siber zorbalık gören birey gerçek hayatta da bu durumdan içe kapanık birisi olarak etkilenmektedir. Sanal ortamda özellikle influcur denilen, daha çok takipçisi olan kullanıcılar güzellik algısını yükseklere taşımaktadır. Bu sebeple onları takip eden bireyler filtreler başvurarak kendi imajlarını değiştirme yoluna gitmektedirler. Dolayısıyla bireyin kendi imajını yansıtmayan bir bedene ulaşması öz saygısını gerçek hayatta düşürmesine sebebiyet vermektedir. Sosyal paylaşım sitelerinde bireyler çoğunluğun fikrine katılarak suskunluk sarmalına bürünebilmektedirler. Birey dışlanma korkusu ile katıldığı görüş veya düşünceden çok daha farklı düşünse bile aynı fikirdeymiş gibi davranarak öz saygısını zedelemektedir. Her şeyin mükemmel gösterildiği kusursuz yaşamların var olduğu sosyal ağlarda birey mükemmel olmak için çaba sarf etmektedir. Bireyin bu davranışı toplumda onay, sosyal ağlarda beğenme - paylaşma gibi eylemleri yapmaları onu takdir ettiğinizi veya onayladığınız anlamına gelmektedir. Bu şekilde birey sanal ortamda kendini onaylatarak öz saygısını yükseltmeye çalışmaktadır. Düşük benlik algısı olan birey sanal ortamda kendisini motive edecek, geliştirecek kullanıcıları takip ederek benlik algısını yükseltmeye girişebilmektedir. Sosyal ağlarda birey imreneceği hayatlar yerine motivasyonu arttıracak, öz saygısını

yükseltecek hesapları takip etmelidir. Sosyal medyadan düzenli aralıklarda uzaklaşmaya dijital detoks denmektedir. Dijital detoks bireyin kendini hatırlamasına, hayatın sanal ortamlardan ibaret olmadığını anlamasına yardımcı olmaktadır. Sosyal medyada birey ne kadar pozitif ve yapıcı bir dil ile içerik üretirse o derecede öz saygısını geliştirebilmektedir. Son olarak sosyal medyada kullanıcılar kendilerini başkaları ile karşılaştırdıkça kendilerine olan saygıları azalır. Dolayısıyla öz saygılarını kaybetmek durumunda kalmaktadırlar. Sanal ortamı daha bilinçli kullanmak için bireylerin medya okuryazarlığı dersi alması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, N. (2024). Bir Kavram Analizi: Sosyal Medya Mı, Sosyal Ağ Mı, Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi, 6(1), 241-262.
- Armağan, A. (2013). Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları: Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma, Akademik Bakış Dergisi, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, :37,1-18.
- Asker, R. (2025). 40 Yaş ve Üzeri Kadınlarda Vücut Algısına Dayalı Değersizlik Hissinin İncelenmesi, Ankara Sosyal Bilimler Dergisi, 4(5), 28.
- Ataman, N. (2006). İnternette Bireysel Yayıncılık: Web Günlükleri, Öneri Dergisi, 7(26), 221-239.
- Albayrak, E. S. (2020). Sosyal Medya Platformlarında Dijital Detoks: DeneySEL Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (44), 252-266.
- Ada, C., ve Meder, M. (2022). Benlik Sunumunun Dijitalleşmesi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (51), 403-411.
- Ahadzadeh, A. S, Sharif, S. P ve Ong, F.S (2017). Öz Şema ve Öz Tutarsızlık, Gençler Arasında Instagram Kullanımının Beden İmajı Memnuniyeti Üzerindeki Etkisini Yönlendirir, İnsan Davranışında Bilgisayarlar, 68, 8-16.
- Akar, E. (2010). Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web’de Pazarlama Stratejileri, Efil Yayınevi, Ankara.
- Balcı, Ş., Bekiroğlu, O. ve Karaman Y, S. (2019). Sosyal Medya Bağımlılığının Bir Belirleyicisi Olarak Öz Saygı: Konya Örneğinde Bir Araştırma, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2019(48), 35-64.
- Büyükmumcu, S. B., ve Ceyhan, A. A. (2020). Sosyal Medya Kullanıcılarının Sosyal Karşılaştırma Eğilimlerinin İncelenmesi. Anadolu Journal of Educational Sciences International, 10(1), 273-302.
- Boo. (2025). Dijital Yansımalar: Sosyal Medyanın Öz Saygımız ve Beden İmajımız Üzerindeki Etkisi, <https://boo.world/tr/resources/social-media-impact-on-self-esteem> Erişim Tarihi: 30.09. 2025.
- Boynikar, N. T., ve Öztürk, M. (2022). Ütopik Bir Mekân Olarak Instagram: Sanal Temsiller, Gençlik Araştırmaları Dergisi, 10(28), 68-89.
- Bulat, S. (2020). Ünlü Kadınların Instagram’da Benlik Sunumu Hande Erçel Hadise Açıkgöz, Şeyma Subaşı Örneği, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 4(2), 144-156.
- Dabner, N. (2012). Breaking Ground’in The Use Of Social Media: A Case Study Of A University Earthquake Response To Inform Educational Design With Facebook. The Internet And Higher Education, 15(1), 69-78.
- Erden, K. (2017). Sosyal Paylaşım Ağlarında Bireyin Kendini Sunuş Biçimi Olarak Sanal Kimlik Oluşturma Üzerine Bir İnceleme. I. Kırgız ve H. Ergül (Ed.), Uluslararası İletişim ve Medya Çalışmaları Konferansı Bildiri Kitabı, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Emiroğlu, S., ve Keskin, A. (2022). Geçmişten Günümüze Saygı ve Öz Saygı, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Güzel, C. (2020). Sosyal Medyanın Neliği Gelişimi ve Kullanım Alanları Üzerine Kuramsal Bir İnceleme, Sosyolojik Düşün, 5(2), 93-110.
- Gulmammadzada, U., ve Işıklı, Ş. (2020). Instagram’da Benlik Sunumu: Takipçi Etkisi Üzerine Dramaturjik Bir İnceleme, AJIT-E: Academic Journal Of Information Technology, 11(43), 74-104.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması, İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi, 32, 151-175.
- Işık, U. (2009). Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 28, 29-55.
- İşlek, M. S. (2012). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karaman.
- İlhan, E., ve Görgülü A, A. (2019). Youtube Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonlarının İncelenmesi, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 7(2), 1130-1153.
- İşman, A., Buluş, B., ve Yüzüncü Yıl, K. S. (2016). Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu, TRT Akademi, 1(2), 608-619.
- Kavut, S. (2018). Goffman’ın Benlik Sunumu Kuramı Bağlamında Sosyal Medyada Kimlik İnşası: Instagram Üzerine Bir Araştırma, NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi (1), 1-12.
- Kıran, Ö. (2021). Dijital Ortamlarda Benlik Sunumu ve Kimlik İnşası, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 10(3), 2038-2065.
- Maden, Ö., ve Karaaziz, M. (2025). Öz Saygı Eksikliğinde Bilişsel Davranışçı Terapi: Olgu Sunumu, ISPEC Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 9(2), 127-139.
- Mavnacıoğlu, K. (2009). İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açısından İncelenmesi: Sosyal Medya Örnekleri, Medya ve Etik Sempozyumu, 63, 72.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, (28), 125-16.
- Öven, Ç., Kurt, B. S., Mutlu, M., Bayar, A. (2024). Siber Zorbalık ile Benlik Saygısı ve Yalnızlık Arasındaki İlişkide Temel İhtiyaç Tatmininin Aracı Rolü, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (48), 477-508.
- Oktan, V., ve Şahin, M. (2010). Kız Ergenlerde Beden İmajı ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 7(2), 543-556.
- Özata, F. Z. (2013). Sosyal Medya Platformları. İçinde M.C. Öztürk (Ed.), Dijital İletişim ve Yeni Medya, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- Öztürk, M. F., ve Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi, Zeitschrift Für Die Welt Der Türken/Journal Of World Of Turks, 7(1), 101-120.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9(1), 287-311.
- Özdemir, B. ve Yıldırım, G. (2019). Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 3(3), 178-191.
- Özgür, M., ve Uçar, A. (2020). Üniversitede Eğitim Gören Kız Öğrencilerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Beden Algısı ile Beslenme Bilgi Düzeylerinin Karşılaştırılması, Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi, 9(2), 46-54.
- Perloff, R. M., (2014). Sosyal Medyanın Genç Kadınların Beden İmajı Endişeleri Üzerindeki Etkileri: Teorik Bakış Açılırları ve Araştırma Gündemi, Cinsiyet Roller, 71 (11), 363-377.
- Pulurluoğlu, T. (2022). Sosyal Medyaya Eleştirel Bir Bakış: Sosyal İkilem (Social Dilemma) Netflix Belgesel Filminin Analizi, Aksaray İletişim Dergisi, 4(1), 21-45.
- Sabah.(2025)Facebook’unTarihi,ErişimTarihi10.08.2025.<https://www.sabah.com.tr/teknokulis/galeri/haber/facebookun-tarihi>

- Sır Psikoloji. (2025). Sosyal Medyanın Beden İmajı ve Kendine Güven Üzerindeki Etkileri, Erişim Tarihi: 12.08.2025 <https://www.sirpsikoloji.com/sosyal-medyanin-beden-imaji-ve-kendine-guven-uzerindeki-etkileri/>
- Sanlav, Ü. (2014). Sosyal Medya Savaşları, Hayat Yayınları, İstanbul.
- Tarlan, Ç. E. (2020). Sosyal Medyanın Öz Saygı Üzerindeki Etkisi, Erişim Tarihi:07.08.2025 <https://emirtarlan.com/blog/sosyal-medyanin-oz-saygi-uzerindeki-etkisi/>
- Turgut, T., ve Çınar E, S. (2021). Düşük Öz Saygıya Bağlı Psikolojik Sorunlarla Başa Çıkma ve Öz Saygıyı Artırmaya Yönelik Psikolojik Danışma Süreci: Bir Olgu Sunumu, Humanistic Perspective, 3(2), 281-305.
- Tekcan, M. ve Alan, S. (2022). Saygı Kitabı, Çizgi Kitabevi, İstanbul.
- Türk, G. D., ve Bayrakçı, S. (2020). Sosyal Medya ve Toplumda Değişen Estetik İşlem Yaptırma Algısı, AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 10(39), 118-135.
- Techturkey Forum. (2025). Windows Live Messenger (MSN) Tarih Oluyor [Forum yazısı], Techturkey, Erişim Tarihi 10.08.2025, https://www.techturkey.com/forum/sohbet/137911-windows_live_messenger_msn_tarih_oluyor_.html
- Türk Dil Kurumu (2025). Sosyal Medya Tanımı, Erişim Tarihi 10.10.2025, <https://sozluk.gov.tr/>
- Uluçay, D. M., ve Kobak, K. (2020). Dijital Detoks: Teknoloji Bağımlılığına Karşı Yeni Bir Eğilim ve Genç Yetişkinler Özelinde Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 7(2), 325-350.
- Ünal T, A. (2021). Sosyal Medya: Etkileri Bağımlılığı Ölçülmesi, Der Yayınları, İstanbul.
- Yıldız, M. (2017). İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Sosyal Sermaye, The Journal of Social Science, 1(2), 71-82. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.360257>
- Zinderen, İ. E. (2020). Yeni Medyada Kimlik İnşası: YouTuber Kimliğine İlişkin Bir İnceleme, Erciyes İletişim Dergisi, 7(1), 415-434.

SEKİZİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA VE YEME BOZUKLUKLARI

Hayriye SEVİNÇ TAN*

GİRİŞ

Sosyal medya bireylerin hayatlarını etkisi altına almış, en etkili kitle iletişim araçlarından birisidir. Sosyal medya gençler tarafından kullanılmaktadır. Genç bireylerin beden algılarını, kendine olan öz saygısını, beslenme alışkanlık ve davranışlarını da büyük oranda etkilemektedir. Estetiğin ve görseelliğin öne çıktığı dijital platformlarda bazı standartların olması bireylerin dışarıdan nasıl göründüklerini yönelik farkındalığını artırmaktadır. Sosyal medya dijital çağda insanların günlük hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya platformlarında iletişim, bilgi alışverişi ve eğlenceye ulaşım sağlama şekillerini kökünden değiştirmiştir. Türkiye'de yaşayan insanların %95,5'i internet kullanmaktadır (TUIK, 2023). Bu yaygın kullanımın getirdiği riskler de bulunmaktadır. Gençlerin çevrelerindeki ve sosyal medyada yer bulan beden algıları, yeme alışkanlıkları olumsuzluklara neden olabilmektedir. Son yıllarda yapılan araştırmalar sosyal medya kullanımının yeme bozukluklarının artması üzerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Gerçeği olduğu gibi yansıtmayan güzellik standartları yanında bu güzelliğin filtrelerle daha da cazip hale getirilmesi ve bunun sürekli teşhir edilmesiyle, sosyal medyada karşılaştırmalar yapılarak gündeme getirilmesiyle, pro-yeme bozukluğu içeriklerine maruz kalan kullanıcılarda yeme bozuklukları tetiklenmekte ve var olan bozukluklar daha da kötüleşmektedir. Beslenme bozuklukları bireylerin sadece fiziksel sağlığını değil sosyal ve psikolojik yaşantısını da olumsuz etkilemektedir. Böylece başlarda bireysel olarak görünen sorun zaman içerisinde bütün topluma yayılmaktadır. Sosyal medyada harcanan zamanla yeme bozukluklarının arasında var olan ilişki paralellik göstermektedir. Bu bağlamda bireylerin beslenme alışkanlıkları sosyal medyanın bu alışkanlık üzerinde etkilerinin derinlemesine incelenmesi gerekmektedir. Youth Imhay tarafından 2021 2024 yılları arasında yapılan detaylı çalışmada genç ve ergenlerin ruhsal sağlığı üzerinde sosyal medyanın etkileri yeterli bir şekilde araştırılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda sosyal medya kullanımının depresyon, Anksiyete, yeme bozuklukları ve ruh sağlığı sorunları ile ilgili önemli ilişkiler bulunduğu ortaya konulmuştur. Bu çalışmada sosyal medya ve yeme bozuklukları arasındaki ilişkileri çok boyutlu bir şekilde incelenmesi amaçlanmaktadır. Sosyal medyanın tanımı ve kullanım alanlarından başlanarak yeme bozukluklarının türleri ve tanı kriterleri ele alınacaktır. Dijital kültürün oluşturmuş olduğu beslenme davranışları bireysel ve toplumsal açıdan incelenmiştir.

Yaygın olarak kullanılan Instagram, TikTok, YouTube gibi sosyal medya mecralarında sıklıkla karşılaştığımız ideal beden görselleri, sağlıklı bir şekilde zayıflama algısı, detoks, temiz beslenme ve buna benzer akımlarla kişileri belirli estetik kalıplara uygun olacak şekilde standarda uymayı teşvik etmektedir. Yapılan araştırmalar sosyal medyadaki içeriklerin kişilerin kendi bedenlerinden memnuniyetsiz olmalarına ve ideal bedene ulaşmak için zaman geçtikçe yeme bozuklukları

* Milli Eğitim Bakanlığı, Öğretmen, leylaucar16@gmail.com

geliştirmelerine imkân tanımaktadır. Fakat bu ilişkinin nasıl ilerlediği, risk altındaki grupların hangisi olduğu ve bu durumu engelleyebilmek için neler yapılması gerektiği hala araştırmaya açıktır. Bu kitap bölümünün amacı sosyal medyanın kişilerin yeme bozuklukları üzerindeki etkilerini çok boyutlu bir şekilde ele alıp sosyal medya kullanımının yeme bozuklukları üzerine etkisini bilimsel bir altyapıya dayanarak ortaya koymaktır.

Kitap bölümünde literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Sosyal medya ve yeme bozuklukları arasındaki ilişki incelenerek son on yılda yapılan bilimsel araştırmalar raporlar meta analizler ve alan taraması temel alınmıştır. Ayrıca sosyal medya platformlarında geniş kitleler tarafından üretilen içerik türleri (örneğin “fitspiration”, “what I eat in a day” videoları, diyet önerileri ve bedenle ilgili hashtagler) de değerlendirilmiştir. Teorik bilgilerin yanında uygulama örnekleri ve güncel istatistikler de ele alınarak okuyucunun konuyu çok boyutlu bir şekilde analiz etmesi hedeflenmiştir.

Yeme Bozukluklarının Tanımı ve Türleri

Kişilerin beslenme davranışlarının sonucunda ortaya çıkan yeme bozuklukları biyopiskososyal etkenlerle bağlantılı ve bireylerin fiziksel sağlığının yanında psikolojik sağlığını da olumsuz yönde etkileyen ruhsal bozukluklar arasında bulunmaktadır. Bu bozukluklar sadece yeme davranışının niceliği üzerine etki etmekle birlikte bunun yanında niteliksel olarak da etkilemekte bununla da sınırlı kalmayarak bireyin beden, benlik algısı ve sosyal ilişkilerini de etkisi altına almaktadır (Okumuş vd., 2019). Çağdaş toplumlarda ağırlıklı olarak genç kadınlarda çoğunlukla görülmekle birlikte son zamanlarda erkeklerde ve değişik yaş kademelerinde de artış görülmektedir (Öztürk ve Sarı, 2021). Tanısal sınıflandırma sistemlerinde (DSM-5, ICD-11) yeme bozuklukları ayrı bir kategoride değerlendirilmektedir. Bu bağlamda Anoreksiya Nervoza (AN), Bulimiya Nervoza (BN) ve Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu (BED) en çok karşılaşılan klinik vakalar olmakla birlikte, son yıllarda Ortoreksiya Nervoza da akademik literatürde tartışma konusu olarak ele alınmaktadır (American Psychiatric Association, 2013).

Anoreksiya Nervoza (AN)

Yeme bozukluğunda kişiler kilo alma kaygısıyla ve beden algısının bozulacağı korkusuyla aşırı derecede kilo vermeye neden olacak biçimde besin alımını kısıtlamaktadır. Anoreksiya Nervoza'ya sahip bireyler kiloları düşük olmasına rağmen kendilerini kilolu olarak algılayabilir ve zayıf kalabilmek için sağlığını tehlikeye atacak derecede aç kalma, aşırı derecede egzersiz yapma veya laksatif kullanma vb. davranışlar sergileyebilmektedir (Özbay vd., 2024). Bu yaklaşım sonucu bireylerde kalp damar hastalıklarından hormonal dengenin bozulmasına kadar çok fazla ve ciddi boyutta sağlık sorunları ortaya çıkabilmektedir. Türkiye'de lise ve üniversite çağındaki öğrencilerle yapılan çalışmalarda bedeninden memnun olmayan gençlerin büyük bir kısmında kilo alma konusunda eğilim belirlenmiştir. Anoreksiya Nervoza ergenlik çağında başlamakta ve gerekli önlem alınmadığında kronikleşme eğilimi göstermektedir. Bunun yanında bu bozukluğun ölüm oranı diğer psikiyatrik hastalıklara göre daha yüksektir (American Psychiatric Association, 2013). Yaklaşım sonucu bireylerde kalp damar hastalıklarından hormonal dengenin bozulmasına kadar çok fazla ve ciddi boyutta sağlık sorunları ortaya çıkabilmektedir. Türkiye'de lise ve üniversite çağındaki öğrencilerle yapılan çalışmalarda bedeninden memnun olmayan gençlerin büyük bir kısmında anoreksik eğilim belirlenmiştir (Berk vd., 2016). Anoreksiyanın belirgin özelliği bireyin beden algısındaki yanılsamadır. Kişi aşırı derecede zayıf olsa dahi kendini şişman görebilir bu durum fiziksel sağlığın yanında psikolojik sağlığı da olumsuz etkilemektedir. Anoreksiya Nervoza

riski özellikle bayanlarda daha yüksek bir oranda görülmüştür.

Bulimiya Nervosa (BN)

Bulimiya Nervosa, bireylerin aşırı şekilde yemek yedikten sonra pişman olarak bunu telafi etmek için kusma ve laksatif kullanımı gibi davranışlar sergilemesi sonucu ortaya çıkan hastalık olarak tanımlanmaktadır. Bulimiya Nervozanın belirgin özelliğinde rahatsızlığa sahip kişiler normal kilo aralığına sahip olmaktadır. Tıkanırmasına yeme ve ardından pişmanlık duyup yediklerini çıkarma davranışı kişilerin yaşam kalitesini düşürmekle birlikte sosyal yaşantısını da bozmakta ve aşırı bir utanç duygusuna sebep olmaktadır. Türkiye'de lise çağındaki bireyler ile ilgili yapılan çalışmada Bulimiya Nervozanın daha çok sosyal medyayı yoğun kullanan gençlerde görüldüğü ortaya çıkmıştır. Bulimiya Nervosa, tıkanırmasına yemek yedikten sonra aşırı derecede pişman olarak bunu telafi etmek için kusma aşırı egzersiz yapma ve laksatif kullanımı gibi davranışları döngüsel olarak sergileme sonucu ortaya çıkan bir rahatsızlık olarak tanımlanmaktadır. Kişiler kısa sürede çok fazla yiyecek yiyerek yoğun bir suçluluk ve pişmanlık içerisinde olmalarıdır BN'nin en belirgin özelliği bu rahatsızlığa sahip kişiler normal kilo aralığında yer almaktadır (Baysal, 2021).

Tıkanırmasına Yeme Bozukluğu (Binge Eating Disorder - BED)

Tıkanırmasına yeme bozukluğu bireyin kısa bir sürede aşırı miktarda yiyecek tüketmesi ile ortaya çıkmaktadır. Bulimiya rahatsızlığından farklı olarak, kusma gibi davranışlar bu bozuklukta görülmez (American Psychiatric Association, 2013). Bu bozukluk genellikle obezite ile ilişkilendirilebilmektedir. Obeziteye bağlı olarak hipertansiyon, diyabet ve değişik sağlık problemleri de beraberinde ortaya çıkabilir. Bunun yanında anksiyete ve depresyon bozuklukları da görülebilmektedir (Coşkun vd., 2020). Türkiye'de yapılan bir alan çalışmasında tıkanırmasına yeme bozukluğu riskinin daha çok üniversite öğrencileri arasında yaygın düzeyde olduğu ve stresle baş edemedikleri zamanlarda tıkanırmasına yeme bozukluğu davranışı ile streslerini bastırmaya çalıştıkları gözlemlenmiştir (Bayramoğlu vd., 2020). Bu çalışmadaki bulgular sonucunda yeme bozukluklarının sadece fizyolojik değil psikolojik faktörlerle de sıkı bir bağlantı içerisinde olduğu görülmektedir.

Ortoreksiya Nervosa

Ortoreksiya Nervosa DSM- V'de resmi bir tanı kategorisine sahip olmamakla birlikte sağlıklı beslenme takıntısı şeklinde tanımlanmaktadır. Ortoreksiya eğilimi var olan kişiler sadece sağlıklı olarak nitelendirdikleri yiyecekleri tüketirler ve bu nedenle sosyal hayatlarında deformasyonlar ve yetersiz beslenme sonucu rahatsızlıklar ortaya çıkabilmektedir (Oğur ve Aksoy, 2015). Türkiye'deki gençler arasında yapılan araştırmalar ON eğiliminin genellikle sporla ilgilenen ve diyetle hayatına devam eden kişilerde yaygın olarak var olduğunu göstermektedir (Tezcan ve Alp, 2024). Resmi bir tanıya sahip olmamakla birlikte ON' un da zaman içerisinde klinik bir müdahale gerektirebileceği düşünülmektedir. Ortoreksiya Nervosa DSM V'de resmi bir tanı kategorisine sahip olmamakla birlikte sağlıklı beslenme takıntısı şeklinde tanımlanmaktadır. Ortoreksiya eğilimi var olan kişiler sadece sağlıklı olarak nitelendirdikleri yiyecekleri tüketirler ve bu nedenle sosyal hayatlarında deformasyonlar ve yetersiz beslenme sonucu rahatsızlıklar ortaya çıkabilir (Uçar ve Pınar, 2022).

Diğer Tanımlanmış Beslenme ve Yeme Bozuklukları (OSFED)

DSM- V yukarıda belirtilen yeme bozukluklarının yanında belirli beslenme veya yeme bozuklukları kategorisinde yer alan diğer durumlarla tanımlanamamaktadır. Bu kategori diğer

beslenme bozuklukları ile tanılanamayan fakat kliniksel olarak sıkıntı oluşturabilecek bozuklukları kapsamaktadır. Diğer belirtilen beslenme nervoza tüm kriterler karşılanır ancak kilo normal değerler içindedir. Düşük sıklıkta veya sınırlı süreli Bulimiya Nervosa veya aşırı yeme bozukluğu arındırıcı bozukluk (tıkanma olmadan telafi edici davranışlar) ve gece yeme sendromu bu kategori içerisinde yer almaktadır. Türkiye’de ergenler üzerinde yapılan çalışmalarda, bu kategori içinde yer alan bozuklukların oranının bilinenin aksine yüksek olduğu ve çoğunlukla klinisyenler tarafından göz ardı edildiği ortaya konulmuştur (Ünsal vd., 2010).

Kaçıngan/Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu (ARFID)

Kaçıngan Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu, besin maddelerinin görünüşü, dokusu, kokusu, geçmişte yaşanan olumsuz bir yeme deneyimi gibi fiziksel özelliklerin dışında duygusal özelliklerine dayanarak yiyecek alımında belli başlı kısıtlama veya kaçınma davranışlarıdır. Bu durum kilo kaybına, psikososyal bozukluklara ve önemli ölçüde beslenme yetersizliklerine neden olabilir. ARFID çoğunlukla çocukluk döneminde başlayarak, beden imajı kaygısıyla ilgili diğer yeme bozukluklarından farklılık göstermektedir. Türkiye’de yapılan bazı araştırmalar özellikle duygusal hassasiyet ve yiyecek reddetme eğilimlerinin okul öncesi ve erken çocukluk döneminde ortaya çıktığını belirtmektedir (Türker vd., 2023).

Pika

Besin değerine sahip olmayan maddelerin (toprak, buz, kağıt, saç, kil) en az 1 ay boyunca birey tarafından yenilmesi davranışının sergilenmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu maddelerin tüketimi kişinin yaşına, gelişim düzeyine, kültürel faktörlere göre değişiklik gösterse de çocuklarda bu davranışın görülmesinin nedeni genellikle merak, duygusal keşif ve çevresel etkenler olarak ifade edilirken; yetişkinlerde bu rahatsızlığın nedeni çoğunlukla psikiyatrik bozukluk, gebelik veya vitamin eksikliği ile ilişkilendirilmektedir (Öztürk ve Yücel, 2019). Bu bozukluk gelişimsel olarak uygun olmayan erken çocukluk dönemi denilen genellikle 2 yaşından büyük çocuklarda görülmektedir. Kültürel olarak da kabul edilebilir bir davranış değildir. Pika genellikle zihinsel bir engelle sahip bireylerde veya hamilelik dönemlerinde görülebilir. Basit bir şey olarak görülmekle birlikte ciddi tıbbi sıkıntılara neden olabilmektedir.

Yeme Bozukluklarının Nedenleri ve Psikolojik Etkiler

Yeme bozukluklarının ortaya çıkması birçok etkenin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. American Psychiatric Association (2022), yeme bozukluklarının çok boyutlu psikolojik bozukluklar olduğunu belirtmektedir. Risk altında olan kişiler değişiklik göstermekle birlikte bazı ortak noktaları da dikkat çekmektedir. Biyolojik etkenler birçok rahatsızlıkta olduğu gibi yeme bozukluklarını ortaya çıkmasında önemli bir etken olmaktadır. Özellikle Anoreksiya Nervosa ve Bulimiya Nervosa hastalığına sahip olan bireylerin birinci derece yakınlarında daha sık görülmektedir (Özdel ve Türkçapar, 2011). Bunun yanında serotonin ve dopamin gibi dengesizlik bozuklukları yeme davranışlarına yansımaktadır.

Yeme bozukluklarının oluşumunda psikolojik etkenler en çok araştırma yapılan alanlardandır. Obsesif bozukluklar, mükemmeliyetçilik, olumsuz benlik algısı, duyguların düzenlenememesi ile ilgili sorunlar, yaşanmış travmalar; bu bozukluklarla ilişkili bulunmaktadır. Türkiye’de yapılan çalışmalarda genellikle ergenlik döneminde akran zorbalığı yaşayan veya aile ortamında çok fazla eleştiriye maruz kalan kişilerde beden algısının olumsuz etkilenmesi sonucu bu bozukluklara zemin hazırlanmaktadır (Günaydın ve Kumcağız, 2020). Bununla birlikte depresyon ve anksiyete

bozuklukları sonucu yeme bozuklukları da meydana gelmektedir (Kamış ve Karaaziz, 2024). Bu anlamda kişilerin yaşadıkları olumsuz duygu durum bozukluklarını kontrol altına alabilmek için aşırı yemek yeme veya yemek yemeyi kısıtlandırma gibi davranışlara yönelmesi psikolojik olarak açıklayıcı bir etken şeklinde değerlendirilmektedir. Türkiye'de yapılan çalışmalarda genellikle ergenlik döneminde akran zorbalığı yaşayan veya aile ortamında çok fazla eleştiriye maruz kalan kişilerde beden algısı olumsuz şekilde meydana gelmesi bu bozukluklara zemin hazırlamaktadır (Akdeniz, 2020). Bununla birlikte depresyon ve anksiyete bozuklukları sonucu yeme bozuklukları da meydana gelmektedir (Çetin ve Aydın, 2024). Bu anlamda kişilerin yaşadıkları olumsuz duygu durum bozukluklarını kontrol altına alabilmek için aşırı yemek yeme veya yemek yemeyi kısıtlandırma gibi davranışlara yönelmesi psikolojik açıklayıcı bir etken olarak değerlendirilmektedir.

Sosyokültürel Etkenler

Sosyal kültürel faktörler son zamanlarda yaşanan yeme bozukluklarının sebeplerini anlamada büyük oranda yardım etmektedir. Toplumsal değerler, sosyal medya kişilerin beden algısını direkt etkilemektedir. Kadınlarda zayıf beden algıları, erkeklerde kaslı ve atletik bir vücut yapısı ideal olarak algılayan bireyler bedenlerinden memnun kalamayarak ideal bedene ulaşmak için çaba göstermektedir (Tayhan, 2023). Bunun yanında ailelerin ileri boyuttaki kilo kontrol üzerine vurgu yapması, çocuklarının boy ve kilolarını sürekli kontrol altında tutmaya çalışmaları da yine bozuklukların ortaya çıkmasında risk faktörü olarak gelişmektedir (Uskun ve Şabaplı, 2013). Ayrıca son yıllarda sosyal medyanın sık kullanılması ile ortaya çıkan kendi aralarında “fit olma” kaygısı ile yapılan sağlıksız diyetlerin yapılması farklı sağlık sorunlarına yol açmaktadır. Türkiye'de de yeme bozukluklarının büyük oranda artışının nedeni sosyal kültürel etkenler olarak belirtilmektedir.

Yeme Bozukluklarının Sonuçları ve Toplumsal Maliyetleri

Yeme bozuklukları bireylerin kendi sağlıklarını bozmanın yanında toplumsal düzeyde de önemli sorunlara neden olmaktadır. Yeme bozuklukları hem ruhsal hem de fiziksel olarak ciddi sorunlara neden olmakta, yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilemekte, sağlık sistemine ekonomik olarak da bir yük getirmektedir.

Anoreksiya Nervoza ve Bulimiya Nervoza gibi bozukluklar sinir sistemi, hormonal rahatsızlıklar, kalp damar hastalıkları ile ilgili olumsuz etkilere sahiptir. Anoreksiya genç kadınlar arasında psikolojik bozukluklar arasında ölüm oranı en yüksek olanlardan biridir (APA, 2022). Aşırı yeme bozukluğu; diyabet, obezite ve hipertansiyon gibi metabolizma ile ilgili rahatsızlıklara yol açabilmektedir (Turan vd., 2015). Psikolojik boyutlarında da depresyon, anksiyete, kendine zarar verme, intihar gibi girişimler yine sosyal fobiler, yeme bozuklukları ile çoğunlukla birlikte ortaya çıkmaktadır (Sarısakal ve Yalçınkaya, 2020). Bireyler hayatlarının önemli bir bölümünde beden görünüşleri ile meşgul oldukları için akademik, sosyal ve mesleki hayatlarında da stres oluşmaktadır. Yeme bozuklukları bireyin içinde bulunduğu aileyi de olumsuz yönde etkilemektedir. Aile bireyleri çoğunlukla rahatsızlık yaşadıklarında veya rahatsızlık yaşayan bireyin ihtiyaçlarını karşılamak konusunda zorluk yaşayabilmektedir (Şahin vd., 2019). Böylece hasta birey ve yakınlarında sosyal yaşamdan uzaklaşma, yemek saatlerinde yaşanan gerginlikler gibi davranışlar görülmektedir. Yeme bozuklukları doğrudan ve dolaylı olarak maliyet gerektiren sağlık sorunlarıdır. Uzun süre hastane tedavisi görme veya psikolojik tedavi görme süreçlerinde, buna eşlik eden ilaç tedavilerinde giderler topluma ve aileye büyük yük oluşturabilmektedir. Bu süreçte hasta olan kişinin işgücü kaybı, çalışamaması gibi etkenler de yine hastalığının yanında gelen

ekonomik kayıplar arasındadır. Toplumsal olarak da rahatsız olan kişilerin iş gücüne katılamamasıyla toplumsal üretkenliği etkilemekte ve üretkenliğin azalmasına neden olmaktadır. Türkiye’de yeme bozuklukları ile ilgili toplumsal bilinç henüz istenen düzeye ulaşmamıştır. Yeme bozuklukları genel olarak estetik kaygılarla açıklanırken ruhsal etkileri çok gündeme gelmemektedir. Bu sebepten dolayı hem erken teşhis hem de müdahale süreçlerinde gecikmeler yaşanmaktadır (Özkan ve Selvi, 2022).

Sosyal Medyanın Tanımı ve Gelişim

İnsanların çevrim içi dijital ortamda etkileşime girerek iletişime geçtiği, içerik ürettiği ve tükettiği dijital platformlara sosyal medya denilmektedir. Bu platformlarda geleneksel medyanın aksine çift yönlü bir iletişim bulunmaktadır. Kişiler sadece içerikleri tüketmekle kalmayıp bunun yanında üretici olarak da bu platformları kullanmaktadır. Sosyal medyanın gelişimi Türkiye’de 2000’li yılların sonlarından bugüne kadar katlanarak, hız kesmeden devam etmiştir. Temel amacı kişiler arası iletişim olan sosyal medya platformları bugün çok farklı boyutlara ulaşmış, bilgi paylaşımı, beden sunumu, kimlik inşası, pazarlama, eğlence gibi birçok işleme sahip, kültürel bir alan olarak kullanıcılarına hizmet vermektedir (Göker, 2015).

Sosyal Medyanın Yaygınlığı ve Kullanım Alışkanlıkları

Sosyal medya kullanımı tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de çok geniş bir kullanım alanına sahiptir. We Are Social’ın (2024) raporuna göre Türkiye nüfusunun %80’inden fazlası aktif olarak sosyal medyayı kullanmaktadır. TÜİK’in 2023 yılı hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçları bu bulguyu destekler niteliktedir. 16- 74 yaş aralığında bulunan kişilerin %82,8’si düzenli olarak internet, %78,5’i ise sosyal medya mecralarında aktif olarak bulunduğunu göstermektedir. Yaş gruplarına bakıldığında 18-34 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin sosyal medya platformlarında en fazla vakit harcayan grup olduğu görülmektedir (TÜİK, 2023). Büyük çoğunlukla genç kadınlar, beden sunumu ve estetik normlarla ilgili içerikleri daha fazla incelemekte ve bu platformlarla daha fazla etkileşim kurmaktadır (İnce ve Koçak, 2017). Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın 2022 senesinde yayımladığı “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları” adlı çalışmada gençlerin %65’inin sosyal medyayı daha “görünür olabilme ve kendine rahat ifade etme” amacıyla kullandığı ortaya konulmuştur.

Sosyal Medyada Estetik, Görsellik ve Beden Sunumu

Sosyal medyada görsel unsurlar içerik üretiminin merkez noktasında bulunmaktadır. Instagram ve TikTok gibi uygulamaları kullanan kişiler takipçi ve beğeni sayısını arttırmak amacıyla görsel düzenleme araçlarını aktif bir şekilde kullanmakta, bu araçlarla gerçekliği yansıtmayan beden imajının normalmiş gibi görünmesine neden olmaktadır (Yüksel, 2024). Türkiye’de yapılan saha çalışmalarında gençlerin sosyal medyada karşılaştırmaya dayanan bir estetik anlayış benimsediği ortaya konulmaktadır. İstanbul’da lise ve üniversitede öğrenim gören öğrencilerle yapılan bir araştırmada, katılımcıların %58’i sosyal medya platformlarında maruz kaldıkları beden imgelerinin kendi beden algılarını olumsuz yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi’nin gerçekleştirdiği bir araştırmada üniversite öğrencilerinin %46,3’ü sosyal medyada gördükleri ideal insan bedenleri sebebiyle diyet ve spor alışkanlıklarını değiştirmeye zorunda kaldıklarını söylemişlerdir (Demirel ve Karanfiloğlu, 2020).

Beden Algısı, Beden Memnuniyetsizliği ve Sosyal Karşılaştırma

Yeme bozuklukları üzerinde sosyal medyanın çok boyutlu etkileri bulunmaktadır. Bunlar kişilerin beden algısını, genel ruh halini ve yeme davranışlarını etkileyebilmektedir. Sosyal medyada kişiler, sürekli olarak etkileşim halinde oldukları kişilerin sosyal medyaya yansıyan mükemmel yaşam tarzları, ideal beden ölçüleri ve harika başarılarını görmektedir. Ergen bireyler hassas yaşamları sebebiyle sosyal medyada karşılaştırmaya maruz kalmaktadır. İdeal bedenlerle kendilerini karşılaştırarak, kendi beden ölçülerinden memnun olmamaktadırlar. Bu memnun olmama hali düşük beden algısı ve yeme bozukluklarının oluşmasını arttırmaktadır (Yiğit, 2022). Sosyal medyanın görünümü birincil planda tutan yapısı ve bireylerin bedenlerini ideal bedenlere uydurma çabası yeme bozukluklarının oluşmasına neden olmaktadır.

Filtreler, Photoshop ve Mükemmellik Algısı

Sosyal medya kullanıcılarının büyük çoğunluğu görseli paylaşmadan önce düzenleme ve filtreleme uygulamalarından faydalanmaktadır. Bu tür uygulamalar ciltteki kusurları gizlemekte, vücut hatlarını daha idealize hale getirmekte veya insan yüzünü daha simetrik ve ideal kabul edilen bir şekilde sunmaya olanak sağlamaktadır. Fakat bu uygulamalar gerçek olan bedenden daha farklı bir görüntü meydana getirerek estetik algının idealize edilmesini pekiştirmeye sebep olmaktadır (Yüksel, 2024). Özellikle ergenlik çağındaki kişiler bu idealize edilmiş vücutları gerçek ile karıştırarak kendi bedenlerinden memnun olmamaktadır. Üniversite öğrencileri ile ilgili yapılan çalışmada gençlerin filtrelenmiş fotoğraflarla karşılaştıkça kendi bedenlerinden memnun olmadıklarını ve bu memnuniyetsizliğin yeme davranışlarını etkilediği tespit edilmiştir (Öngören ve İntizamoğlu, 2025).

“Fitspiration”, “Thinspiration” ve Estetik Normlar

“Fitspiration” (fitness + inspiration) ve “thinspiration” (thin + inspiration) etiketi ile etiketlenip paylaşımına sunulan içerikler sosyal medya kullanıcılarını zayıf görünüm veya sağlıklı bir yaşam için motive etmeyi amaçlayan bir tutum sergiliyormuş gibi görünse de, sosyal medya kullanıcılarına gerçeği yansıtmayan beden standartlarını sunmaktadır. Kaslı bir vücuda, ince, sıfır yağ oranına sahip sıkı vücutlar, estetik operasyon geçirmiş görsel içerikler sosyal medya kullanıcılarında bu standartlara sahip olma isteğini tetiklemektedir (Bayköse ve Esin, 2020). Sosyal medya içeriklerini sürekli takip eden bireylerde beden dismorfisi (bedenini olduğundan farklı görme), obsesif egzersiz yapma davranışları ve yeme durumunu kısıtlama gibi davranışlara neden olabilmektedir. Türkiye’de yapılan metal çalışmalarda genç kadınların sosyal medyada sıklıkla karşılaştıkları içeriklerin kullanıcıları baskı ve suçluluk hali içerisinde bıraktıkları tespit edilmiştir (Sarıkoc, 2021).

Sosyal Medyada Diyet ve Spor İçeriklerinin Yaygınlığı

Sosyal medyada paylaşılan diyet tarifleri, “bir haftada 5 kilo”, “detoks suları” gibi içerikler gördüğü ilgiden dolayı hızla yayılmaktadır. İnsanlar inanmak istedikleri için bilimsel bir temele sahip olmayan bu içerikler, özellikle vücutundan memnun olmayan veya fazla kiloya sahip olan kişiler tarafından ciddiye alınmaktadır (Özkan vd., 2024). Lise ve üniversite çağındaki gençlerin sosyal medyada maruz kaldığı dijital diyet programları aracılığıyla hızlı kilo vermeye çalıştıklarını ve bu durumdan kaynaklı yeme atakları, bunu takip eden aç kalma durumları gibi yeme bozukluklarını sebep olduğu belirtilmiştir (Cin vd., 2024).

Sosyal Medya ve Yeme Bozuklukları Arasındaki İlişki

Sosyal medya kullanımının hızla yaygınlaştığı son yıllarda yapılan çalışmalar, sosyal medya kullanımının yoğunluğu ile yeme bozuklukları belirtilerinin ortaya çıkması arasında anlamlı bir bağlantı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Türkiye'de yapılan araştırmalarda bu durum açıkça ortaya konulmuştur. Çapaş ve Çavdar (2023) tarafından üniversite öğrencileri arasında yapılan bir çalışmada Instagram kullanım süresi ve yeme davranışları arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Uluslararası yapılan çalışmalarda da Türkiye'de yapılan araştırmalara benzer bulgular tespit edilmiştir. Fardouly ve diğerleri (2015), sosyal medya platformlarında bireylerin birbirlerine karşı yaptıkları karşılaştırmaların beden memnuniyetsizliğini arttırdığını ve yeme davranışlarını olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

Influencer Kültürü ve Yeme Davranışlarına Etkisi

Sosyal medyada fenomen olarak adlandırılan kişiler veya “influencer”lar, takip eden kişiler üzerinde güçlü bir etki oluşturmaktadır. Diyet, spor, güzellik, sağlıklı yaşam gibi konular özellikle influencerların etki alanına girmektedir. Influencerların ürettiği bu içerikler doğrudan veya dolaylı olarak kişilerin beslenme alışkanlıklarını şekillendirerek üretilmektedir. Sosyal medyadaki fenomenlerin ürettiği içerikler çoğunlukla "glutensiz yaşam", "sıfır karbonhidrat", "temiz beslenme", "yağsız ve kaslı bir vücut" gibi idealize edilmiş vücutları sunmaktadır. Sosyal medya içeriklerini takip eden veya izleyen kişilerde ulaşılması zor hedefler oluşturmakta ve ulaşmaya çalışan hedef için sağlıksız alışkanlıklar ortaya çıkarmaktadır. Influencerlar daha fazla para kazanabilmek için kendilerine sunulan ürünleri aşırı şekilde övmekte ve faydalarını gördüğünü iddia etmektedir. Önerilen bu diyet ürünleri, takviye gıdalar, tavsiye ettikleri detoks suları, diyetle yenilecek yiyecek tarifleri herhangi bir uzmanın onayından geçmeden sunulmakta ve bunları detaylı incelemeyen uygulayan kişilerde metabolizma, hormonal bozukluklar ve psikolojik dengesizlikler oluşabilmektedir.

Platform Bazlı Etkiler: Instagram, TikTok ve YouTube

Birbirinden farklı olan sosyal medya platformları kullanıcılarını da etkileme şekli olarak farklılık göstermektedir. Instagram, görselliğin çok fazla kullanıldığı bir platform olması nedeniyle beden algısı üzerinde en fazla etkiye sahip platform olarak bilinmektedir. Özellikle "before-after" paylaşımlarıyla “yemek günlüğüm” isimli içerikler ve filtrelenmiş vücut fotoğrafları o platformu kullanan kişilerin sürekli olarak kendilerini bu görsellerle karşılaştırmalarına sebep olmaktadır (Aydemir, 2024). TikTok, kısa videolar şeklinde aşırı bilgi sunmakla birlikte gençler arasında hızlı bir şekilde yayılan (bir günde ne yiyorum) adıyla oluşturulan içerikleri gerçeği yansıtmayan beslenme alışkanlıklarını normalmiş gibi gösterebilmektedir. YouTube, diğer platformlara göre daha uzun bir formatta hazırlanan içerikler, diyet ve yaşam tarzı sunan videolarda detaylı bir şekilde paylaşılmaktadır. YouTube’da paylaşılan vloglar kişilerin bu içeriği oluşturan kişiyle kendilerine karşılaştırmalarına ve alışkanlık ve davranışlarını oluşturulan bu içeriklere göre şekillendirmelerini sebep olmaktadır (Atalay ve Dizdar, 2025).

Hashtag Kullanımları ve Yeme Bozukluğu Toplulukları

Sosyal medya platformları üzerinden sunulan bazı hashtag'ler (thinspo, fitlife, cleaneating vb.), yeme bozukluklarını arttıran içeriklerin fark ettirilmeden yaygınlaşmasına sebep olabilmektedir. Bu etiketlerdeki görseller çoğunlukla çok zayıf kusursuz bir vücuda sahip kişiler tarafından sunulmakta ve izleyicilerin “normal dışı” beden algısı oluşturmalarına sebep olabilmektedir. Bunun yanında oluşturulan bazı kullanıcı grupları bu içerikleri desteklemek amacıyla topluluklar oluşturmakta, bu

topluluklarda romantize edilen yeme bozuklukları kullanıcılara sunulmaktadır. Benzeri gruplar kişilerin hayatında tehlikeye neden olabilecek yeme alışkanlıklarını cesaretlendirecek içerikleri paylaşarak, çoğunluğu daha hayatın başlangıcında olup tecrübesiz olarak nitelendirilen genç kişileri olumsuz olarak etkisi altına alabilmektedir.

Risk Altındaki Gruplar ve Psikolojik Etkiler

Belirli demografik gruplarda yeme bozuklukları daha sıklıkla görülebilmektedir. Bu bölümde özellikle, genç yetişkin ergenler, erkekler ve kadınlar psikolojik yatkınlığa sahip gibi risk grupları ile sosyal medyanın bu gruplar üzerindeki yeme bozuklukları davranışlarını arttırıcı olarak rol oynamaktadır.

Biyopsikososyal açıdan benzersiz bir özelliğe sahip olan ergenlik ve genç yetişkinlik dönemi kişilerin hayatında kırılgan bir özelliğe sahip olmaktadır. Fiziksel değişimler, ailenin etkisinin azalıp akran onayının öneminin arttığı ve kişinin kimlik inşasını en yoğun bir şekilde yaşadığı, bir dönem olarak nitelendirilmektedir. Bu dönemde prefrontal korteksteki gelişimsel olgunlaşma sürecinin devam etmesi, anında yapılan gelir bildirimleri verilen önemin arttığı hassas bir dönem olarak görünmektedir (Akyasan ve Filazoğlu, 2025).

Son yıllarda yapılan yerli çalışmalarda genç bayanların sosyal medyada fit, kusursuz zayıf görünme konularına erkeklere göre daha fazla maruz kaldığı tespit edilmiştir (DataReportal, 2024). Bunun sonucunda kilo kontrolü, bedeninden memnun olmama, yeme tutumlarındaki bozulmalar kadınlar da daha fazla görülmektedir. Toplumsal cinsiyet normlarına baktığımızda da kadınların daha gösterilebilir bir vücuda sahip olma baskısı altında oldukları ve bu nedenle gösterilebilir bir bedene sahip olmak için daha baskıcı bir beslenme programı uyguladıkları öne çıkmaktadır. Çalışmalar sonucunda elde edilen bulgular güzellik standartlarının dijital ortamda yeniden yapılandırıldığı bakımlı ve ince görünüme sahip olan kişilerin daha başarılı daha değerli ve daha saygın oldukları hissiyatını yaşadıkları görülmektedir (Aktaş, 2020). Benzer şekilde sosyal medyanın kullanım sıklığı, beğenilme, görülme, öne çıkma arttıkça yeme bozuklukları da telafi edici davranışlar kısıtlayıcı yeme artış göstermektedir. Özellikle kadın katılımcıların görünüşlerine dair endişeleri ve kaçınma düzeyleri daha yüksek oranda bulunmaktadır. Bu araştırmalar toplumsal cinsiyet rollerinin dijital platformlarda da gerek içerik üretme gerekse içerik tüketme seviyelerinde de risk faktörünün cinsiyete göre farklılaştığını ve bu düzeyin başka etkenlerle birlikte güçlenebildiğini göstermektedir.

Psikolojik Temelli Risk Faktörleri

Sosyal medya ve yeme bozuklukları ile ilgili psikolojik değişkenler hem aracılık hem de duyarlılaştırıcı olarak işlev görebilir. Benlik saygısı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki bağlantı beden memnuniyetinin aracı olmaktadır. Bedeninden memnun olmayan kişiler ekran başında kalma süreleri ve görünüşle ilgili etkileşimler incelendiğinde olumsuz yönde bir kısır döngüye dönüştüğü gösterilmiştir (Aydoğan, 2024). Bu çalışma bulgularında bulunan bu ilişki aslında kırılgan bir benlik yapısına sahip olan kişilerde daha fazla kendini göstermekte daha fazla kırılgan bir yapıya sahip olmalarına neden olmaktadır (Akik ve Ertürk, 2019).

Sosyal Medyanın Tetikleyici Rolü

Kullanıcılar sosyal medya platformlarında maruz kaldıkları içerikleri algoritmalar sayesinde bulabilmektedir. Kişiler bir kez görünüş, fitness içeriklerine göz attığında algoritma karşısına buna

benzer birçok içerik çıkarmaktadır. Algoritmanın ortaya çıkardığı içerikler insanlara fit ince ve kusursuz görünüyor algısı oluşturmaktadır. Algi, fitspiration (fit + inspiration) ve clean eating söylemleri ile birleştiğinde sağlıklı temiz yeme takıntısı artış gösterebilir. Türkiye'de üniversitelerde yapılan bir araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile ortoreksiya arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır (Oral ve Öztaşkın, 2024). Görünüş ve sağlık içeriklerine yoğun bir şekilde maruz kalan kullanıcılarda yemek kurallarının katıldığı ve kaçınma davranışlarını sergilendiği bildirilmiştir. Türk Psikologlar Derneği'nin değerlendirmelerinde çevrim içi beslenme toplulukları temiz içerik beslenme eğilimleri ile beslendiğine dikkat çekmektedir (Türk Psikoloji Dergisi, 2025).

Erkeklerde Gözden Kaçan Yeme Bozuklukları

Her ne kadar yeme bozuklukları kadınlarla ilişkilendiriliyor olsa da erkekler de belli bir risk taşımaktadır. Erkeklerdeki yeme bozukluklarının belirtileri fark edilme ve tanımlanma imkânının daha düşük olmaktadır (Işık, 2024). Erkeklerde daha çok kaslılık ideali bulunmaktadır. Protein tozu kullanma, aşırı egzersiz yapma, performans artırıcı takviye edici gıdaların kullanımını arttırmakta ve görünümü, merkeze alan sosyal karşılaştırmalar yeme davranışlarının bozulmasına sebep olabilmektedir. Türkiye'de yapılan çalışmada erkeklerin Instagram'da maruz kaldıkları beden imajı ve kaslı bir vücut imajına anlamlı bir noktada katkı sağladığı görülmüştür (Türk Psikoloji Dergisi, 2025). Erkeklerde yeme bozukluğunun ortaya çıkması semptomik olarak farklılık göstermektedir. Telafi davranışları (kusma) kadınlara nazaran daha düşük bir seviyede bulunmakla birlikte erkeklerde aşırı egzersiz daha sık görülmektedir. Bununla birlikte yardıma ihtiyaç duyma ve ifşa olma olasılığına karşın maruz kaldığı olumsuzlukları daha düşük bir seviyede bildirmektedir (Işık, 2024).

Koruyucu ve Önleyici Yaklaşımlar

Sosyal medya kullanıcılarının hayatındaki yeme bozuklukları ile ilgili olumsuzluklar akademik çevreler tarafından da kabul edilmekte ve bu konu üzerine önleyici tedbirler alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Önleme sadece yeme bozukluklarının ortaya çıkmasına engel olmak değil bunun yanında mevcut olan risk faktörlerinin de etkisine azaltarak kişilere destekleyici bir dijital ortamın oluşturulması anlamına geldiğini belirtmektedir. Medya okuryazarlığı yeme bozukluklarında koruyucu müdahalenin temelini oluşturmaktadır. Bireylerin, sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri sorgulama, analiz etme, eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme, becerisi kazanması gerekmektedir. Bu kazanım, ideal beden algısı üzerinde ve beden memnuniyetsizliğini azaltmada önemli bir görev üstlenmektedir (Duran ve Çetinbaş, 2021). Türkiye'de lise ve üniversitede öğrenim gören öğrenciler ile yürütülen bazı medya okuryazarlığı programlarında öğrencilerin sosyal medyada maruz kaldıkları beden imajlarını sorguladığı ve sorgulama sonucu öğrencilerde beden memnuniyetinin arttığı görülmüştür (Tut ve Orak, 2023).

Ebeveynler çocuklarının dijital medya kullanımlarına sınırlar koyma, onları sosyal medya kullanırken yönlendirme ve çocuklarına model olma açısından büyük bir sorumluluk üstlenmektedir. Özellikle ergenlik döneminde olan kişiler, okul dönemi rehberlik çalışmalarında büyük öneme sahiptir. Okul psikolojik danışmanlarının sosyal medya, beden algısı, yeme davranışları konusunda öğrencileri bilinçlendirmesi, bununla ilgili atölye çalışmaları yapması, seminerler düzenleyerek öğrencileri ve aileleri bilgilendirmesi önem teşkil etmektedir. Grup terapileri de bu çağdaki ergen öğrenciler için etkili olabilir. Grup içerisinde diğer öğrencilerin de onlar gibi olduklarını bilmek öğrencileri rahatlatabilmektedir. Dijital platformlarda kişilerin hayatlarına olumsuz yönde etkileyebilecek sağlıklarını bozabilecek içeriklerin denetlenmesi de ve

bazı sınırların konulması da önleyici bir yaklaşımdır. Instagram ve TikTok gibi platformlarda uluslararası mecralarda bazı zararlı hashtagler kısıtlamaya başlanmıştır. Fakat her ne kadar önlemler olsa da hala yetersiz bulunmaktadır. Özellikle yerel dillerde hazırlanan içerikler kolaylıkla dolaşıma girebilmektedir (Sejfula, 2025). Türkiye'de yapılan dijital denetim uygulamaları genel olarak etik kurallarına dayanak gösterilerek yapılır da beden algısı ve yeme bozuklukları üzerine etkileri özel olarak bir düzenlemeye ihtiyaç duymaktadır. BTK ve RTÜK gibi kurumların sosyal medya içerikleri sağlıklı yaşam üzerindeki etkilerine yönelik daha özel tedbirler alınması ve rehberler oluşturulması önerilmektedir.

Sağlık alanındaki uzmanlar, psikologlar, psikiyatristler, diyetisyenler yeme bozuklukları ile mücadele noktasında kritik bir öneme sahiptir. Fakat sosyal medya kullanımının bu bozukluklar üzerindeki etkisi konusunda uzmanlar yeterince bilgiye sahip değildir. Bu nedenden dolayı klinik ortamlardaki sosyal medya kullanımı ile ilgili sorunlar değerlendirilirken bu alanda da çalışmalar yapılmalı, yeme bozuklukları ile ilgili de önlemler almak için gerekli tedbirler gündeme getirilmelidir. Müracaat eden kişilerin dijital hayatla ilgili alışkanlıkları da danışmanlık sürecinde önemle dikkate alınmalıdır (Çapaş ve Çavdar, 2023). Televizyon programları, kamu spotları, sosyal medyada oluşturulan kampanyalar ve sivil toplum örgütleri tarafından kişileri bilinçlendirme çalışmaları sonucu yeme bozukluklarının sadece kilo ve görünüşle ilgili bir sorun değil, çok boyutlu bir yapıya sahip olduğu anlatılmalıdır. Fiziksel etkilerinin yanında psikolojik ve toplumsal etkileri de bulunan yeme bozuklukları ile ilgili alınacak tedbirler sadece kişinin kendisini değil toplumu da olumlu yönde etkileyecektir. Özellikle bedensel olumlamalar ve bedene nötrleştirme çalışmaları sosyal medya kullanıcılarının farklı beden türlerine sahip kişileri de kabul etmelerine, gerek kendileri ile gerekse çevrelerindeki kişilerle ilgili daha gerçekçi beklentiler içerisinde olmalarına yardımcıdır (Taşkın, 2022). Kişilerin sadece estetik ve idealize edilmiş içerikler ile değil; sağlık, özdeğer, çeşitlilik ve öz şefkat gibi değerlere de odaklanarak bu yönde hazırlanmış içeriklere yönlendirilmeleri teşvik edilmelidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal medya hayatımızın her alanında etkili olmaktadır. Yeme davranışları ve beden algısı ile ilgili etkisi göz ardı edilemeyecek boyutlara gelmiştir. Bu kitap bölümünde özellikle genç ve ergenlik döneminde olan kişiler ve kadınlar ağırlıklı olmakla birlikte bazı grupların bu etkilenme açısından daha hassas bir yapıya sahip oldukları vurgulanmıştır. Sosyal medyada üretilen içeriklerde yer alan idealize edilmiş bedenler, sosyal medya kullanıcılarının gerçeklik algısını yeniden inşa etmekte kişilerin daha zayıf daha fit ve estetik olduklarında mükemmel olacaklarına inanmalarını sağlamaktadır. Bu algı zamanla olumsuzlukları oluşturmakta, beden memnuniyetsizliği yetersizlik hissi düşük beden saygısıyla sağlıksız yeme davranışlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İnfluencerlar içerik üretirken filtreli görseller trend olmuş diyetler ve before- after gibi karşılaştırmalı yaklaşımlarla paylaşım yaptıklarında kişilerde psikolojik bir baskı ve kontrol etme arzusu oluşmakta ve bu arzu doğrultusunda yeme bozukluklarına zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının maruz kaldığı içeriklerdeki mesajları sorgulama alışkanlığı kazanmaları yeme bozuklukları ile mücadelede önleyici olarak etkili bir rol üstlenmektedir. Bunun yanında aile, okul, dijital platformlar ve sağlık sistemi gibi birbirini etkileyen kurumların ortak bir sorumluluk üstlenerek bu sorunu detaylı bir şekilde ele almaları gerekmektedir. Sosyal medyada maruz kalınan içeriklerinin birçoğunda ortaya konulan bedenlerin aslında filtrelenmiş olduğu ve çoğunun gerçek dışı olduğunu unutmamak, eleştirel medya farkındalığını geliştirmek açısından büyük öneme sahiptir. Sosyal medya kullanıcıları, takip

ettikleri hesaplardaki içeriklerin beden olumlama, çeşitlilik, öz şefkat gibi sağlıklı içerikler sunmasına dikkat etmelidir. Sosyal medya kullanım süresi kesinlikle sınırlandırılmalı, ekran karşısında geçirilen süre yerine gerek fiziksel aktivite gerekse sosyal etkileşim ve kişinin beden ile ruhunu dinlendirecek, rahatlama sağlayacak alternatifler ile çeşitlendirilmelidir. Bireylerin beslenme alışkanlıkları ve bedeni ile ilgili kaygıları olabilir. Ebeveynler çocuklarının sosyal medya kullanımını takip etmeli, onları yakından izlemeli, gerekli sınırlamaları yapmalı ve çocukları ile açık bir iletişim dili kullanarak gerektiği yerde çocuklarına rehberlik etmelidir. Evde bedenle ilgili olumlu bir dil kullanmaya özen gösterilmeli ve sağlıklı beslenme tercihi yapılması gerekmektedir. Bunları yaparken görünüm odaklı konuşmalardan kaçınılmalıdır.

Okullarda öğrencilere sunulan rehberlik hizmetleri çeşitlendirilmeli ve öğrencilerin psikolojilerini güçlendirici bir etkiye sahip hale getirilmelidir. Öğrencilerin sosyal medya ve beden algısı ile ilgili anlayışları bilinçli bir şekilde yönlendirilmelidir. Medya okuryazarlığı dersi ilköğretim düzeyinden başlanarak üst düzey sınıflara kadar zorunlu ve pratik yapılarak öğrencilere sunulmalıdır. Sosyal medya şirketleri sadece zararlı içerikleri sınırlandırmakla kalmamalı, ideal tek bir beden anlayışının dışına çıkarak çeşitli beden yapılarına sahip olunabileceğini destekleyecek algoritmalar üretmelidir. Türkiye’de RTÜK, BTK gibi kurumlar üretilen dijital içeriklerin sağlık üzerine etkilerini daha kapsamlı çalışmalarla desteklemeli, etik ve koruyucu düzenlemeler ortaya koymalıdır. Sosyal medya platformlarında tanıtımı yapılan diyet ürünleri ve takviye gıdaların Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmadığı sürece reklamı kesinlikle yapılmamalıdır.

Yeme bozuklukları vakaları ile karşılaşan uzmanlar kişilerin sadece fiziksel görünümleri ile değil bu davranışın altında yatan psikolojik etkileri de araştırmalı, özellikle kişilerin sosyal medya kullanımı konusunda detaylı incelemesi yapılmalıdır. Psikolojik destek alan kişilere müdahale edilirken dijital medya alışkanlıkları da dikkate alınmalı, bu çalışma yapılırken sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkisi de analiz edilip sürece dâhil edilmelidir. Sivil toplum kuruluşları toplumdaki farklı kesimde yaşayan kişilere ulaşarak bedenleri ile ilgili olumlama çalışmaları düzenlemeli ve kişilerin beden memnuniyetsizliklerini azaltma çalışmaları yapmaları önem arz etmektedir. Sosyal medyada ideal beden vurgusu azaltılması amacıyla medya kuruluşları ile iş birliği yapılarak kamu spotu ve belgeseller düzenlenerek ideal beden algısı yıkılmalıdır. Bugün vazgeçilmez olarak adlandırılan sosyal medya hayatın önemli bir parçası olmuştur. Kişilerin yeme davranışları üzerinde, sosyal medyanın doğrudan etkili olduğu gözlemlenmiştir. Sosyal medya kişilerin beden algısı üzerinde de göz ardı edilemeyecek kadar etkili olmaktadır. Toplum olarak bu etkilerin farkındalığı içinde olunmalı ve gerekli önlemleri almak için çaba gösterilmelidir. Gerekli önlemlerin alınması sadece kişilerin değil toplum sağlığının da korunması noktasında kritik bir rol oynamaktadır. Sosyal medyayı, insan hayatından çıkarmak imkânsız olacağı için sosyal medyayı daha kullanılır bir hale getirmek amacıyla çalışmalar yapılmalıdır. Aileler, eğitimciler ve sağlık alanındaki uzmanlar, medya patronları, politikacılar birlikte daha güçlü bir şekilde sağlıklı bir beden algısı oluşturma ve yeme davranışlarının olumlu bir hal alması noktasında önemli bir anahtar olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akik K, B., ve Ertürk Ş, İ. (2019). Yeme Bozukluklarının Etiyolojisinde Ailesel Faktörler: Güncel Bir Gözden Geçirme, *Journal of Clinical Psychology Research*, 3(1), 34-44.
- Akdeniz, C. (2020). Ergenlerde Yeme Tutumunun Bağlanma Stili, Beden Algısı ve Öz Şefkat Açısından İncelenmesi Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Aydoğan, D. (2024). Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Saygısı İlişkisinde Beden Memnuniyetinin Aracılık Rolü Analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(1), 135-153.
- Aktaş, G. (2020). Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Dizilerine Yansımaları Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, 1(1), 1-12.
- Akyasan, E., ve Filazoğlu Ç, G. (2025). Adölesanlarda Sosyal Medya Kullanımının Anoreksiya Nervoza Görülme Sıklığına Etkisi (Derleme), *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 415-430.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5. baskı). Washington, DC: Author.
- American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (5th ed., text rev.). Arlington, VA: American Psychiatric Publishing.
- Aydemir, Z. (2024). Problemliliği Instagram Kullanımı ile Beden Memnuniyetsizliği Arasındaki İlişkide Kendini Nesneleştirme ve Öz Tıkınmanın Aracı Rolünün İncelenmesi, *Maltepe University Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Atalay, S., ve Dizdar, S. (2025). Yemek Yemenin Tıbbileştirilmesi ve Yeme Bozuklukları. *Sosyoloji Dergisi*, (49), 89-113.
- Bayköse, N., ve Esin, İ. (2020). Fit Olmayı Teşvik Eden Fotoğraflar ve Paylaşımlar: Beden Tatminsizliği ve Beden İmajı Arasındaki İlişkisi Üzerine Bir Derleme, *Mediterranean Journal of Sport Science*, 3(2), 420-436. <https://doi.org/10.38021/asbid.846638>
- Berk, Ö., Yücel, B., ve Deveci, E. (2016). Ergenlik Döneminde Obezite; Bilişsel Davranışçı Kuramlar ve Motivasyon Kuramları Açısından Karşılaştırmalı Bir İnceleme. *Türkiye Klinikleri J Psychol-Special Topics*, 1(2), 50-8.
- Bayramoğlu T, A., Turna, K., ve Horoz, N. (2020). Üniversitesi Öğrencilerinde Tıkınmasına Yeme Bozukluğu, *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(3), 157-162.
- Baysal, A (2021). Beslenme, Hatiboğlu Yayınları, Ankara.
- Baysal, I., ve Kızıltan, G. (2020). Spor Yapan Bireylerin Ortoreksiya Nervoza Eğilimleri ile Beslenme Durumları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(3), 204-214.
- Cin, M., Arslan, Ş., ve Göksel, A. G. (2024). Sosyal Medyada Sağlık ve Spor Paylaşımlarına Olan Güven ve Teyit Düzeyi: Kolluk Öğrencilerinin Youtube Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Sport for All and Recreation*, 6(4), 514-522.
- Coşkun E, Deveci E, İnce B. (2020). Tıkınmasına Yeme Bozukluğunun Obezite Cerrahisi Tedavi Sürecine Etkisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, Current Approaches in Psychiatry*. September, 12(3):409-420. doi:10.18863/pgy.622366
- Çapaş, M., ve Çavdar, M. (2023). Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Yeme Tutum ve Davranışlarına Olan Etkisi. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 32(2), 284-291.
- Çetin, A. K., ve Aydın, Ö. (2024) Yetişkin Bireylerde Yeme Bozuklukları ile Uyku Kalitesi, Depresyon, Anksiyete ve Stres Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Ankara İli Örneği. *Bingöl Üniversitesi Sağlık Dergisi*, 5(2), 201-214.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Türkiye*, Erişim Tarihi: 20.10.2025 <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Demirel, G., ve Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal Medyada Yemek Fotoğraflarının Kimlik İnşası Bağlamında Tüketimi: Instagram Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (34), 236-259. <https://doi.org/10.31123/akil.781110>
- Duran, S., ve Çetinbaş, A. (2021). Üniversite Öğrencilerinde Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları ile Vücut Kompozisyonları Arasındaki İlişki. *Ankara Med J*, 21(3), 327-338.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., ve Halliwell, E. (2015). Social Comparisons On Social Media: The Impact Of Facebook On Young Women's Body Image Concerns And Mood. *Body Image*, 13, 38-45.
- Göker, G. (2015). İletişimin McDonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme. *Turkish Studies*, 10(2), 389-410.
- Gençlik ve Spor Bakanlığı (2022) Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Raporu, Erişim Tarihi: 20.10.2025, <https://sahamerkezi.org/genclerin-sosyal-medya-kullanim-aliskanliklari-egilimleri-ve-algilarina-yonelik-saha-arastirma-raporu/>
- Günaydın, M., ve Kumcağız, H. (2020). Ergenlerde Yeme Tutumunun Aile İşlevleri Açısından İncelenmesi, *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 11(3), 212-219.
- Işık, F. (2024). İhmal edilen bir konu: Erkeklerde yeme bozuklukları. *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(3), 612-626.
- İnce, M., ve Koçak, M. C. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Kamış, Ş., ve Karaaziz, M. (2024). Kabul ve Kararlılık Terapisi Perspektifinden Duygusal Yememin Açıklanması. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(2), 153-171.
- Okumuş, F. E. E., Baykal, N. B., Deveci, E., ve Karaköse, S. (2019). Yeme Bozukluğu Vakalarında Hastalık Yaşantısı ve Grup Süreci: Nitel Bir Çalışma. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 2(4), 307-318.
- Oral, E. A., ve Öztaşkın, S. (2024). Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımının Yeme Bozukluğu ve Beden Algısı ile İlişkisi, *Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 9(1), 100.
- Oğur, S., ve Aksoy, A. (2015). Üniversite Öğrencilerinde Ortoreksiya Nervoza Eğiliminin Belirlenmesi. *Bitlis Eren Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 4(2).
- Özdel, O., ve Türkçapar, H. (2011). Yeme bozukluklarında genetik ve biyolojik etkenler. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 14(1), 35-42.
- Öztürk, N., ve Yücel, B. (2019). Yeme Bozukluklarında Kişilerarası İlişkiler Psikoterapisi. *Türkiye Klinikleri Psychiatry, Special Topics*, 12(1), 19-24.
- Özkan, A. M., ve Selvi, H. (2022). Üniversite Öğrencilerinin Yeme Tutumlarının ve İlgili Değişkenlerin İncelenmesi, *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 12(3), 600-609.
- Öztürk, M., ve Sarı, E. (2021). Yeme bozuklukları ve beden algısı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Türkiye Klinikleri Psikoloji Dergisi*, 10(2), 105-120.

- Öngören, B., ve İntizamoglu, M. (2025). Sosyal Medya ve İnternet Kullanımının Pozitif Beden Algısı Üzerindeki Etkisi. *İmgelem (Yeni Medya Çalışmaları)*, 145-168.
- Özkan, P. Ö., Özçelik Ersü, D., ve İrtürk, Ö. S. (2024). Gençlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Beslenme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 9(2), 225-233.
- Özbay, A., Kahraman, S., ve Altun, N. (2024). Yetişkin Eğitimi Açısından Ruminasyon, Sıkıntıya Dayanma ve Bilişsel Esnekliğin İncelenmesi. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 4(9), 20246-20246.
- Imhay. (2024). Millennium Nucleus Imhay – 2024 Final Report. <https://www.imhay.org/wp-content/uploads/2025/01/9.-Final-Report-Imhay-2021-2024.pdf>
- Sarısakal, Ö., ve Yalçinkaya A. Ö. (2020). Beslenme ve Yeme Bozukluğu Eş Tanılı Bir Obsesif Kompulsif Bozukluğun Bilişsel Davranışçı Tedavisi: Bir Olgu Sunumu. *AYNA Klinik Psikoloji Dergisi*, 7(2), 249-273. <https://doi.org/10.31682/ayna.560620>
- Şahin, S., Şahin, E. S., Öz, N. S., Atav, P. Ü., ve Kıvanç, R. (2019). Pediatrik Yeme veya Yutma Bozukluğu ve Beslenme Alışkanlığında Aile Rolünün Etkisinin Meta-Analiz Yöntemiyle İncelenmesi. *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*, 6(2), 200-214.
- Sejfula, M. (2025). Meta Feminizmi Çerçevesinde Beden Olumlama Hareketi'nin Instagram Üzerinden Değerlendirilmesi, *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 9(1), 50-87.
- Sarıkoç, F. (2021). Genç Yetişkinlerin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Benlik Saygısı ve Beden Algısı Arasındaki İlişki Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Biruni Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Tayhan, F. (2023). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı, Beden Algısı, Vücut Kompozisyonu ve Yeme Bozuklukları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Karya Journal Of Health Science*, 4(2), 139-145.
- Turan, Ş., Poyraz, C. A., ve Özdemir, A. (2015). Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu, Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 7(4), 419-435.
- Tezcan, İ. C., ve Alp, H. (2024). Spor Salonuna Üye Bireylerde Egzersiz Bağımlılığı ve Ortoreksiya Nervoza Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Ulusal Spor Bilimleri Dergisi*, 8(2), 48.
- Taşkın, B. (2022). Göstergelerarası Çeviri Olarak Uyarılma: The Sandman Örneği. In *Medya ve Kültür Uluslararası Sempozyumu Mayıs 2022 Media And Culture International Symposium* (P. 36).
- Türker, S., Akgül, Ö., ve Bal, F. (2023). Ergenlerde Ebeveyn Kontrolünün Sağlıklı Beslenme Takıntısıyla (Ortoreksiya Nervoza) İlişkisi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27(3), 540.
- Tut, Ö., ve Orak, O. (2023). Ergenlerde Bilinçli Farkındalık Düzeyinin Duygusal Ve Psikolojik İyi Oluş Düzeyine Etkisi, *Uluslararası 21. Ulusal Hemşirelik Öğrencileri Kongresi, Samsun. Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK). (2023). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması.* <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2023-49400>
- Türk Psikoloji Dergisi* (2025) Erişim Tarihi 21.10.2025, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turkpsikoloji>
- Uskun, E., ve Şabaplı, A. (2013). Lise Öğrencilerinin Beden Algıları ile Yeme Tutumları Arasındaki İlişki. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 12(5).
- Uçar, K., ve Pınar, A. A. (2022). Anoreksiya Nervoza ve Karaciğer Sağlığı. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 9(3), 436-442.
- Ünsal, A., Tozun, M., Ayrancı, Ü., ve Arslantaş, D. (2010). Türkiye'nin Batısındaki Bir İlçede Lise Öğrencilerinde Olası Yeme Bozukluğu Görülme Sıklığı ve İlişkili Faktörler. *Dirim Tıp Gazetesi*, 85(3), 100-112.
- Yüksel, R. (2024). Sosyal Medya Araçlarının Beden Güzelliği Tahakkümü: Estetik İşlemler, *Sakarya Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 111-126.
- Yiğit, H (2022). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Sosyal Görünüş Kaygıları ve Yeme Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- We Are Social (2024) Global ve Türkiye Verileriyle Dijital Dünya, Erişim Tarihi: 02.10.2025 <https://www.clicksus.com/we-are-social-2024-global-ve-turkiye-raporu-ozeti>

DOKUZUNCU BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN ERGENLER ÜZERİNDEKİ SOSYAL FOBİ ETKİSİ

Hatice Zeynep TURGUT[‡]

GİRİŞ

Dijital çağda teknoloji ve iletişim araçlarındaki dönüşüm, sosyal medya platformlarının yaygınlaşması gibi gelişmeler ergenlerin sosyal hayatında köklü değişimlere yol açmıştır. Artık ergenler, sosyal medya aracılığıyla sadece arkadaşlarıyla iletişim kurmakla kalmayıp, aynı zamanda kimliklerini keşfetme, benliklerini sunma ve sosyal onay arayışlarını dijital ortamlarda yoğun şekilde deneyimlemektedir. Sosyal medyanın işlevleri, ergenlik döneminin temel psikososyal gelişim süreçleriyle doğrudan ilişki içerisindedir.

Ergenlik dönemi, bireylerin fiziksel, bilişsel, duygusal ve sosyal anlamda yoğun değişim yaşadığı kritik bir geçiş sürecidir. Bu dönemde gençlerde kimlik gelişimi şekillenirken, sosyal kabul görme, aidiyet duygusu ve onay alma ihtiyaçları ön plana çıkmaktadır. Sosyal medya, bu ihtiyaçların karşılanmasında önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda sosyal medya; sosyal kaygı, yalnızlık ve sosyal fobi gibi psikolojik sorunların ortaya çıkmasında da risk faktörlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Araştırmalar, sosyal medya kullanımının ergenlerde sosyal fobi belirtilerini tetikleyebileceğini göstermektedir. “Gelişmeleri kaçırma korkusu” (Fear of Missing Out - FoMO) ve sosyal onay arayışı, ergenlerin dijital ortamlarda sosyal kaygılarını artıran önemli etmenler olarak ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya platformları aracılığıyla kurulan ilişkilerde, bireyler dijital kimlikleri üzerinden sosyal kabul arayışına girmekte; beğeni sayısı, takipçi oranı gibi ölçütler önemli görülmektedir. Dijital etkileşim biçimi, bazı ergenlerde sosyal kaygı düzeyini artırmakta ve sosyal fobi benzeri semptomların gelişmesine yol açmaktadır (Keles vd., 2020). Sosyal medya kullanımının sosyal fobi ile ilişkisini derinlemesine incelemek, hem ruh sağlığı alanı hem de sosyal medya politikaları açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada sosyal medyanın ergenlik dönemi gelişim özellikleriyle kesişimi, sosyal fobi ve sosyal kaygının dijital bağlamdaki yansımaları, psikolojik, sosyal ve kültürel boyutları detaylı şekilde anlatılmıştır. Ayrıca, sosyal medyanın ergen psikolojisi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri, sosyal karşılaştırma, gizlenmiş kimlik, onay arayışı gibi kavramlar ışığında değerlendirilmiştir. Son olarak, bu alanda yapılan güncel bilimsel çalışmaların bulguları temel alınarak, koruyucu faktörler ve öneriler de sunulmuştur.

Ergenlik Dönemi ve Psikososyal Gelişim

Ergenlik, çocukluktan yetişkinliğe geçiş sürecini temsil eden önemli bir gelişim dönemidir. Bu süreçte sadece fiziksel değişiklikler yaşanmaz; aynı zamanda bireyin duygu, düşünce ve davranış biçimlerinde de hızlı ve belirgin dönüşümler gerçekleşmektedir (Kulaksızoğlu, 2004). Aynı dönemde meydana gelen hormonal ve fiziksel değişiklikler, toplumsal beklentilerle birleştiğinde, ergenin psikolojik uyum sürecini doğrudan etkilemektedir (Santrock, 2011). Ergenlik, bireyin

[‡] Uzman Psikolog, zeynephaticeceturgut@gmail.com

sosyal ve duygusal açıdan yetişkin yaşama hazırlanma süreci olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple çevresinde oluşacak sorumlulukları üstlenmesi beklenmektedir. Biyolojik değişiklikler ile sosyal beklentiler arasındaki etkileşim, ergenin psikolojik yapısını şekillendirmektedir. Aynı zamanda bu faktörler ergenlik döneminde tecrübe ettiği deneyimleri anlamlandırmasında önemli rol oynamaktadır. Tarih boyunca ergenlik dönemi “zor ve çalkantılı” bir süreç olarak görülmüş olsa da, güncel araştırmalar tüm ergenlerin bu şekilde deneyim yaşamadığını ortaya koymuştur (Arnett, 2023). Ergenlik dönemindeki değişimlerin sadece biyolojik değil, psikososyal açıdan da ele alınması gerekmektedir. Doğru destek ve yönlendirmelerle ergenlik, genç bireyin hem zihinsel hem de duygusal gelişimi için olumlu fırsatların olabileceği esnek bir süreç olmaktadır (Steinberg, 2016). Ergenlik, bireyin kimlik gelişimi, benlik farkındalığı ve sosyal ilişkilerinin yoğunlaştığı bir dönemdir. Erikson'un psikososyal gelişim kuramına göre, ergenlikteki temel çatışma "kimliğe karşı rol karmaşası"dır. Bu dönemde birey, hem kendini tanımaya hem de çevresi tarafından kabul görmeye ihtiyaç duymaktadır. Sosyal medya, bu kimlik arayışının dijital bir yansıması olarak ergenlerin benlik sunumlarını ve sosyal etkileşimlerini şekillendirmektedir.

Sosyal Medyanın Ergenlik Dönemine Etkileri

Teknolojik gelişmelerin hız kazandığı dijital çağda, sosyal medya kullanımı çocuklar ve ergenler için gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Dijital ortamlar, genç bireylerin kendilerini tanıma, ifade etme ve sosyal ilişkiler kurma biçimlerini doğrudan etkilemektedir. Mecralar aracılığıyla farklı düşünce yapılarına maruz kalmak, sosyal karşılaştırmalar yapmak ve sürekli bir çevrim içi etkileşim içinde olmak, gelişim dönemindeki bireyler açısından hem fırsatlar hem de riskler barındırmaktadır. İlgili çerçevede sosyal medyanın, özellikle gelişimsel kırılganlıkların yoğun yaşandığı ergenlik dönemi üzerindeki etkileri, araştırmalarda giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

İnternet teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya, bireylerin düşüncelerini paylaşılabildiği, bilgiye ulaşabildiği ve başkalarıyla etkileşime geçebildiği bir alan sunmaktadır. Ortak ilgi alanları, değerler, ihtiyaçlar ya da kaygılar etrafında bir araya gelen bireyler, bu platformlar aracılığıyla sanal topluluklar oluşturmakta ve iletişim süreçlerini daha dinamik bir şekilde sürdürebilmektedir. Sosyal medya, hem bireysel ifade özgürlüğü hem de toplumsal etkileşim açısından çeşitli olanaklar sağlarken, fikir alışverişini destekleyen yapısıyla da dikkat çekmektedir (Aslan ve Ünlü, 2016).

Sosyal medyanın hayatın hemen her alanına entegre olması, yalnızca haber ve eğlence içeriklerine erişim biçimini değil, aynı zamanda bireyin kendilik algısını ve başkalarını değerlendirme tarzını da dönüştürmüştür. Dijital ortamların bu yoğun etkisiyle bireyler, toplumsal rollerini yeniden kurgulamakta; görünürlük, onay alma ve beğenilme gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır (Boyd, 2014; Turkle, 2012). Sosyal medya platformları, ergenler açısından yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesine geçmiş; kimlik gelişimi, benlik sunumu ve sosyal kabul ihtiyacının yoğun şekilde deneyimlendiği bir alan hâline gelmiştir. Bu dijital ortamlar, ergenlerin bireysel ve sosyal kimliklerini şekillendirme süreçlerinde aktif bir rol oynarken, aynı zamanda psikososyal gelişim üzerinde hem destekleyici hem de risk oluşturan etkiler yaratabilmektedir (Valkenburg ve Peter, 2007). Sosyal medya kullanımı, ergenin kişilik gelişiminde etkili bir değişken olarak öne çıkmakta; özellikle aidiyet duygusu, benlik saygısı ve sosyal karşılaştırma eğilimleri üzerinde belirleyici olabilmektedir.

İnternetin yaşamın her alanına giderek daha fazla uyumu olması, farklı yaş gruplarına hitap eden kapsayıcı yapısı ve sunduğu çok yönlü olanaklar, toplumun geniş kesimlerinin aktif katılımını beraberinde getirmiştir (Ergün, 2005). Her ne kadar internet tüm yaş grupları tarafından yaygın biçimde kullanılmakta olsa da, gelişimsel özellikleri ve duyarlılıkları nedeniyle ergenler üzerindeki etkileri özel bir değerlendirme gerektirmektedir. Bu yaş grubunun bilişsel, duygusal ve sosyal gelişim sürecinde, dijital medyanın sağladığı içerik ve etkileşim biçimlerinin doğrudan ve dolaylı etkileri, dikkatle ele alınması gereken bir konu olarak öne çıkmaktadır.

Ergen bireyin dönem özellikleri de dikkate alınarak bu sürecin olumlu yönde etkilenebileceğine dair çeşitli görüşler bildirilmiştir (Valkenburg ve Peter, 2007). İnternet ve sosyal medya kullanımının olumsuz etkileri arasında, özellikle ergenlerin bu platformları ağırlıklı olarak eğlenme, vakit geçirme ya da zaman zaman bilgi edinme amacıyla kullanmaları dikkat çekmektedir. Bu durum, ergen bireylerin dijital medya kullanımını denetlemekte zorlanmalarına ve kimi zaman bağımlılık riski taşıyan bir kullanım biçimi geliştirmelerine neden olabilmektedir (Leung, 2014).

Sosyal ağ siteleri anlamlı ve destekleyici sosyal ilişkiler kurmak amacıyla kullanıldığında bireyler için psikolojik açıdan faydalı olabilmektedir. Fakat bu platformlar, amacı dışında ve daha çok yüzeysel etkileşimler veya sürekli sosyal karşılaştırmalar için kullanıldığında, bireylerde yalnızlık, izolasyon hissi gibi olumsuzluklar görülebilmektedir (Clark vd., 2018). Ergenlerin sosyal medya platformlarına yönelik tercihleri sürekli değişim göstermektedir. Bilgiye hızlı erişim, toplumdaki popüler kültürün şekillenmesinde önemli bir faktördür. Popülerlik kavramı, trendlerin oluşmasına, kimliklerin gelişmesine ve uyum sağlama yeteneğine katkıda bulunur. Bu popüler kültür etkisiyle toplumsal değişimler hızlanmakta, gençler daha bireysel davranmaya ve ailelerinden bağımsız zaman geçirmeye yönelmektedir. Özellikle kısa video uygulamalarının hızla yayılması, geleneksel aile dinamiklerini etkilemiş ve yeni etkileşim biçimleri ortaya çıkarmıştır.

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla sosyal medya platformları hızla büyüyerek günlük yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Dönüşüm, sosyal medyanın modern toplumdaki önemini artırmış ve insan hayatına derinlemesine nüfuz etmiştir. Ancak teknoloji geliştikçe, özellikle genç neslin dijital dünyaya olan katılımının artmasıyla, sosyal medyanın bilişsel, duygusal ve sosyal gelişim üzerindeki etkilerine dair önemli sorunlar gündeme gelmiştir. Tüm bu değişimlere rağmen internet, geniş iletişim olanakları sunmaya devam ederek toplum, ekonomi ve teknoloji alanlarını şekillendirmektedir (Katırcı ve Bulut, 2024). Bu bağlamda, özellikle ergenlik dönemi gibi kritik gelişim evrelerinde sosyal medyanın rolü daha da önem kazanmaktadır. Ergenler, kimlik oluşumu, sosyal bağ kurma ve özsaygı geliştirme süreçlerinde sosyal medya platformlarından yoğun biçimde etkilenmektedirler. Ancak bu etkileşim, hem olumlu fırsatlar hem de potansiyel riskler barındırmaktadır. Sosyal medya, ergenlerin farklı bakış açılarıyla tanışmasına, kendilerini ifade etmelerine ve sosyal destek bulmalarına olanak sağlarken, aynı zamanda sosyal karşılaştırma, siber zorbalık ve bağımlılık gibi olumsuz sonuçlara da yol açabilmektedir. Ergenlerin sosyal medya kullanımı üzerinde bilinçli rehberlik ve destek sağlanması, onların sağlıklı psikososyal gelişimlerini korumak açısından büyük önem taşımaktadır.

Sosyal Fobi: Tanım, Belirtiler ve Ergenlikte Görülme Sıklığı

Sosyal fobi, diğer adıyla sosyal anksiyete bozukluğu, bireyin başkaları tarafından değerlendirileceği sosyal ortamlarda yoğun kaygı yaşamasıyla karakterize edilen bir ruhsal bozukluktur. Bu durum genellikle performans gerektiren ya da başkalarının dikkatinin odakta

olduğu sosyal durumlarda belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. Sosyal fobisi olan bireyler, yargılanma, küçük düşme ya da utanç yaşama korkusu nedeniyle sosyal ortamlardan kaçınma eğilimindedir (American Psychiatric Association, 2013). Sosyal fobi, bilişsel, davranışsal ve fizyolojik düzeyde pek çok belirtille kendini gösterir. Bilişsel düzeyde birey; "rezil olacağım", "hakkımda kötü düşünecekler", "yanlış bir şey söylersem alay ederler" gibi otomatik düşüncelere sahiptir. Davranışsal olarak sosyal ortamlardan kaçınma, göz teması kurmaktan kaçınma, kalabalıkta konuşmaktan çekinme gibi belirtiler gözlenir. Fizyolojik düzeyde ise kalp çarpıntısı, terleme, kızarma, titreme, nefes darlığı gibi semptomlar sıklıkla görülmektedir (Duman ve Baştemur, 2023).

Sosyal fobi genellikle ergenlik döneminde başlamaktadır. Temel nedeni, ergenliğin kimlik gelişimi, akran ilişkileri ve sosyal rollerin şekillendiği bir dönem olmasıdır. Bu dönemde gençler sosyal değerlendirmeye daha fazla önem verirler ve akran grubunun onayı, özsaygılarını doğrudan etkileyebilmektedir. Aynı doğrultuda ergenler, sosyal ortamlarda hata yapma ya da dışlanma olasılığı karşısında daha yoğun kaygı geliştirebilmektedir. Beden algısındaki değişim, sesin değişmesi, görünümün farklılaşması gibi biyolojik etkenler de bu dönemde bireyin kendilik algısını olumsuz etkileyerek sosyal anksiyeteye zemin hazırlayabilmektedir.

Türkiye’de yapılan bazı çalışmalarda, %40 olguda 10 yaşından önce, %95 olguda ise 20 yaşından önce sosyal fobinin başladığını bildiren yayınlar bulunmaktadır (Ergün, 2005). Ergenlikte gelişen sosyal fobi, uzun vadede bireyin sosyal beceriler geliştirmesini, arkadaşlık ilişkileri kurmasını, eğitim hayatında aktif rol almasını ve mesleki yaşamını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu nedenle erken müdahale büyük önem taşımaktadır. Ailelerin, öğretmenlerin ve okul psikolojik danışmanlarının bu konuda farkındalık geliştirmeleri, sosyal fobi riski taşıyan ergenlerin uygun psikolojik destekle yönlendirilmesini sağlayabilmektedir. Bilişsel davranışçı terapi (BDT), maruz bırakma teknikleri ve sosyal beceri eğitimi gibi yöntemler, ergenlerde sosyal fobinin azaltılmasında etkili olmaktadır (Asker, 2025). Sosyal fobi ergenlik döneminin hassas yapısıyla birleştiğinde bireyin gelişimsel sürecini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Sorunun erken tanınması, önlenmesi ve uygun terapötik yöntemlerle çalışılması, bireyin sosyal işlevselliğinin korunması açısından önem taşımaktadır (Öztürk ve Uluç, 2016).

Sosyal Medya ile Sosyal Fobi Arasındaki İlişki

Bugünün dijital çağında sosyal medya, bireylerin gündelik yaşamının ayrılmaz bir parçası hâline gelmekle birlikte iletişim şekillerinde köklü değişikliklere neden olmuştur. Sosyal medya platformları, bireylere düşüncelerini paylaşma, sosyal ağlar kurma ve benliklerini sunma imkânı verirken; bu etkileşimlerin psikolojik etkileri, özellikle ergenler ve genç yetişkinler üzerinde derin izler bırakmaktadır. Sosyal fobi gibi sosyal kaygı temelli ruhsal bozuklukların dijital medya kullanım biçimleriyle ilişkisi, incelenmesi gereken önemli bir alandır (Vannucci, vd., 2017). Sosyal medya platformları, bireylerin kendilerini ifade etme, başkalarıyla iletişim kurma ve sosyal çevre edinme ihtiyaçlarına dijital çözümler sunmaktadır. Özellikle ergenlik dönemindeki bireyler için bu platformlar, sosyal becerilerin gelişmesine katkı sağlarken sosyal anksiyete gibi sorunların derinleşmesine neden olabilmektedir. Sosyal fobi, bireyin sosyal ortamlarda yargılanacağına, eleştirileceğine veya küçük düşeceğine dair yoğun bir korku ve kaçınma davranışıyla karakterize edilen bir anksiyete bozukluğudur (American Psychiatric Association, 2013). Sosyal medya kullanımı ile sosyal fobi arasındaki ilişki, bireylerin dijital dünyadaki davranışlarını ve psikolojik iyi oluşlarını anlamak açısından önemli görülmektedir.

Sosyal fobisi olan bireyler, yüz yüze iletişimden kaçınma eğiliminde olduklarından, sosyal medya gibi dolaylı iletişim yöntemlerini daha güvenli ve rahat bir alan olarak deneyimleyebilirler. Yapılan çalışmalar, sosyal anksiyetesi yüksek bireylerin sosyal medya platformlarını, kimliklerini daha kontrollü biçimde sunabildikleri ve sosyal geri çekilmelerini gizleyebildikleri için sıklıkla tercih ettiklerini göstermektedir (Erwin vd., 2004). Bu durum kısa vadede sosyal izolasyonu azaltıyor gibi görünse de, yüz yüze iletişimde gelişmesi gereken sosyal becerilerin zayıflamasına ve sosyal fobinin pekişmesine neden olabilmektedir (Caplan, 2006).

Sosyal medya platformlarının karşılaştırmaya dayalı yapısı sosyal fobinin olduğundan daha fazla gerçekleşmesine sebep olmaktadır. Kullanıcılar, diğer bireylerin hayatlarının idealize edilmiş versiyonlarına maruz kaldıklarında, benlik algılarında olumsuzluklar yaşayabilmekte ve bu da sosyal ortamlarda performans kaygısını tetikleyebilmektedir (Vogel vd., 2014). Sosyal fobisi olan bireylerin, sosyal medya platformlarında daha fazla sosyal karşılaştırma yaptığı, beğeni ve yorum gibi dışsal onay göstergelerine daha çok odaklandıkları, bunun da sosyal değerlilik hissini dış faktörlere bağlı hale getirdiği görülmektedir (Nadkarni ve Hofmann, 2012).

Sosyal medya bazı durumlarda sosyal fobiyle baş etmede olumlu bir araç olarak da değerlendirilebilmektedir. Özellikle kapalı grup sohbetleri, anonim hesaplar ve yapılandırılmış sosyal etkileşimler, sosyal fobisi olan bireylerin iletişim becerilerini güvenli biçimde geliştirmelerine olanak tanıyabilmektedir. Sosyal medya ortamlarında olumlu geri bildirim almak, bireyin öz yeterlik algısını güçlendirerek sosyal güveni artırabilmektedir (Seabrook vd., 2016). Ancak bu kazanımların gerçek yaşam sosyal etkileşimlerine aktarılabilmesi için psikoeğitim ve terapi destekli kullanım biçimleri önerilmektedir. Ergenlik döneminde sosyal fobi ile sosyal medya arasındaki ilişki daha dikkat çekicidir. Bu dönemde kimlik gelişimi ve sosyal kabul görme ihtiyacı ön plandadır. Ergenler, sosyal medya aracılığıyla görünür olma, beğenilme ve ait hissetme gibi psikososyal ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırken, reddedilme korkusu da paralel olarak artabilmektedir. Özellikle sosyal fobiye yatkın ergenlerde, sosyal medya kullanımının kaygıyı azaltmak yerine artırdığı; yorum almama, takipçi sayısında düşüş gibi durumların benlik değerine yönelik tehditler oluşturabildiği görülmektedir (Marino vd., 2018).

Sosyal medya ile sosyal fobi arasındaki ilişki çok boyutludur ve bireysel farklılıklar bu ilişkinin yönünü belirlemektedir. Sosyal fobisi olan bireyler için sosyal medya hem bir kaçış alanı hem de kaygıyı pekiştiren bir unsur olabilmektedir. Bu nedenle, sosyal medya kullanımının sosyal fobi bağlamında değerlendirilmesi ve özellikle ergenlerle çalışan ruh sağlığı uzmanlarının bu konuya dikkatle yaklaşması gerekmektedir. Sağlıklı sosyal medya kullanımı alışkanlıklarının kazandırılması, dijital farkındalık becerilerinin artırılması ve sosyal beceri eğitimleri, sosyal fobiyi yönetmede etkili müdahaleler arasında yer alabilir.

Sosyal Medya ve Sosyal Fobi: Temel Kavramlar

Dijital çağın merkezinde yer alan sosyal medya, bireylerin fikir, duygu ve deneyimlerini dijital ortamda paylaşmasına olanak tanıyan çevrim içi platformlardır. Facebook, Instagram, TikTok, Twitter (X), YouTube ve benzeri platformlar, kullanıcıların hem içerik üreticisi hem de tüketicisi olduğu bir etkileşim ağı sunmaktadır. Sosyal medya, özellikle ergenler arasında birincil iletişim aracı hâline gelmiş; kimlik oluşturma, sosyal ilişkiler kurma, kendini ifade etme ve grup aidiyeti hissetme gibi gelişimsel ihtiyaçların karşılandığı başlıca alanlardan biri olmuştur (Boyd, 2014).

Sosyal fobi, bir diğer adıyla sosyal anksiyete bozukluğu, bireyin sosyal ortamlarda küçük düşme, yargılanma ya da olumsuz değerlendirilme korkusuyla yoğun kaygı yaşaması durumudur (American Psychiatric Association, 2013). Sosyal fobiye sahip bireyler, genellikle sosyal etkileşimlerden kaçınma eğilimindedirler ve bu kaçınma davranışı günlük yaşamda akademik başarıdan sosyal ilişkilere kadar birçok alanı olumsuz etkileyebilir. Ergenlik dönemi ise, bireyin hem kendi benliğini hem de çevresindeki sosyal ilişkileri yeniden tanımladığı bir dönem olduğundan, sosyal fobi semptomlarının en sık ortaya çıktığı gelişim evrelerinden biridir (Ergün, 2005). Sosyal medya kullanımının şekli ve amacı, sosyal fobi üzerindeki etkileri belirleyen temel faktörlerdendir. Amaçlı ve bilinçli kullanım, bireyin sosyal yetilerini desteklerken; aşırı, pasif ya da karşılaştırmaya dayalı kullanım biçimleri, sosyal kaygının pekişmesine neden olabilmektedir. Sosyal medya ve sosyal fobi kavramı arasındaki ilişki, bireyin kişilik özellikleri, kullanım motivasyonları ve sosyal çevresine bağlı olarak karmaşık yapıya sahiptir.

Sosyal medya ile sosyal fobi arasındaki ilişki, çift yönlü bir dinamiğe sahiptir. Sosyal medya, sosyal fobisi olan bireyler için yüz yüze iletişim kurmadan sosyalleşme imkânı tanıyarak anksiyeteyi azaltıcı bir rol oynayabilmektedir. Sosyal fobisi olan bireyler, kontrol edilebilir çevrim içi etkileşimlerle kendilerini daha rahat ifade edebilir (Caplan, 2006). Sosyal medya ortamı, bireylerin sürekli olarak sosyal karşılaştırmalara maruz kaldığı, beğeni sayısı gibi dışsal geri bildirimlerle değerlendirildiği ve idealize edilmiş içeriklerle yüz yüze geldiği bir bağlam sunduğu için sosyal fobiyi tetikleyici bir unsur hâline gelebilmektedir (Vannucci vd., 2017).

Ergen bireyler, gelişimsel olarak sosyal onay ve akran kabulüne oldukça duyarlı olduklarından, sosyal medyada aldıkları geri bildirimler onların benlik algılarını doğrudan etkileyebilmektedir. Özellikle “beğenilmemek” ya da “görmezden gelinmek” gibi dijital deneyimler, sosyal fobik belirtilerin artmasına neden olabilir. Sosyal medya ortamında sergilenen ideal beden imajları, başarı hikâyeleri ya da popülerlik göstergeleri, ergen bireylerde yetersizlik duygusunu ve sosyal karşılaştırma eğilimini artırabilmektedir.

Dijital Etkileşim ve Sosyal Kaygı Dinamikleri

Dijitalleşen dünyada sosyal medya, bireyler arası iletişimin en temel araçlarından biri hâline gelmiştir. Özellikle ergenler ve genç yetişkinler arasında dijital etkileşim biçimleri, sosyal ilişkilerin yapılandırılmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Ancak bu dönüşüm, bireylerin psikolojik sağlığı üzerinde çeşitli etkiler yaratmakta; özellikle sosyal kaygı ve sosyal fobi gibi sorunlarla ilişkilendirilebilmektedir. Sosyal kaygı, bireyin başkaları tarafından olumsuz değerlendirilme korkusuyla sosyal ortamlardan kaçınma eğilimini içerir. Dijital etkileşimler bu kaygıyı hem azaltabilecek hem de pekiştirebilecek özellikler taşımaktadır.

Dijital platformlar bireylere kimliklerini daha kontrollü şekilde sunma imkânı sağladığından, sosyal kaygısı olan bireyler için geçici bir rahatlık alanı oluşturmaktadır. Doğrudan yüz yüze iletişim yerine yazılı ya da görsel yollarla etkileşim kurmak, kaygı düzeyini azaltabilmektedir. Ancak bu kolaylık aynı zamanda sosyal kaçınma davranışlarını güçlendirerek bireyin gerçek yaşamda sosyal beceriler geliştirmesini engelleyebilmektedir (Caplan, 2006). Uzun vadede ise çevrim dışı sosyal ilişkilerden uzaklaşma, yalnızlık hissini artırarak kaygı bozukluklarını derinleştirebilmektedir.

Sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve beğenilme ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Ergen bireyler, dijital ortamlarda maruz kaldıkları idealize edilmiş hayatlar karşısında kendilerini yetersiz hissedebilirler. Bu durum benlik algısını olumsuz yönde etkilemektedir (Vannucci vd., 2017). “Görünme” ve “beğenilme” kültürünün hâkim olduğu platformlar, sosyal onay ihtiyacını besleyerek bireylerin içsel değer yargılarından uzaklaşmalarına neden olabilir. Dijital ortamda yanlış anlaşılma ya da dışlanma korkusu da sosyal kaygıyı tetikleyen bir başka etkidir. Anlık mesajların gecikmeli cevaplanması, beğeni ya da yorum alınmaması gibi dijital davranışlar, sosyal reddedilme olarak algılanabilir ve bireyin kaygı düzeyini artırabilir. Benzer deneyimler, bireylerde sürekli tetikte olma hâli yaratabilir; bu da dijital dünyada geçirilen sürenin daha da artmasına neden olurken sosyal izolasyonu derinleştirebilmektedir (Clark vd., 2018).

Araştırmalar, dijital etkileşimlerin doğru yönlendirildiğinde sosyal becerileri destekleyici bir rol oynayabileceğini de göstermektedir (Valkenburg ve Peter, 2007). Çevrim içi sosyal destek grupları, sosyal kaygı yaşayan bireyler için güvenli bir paylaşım alanı sunabilir. Bu tür dijital topluluklar, aidiyet duygusunu artırarak bireylerin psikolojik dayanıklılığını güçlendirebilir. Fakat bunun sağlıklı bir şekilde gerçekleşebilmesi için bireyin dijital medya ile kurduğu ilişkinin farkında olması ve dijital sınırlar geliştirebilmesi gerekmektedir.

Sosyal Karşılaştırma ve Onay Arayışı

Sosyal medya platformlarının temel işlevlerinden biri bireylerin kendilerini ifade etmelerine, başkalarıyla etkileşim kurmalarına ve sosyal normları gözlemlmelerine imkân tanınmasıdır. Burada ergenler, başkalarının yaşam tarzlarına, başarılarına ve dış görünümüne sıklıkla maruz kalmaktadır. Oluşan maruziyet, bireyleri istemli ya da istemsiz şekilde sosyal karşılaştırmaya yönlendirmekte; bu karşılaştırmalar sonucunda ise sosyal onay ihtiyacı devreye girmektedir.

Sosyal karşılaştırma, bireyin kendi yeterliliklerini ve değerini başkalarınıninkiyle kıyaslama eğilimidir (Festinger, 1954). Geleneksel sosyal karşılaştırmalarda bu süreç daha sınırlı bir çevre ile yürütülürken, sosyal medyanın sağladığı imkân ile bireyler artık binlerce kişiyle kendilerini karşılaştırabilmektedir. Bu karşılaştırmalar genellikle yukarı yönlü (kendinden üstün görülen kişilerle) gerçekleşmekte olup, bireyde yetersizlik, kıskançlık, değersizlik gibi olumsuz duyguları tetikleyebilmektedir (Vogel vd., 2014). Ergenlik döneminde benlik algısı henüz oturmakta olduğundan, bu tür karşılaştırmalar genç bireylerin özsaygısı üzerinde ciddi etkiler yaratabilmektedir. Sosyal medyada paylaşılan içeriklerin çoğunlukla idealize edilmiş hayatları yansıtmaması, bireylerin gerçekçi olmayan beklentiler geliştirmesine ve kendi yaşamlarını değersizleştirmesine neden olabilmektedir (Appel vd., 2016). Sosyal onay arayışı, bireyin çevresinden kabul görme, beğenilme ve takdir edilme ihtiyacını ifade etmektedir. Bu ihtiyaç sosyal medyada beğeni, yorum ve takipçi sayıları üzerinden ölçülebilir hâle gelmiştir. Ergenler için bu dijital semboller, sosyal değerlerinin bir göstergesi gibi algılanmakta; bu durum da dışsal motivasyonları içselleştirme eğilimini artırmaktadır. Sürekli onay aramak, bireyin içsel değerlilik hissini zayıflatmakta ve benliğin dışsal kriterlere bağlı olarak şekillenmesine yol açmaktadır (Nesi ve Prinstein, 2015).

Gizlenmiş Kimlik ve Seçici Benlik Sunumu

Sosyal medya, bireylere hem kendilerini ifade ettikleri hem de başkaları tarafından nasıl algılandıklarını kontrol edebildikleri bir alan sunmaktadır. Dijital platformlar aracılığıyla bireyler,

özellikle ergenler, gerçek yaşamlarındaki benliklerinin yalnızca belirli yönlerini öne çıkararak seçici bir benlik sunumu gerçekleştirmektedirler. Bu süreç, bireyin dijital kimliğini oluştururken gerçek benliğini arka planda bırakabilmesine ve zamanla bu iki kimlik arasında bir ayrışma yaşamasına yol açmaktadır.

Gizlenmiş kimlik, bireyin sosyal medya ortamında, kabul edilmeyeceğini düşündüğü yönlerini geri planda bırakması veya saklamasıyla oluşur. Bazen, sosyal dışlanma korkusundan, bazen de aidiyet arayışından kaynaklanabilir (Goffman, 1949). Uzun vadede kimlik karmaşası, düşük benlik saygısı ve duygusal doyumsuzluk gibi sonuçlara yol açabilmektedir (De Vries ve Kühne, 2015). Seçici benlik sunumu, bireyin kendisini sosyal olarak onay görecektir şekilde kurgulamasını ifade eder. Sosyal medya profillerinde yalnızca olumlu deneyimlerin, estetik görsellerin ve başarıların paylaşılması, dijital ortamda idealize edilmiş bir benlik inşasına hizmet etmektedir (Utz vd., 2012). Bu süreçte birey, olumsuz yönlerini gizleyerek dijital kimliğini bilinçli olarak yapılandırmaktadır. Böylece dışsal onay ihtiyacını karşılamayı hedeflerken içsel benlik bütünlüğünden uzaklaşabilir.

Ergenler ile ilgili yapılan araştırmalar, sosyal medyada daha fazla zaman geçiren bireylerin, gerçekte olduklarından daha “iyi” görünme çabasıyla daha fazla filtreleme, düzenleme ve içerik seçimi yaptıklarını ortaya koymaktadır (Manago vd., 2008). Durum, dijital benlik ile gerçek benlik arasında açılan mesafeyi artırarak psikolojik rahatsızlıklara zemin hazırlayabilmektedir. Özetle, gizlenmiş kimlik ve seçici benlik sunumu sosyal medyada ergenlerin hem kendilerini keşfetme süreçlerini hem de sosyal kabul arayışlarını etkileyen önemli dinamiklerdir. Yapıların farkındalığı, bireyin dijital ortamda daha sağlıklı bir benlik gelişimi sürdürebilmesi açısından oldukça önemlidir.

Sosyal Medya Kullanımının Psikolojik Sonuçları

Sosyal medya kullanım süresi ve içeriği ile sosyal fobi semptomları arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Yapılan çalışmalar, yoğun sosyal medya kullanımının sosyal kaygı, depresyon ve yalnızlık düzeylerini artırabileceğini göstermektedir (Andreassen vd., 2017). Özellikle yorum alma kaygısı, çevrim içi zorbalık, dışlanma hissi ve siber zorbalık gibi deneyimler, sosyal fobi riskini artırabilir. Ayrıca, sosyal medyada sıklıkla karşılaşılan mükemmeliyetçi içerikler, bireyde “yetersizlik” duygusunu pekiştirerek sosyal kaygıyı derinleştirebilmektedir.

Ergenler Üzerindeki Etkiler

Ergenlik döneminde sosyal medya kullanımı, hem kişisel hem sosyal gelişim üzerinde belirleyici etkilere sahiptir. Ergenler, akranlarıyla çevrim içi iletişim kurma konusunda oldukça aktif olsalar da sosyal medya üzerinden sürekli değerlendirilme duygusu sosyal fobiyi besleyebilmektedir. Özellikle sosyal kabul edilme arzusu yüksek olan ergen bireyler, dışlanma ya da eleştirilme korkusuyla sosyal medya paylaşımlarını sonlandırabilmektedir (Barry vd., 2017). Bu durum, bireyin sosyal becerilerini uygulama fırsatlarını azaltarak sosyal izolasyonu artırabilmektedir. Sosyal medya beğeni, yorum ve takipçi sayısı gibi ölçütlerle sosyal onay mekânizmalarını somutlaştırmıştır. Ergenler bu dijital geri bildirimlere yüksek düzeyde duyarlıdır. Akranlarından gelen onay ya da reddedilme, özgüven düzeylerinde doğrudan etkili olabilmektedir (Nesi ve Prinstein, 2015). Yüz yüze iletişim yerine dijital ortamlarda kurulan ilişkiler, ergenlerin empati geliştirme, duyguları okuma ve etkili iletişim becerilerini olumsuz yönde etkileyebilir. Aşırı dijital etkileşim, sosyal izolasyon hissini artırabilir ve yalnızlık duygusunu tetikleyebilmektedir (Twenge vd., 2019).

Pozitif Yönler: Sosyal Medyanın Destekleyici Rolü

Sosyal medya sıklıkla olumsuz etkileriyle gündeme gelse de ergenlik dönemindeki bireyler için çeşitli destekleyici işlevler de sunmaktadır. Doğru kullanıldığında, sosyal medya bireylerin duygusal, sosyal ve bilişsel gelişimini destekleyici bir rol üstlenebilmektedir. Sosyal medya platformları, ergenlerin akranlarıyla iletişim kurmalarına, arkadaşlık ilişkilerini sürdürmelerine ve benzer ilgi alanlarına sahip gruplarla bağlantı kurmalarına olanak tanımaktadır. Bu sayede yalnızlık hissi azalırken, sosyal bağlar güçlenmektedir (Best vd., 2014). Sosyal destek ihtiyacı yüksek olan ergenler için bu platformlar bir tür “sosyal güvenlik ağı” işlevi görebilmektedir.

Ergenlik döneminde bireyler kendi kimliklerini oluşturma sürecindedir. Sosyal medya, farklı rollerin denenmesine, fikirlerin ifade edilmesine ve geri bildirim alınmasına imkân sağlayarak bu süreci desteklemektedirler. Ergenler, bu mecralar aracılığıyla kendi değerlerini ve ilgi alanlarını keşfetme fırsatı bulmaktadır (De Vries ve Kühne, 2015). Sosyal medya platformları, bireylere içerik üretme, yazma, çizme, müzik ya da video gibi farklı yollarla kendini ifade etme imkânı tanımaktadır. Bu durum ergenlerin yaratıcılıklarını artırabilirken, özgüven gelişimlerini destekleyebilmektedir (Uhls vd., 2017). Eğitsel içeriklere kolay erişim, çevrim içi seminerler, destek grupları ve psikoeğitim sayfaları aracılığıyla ergenler psikolojik sağlamlıklarını geliştirebilmektedir. Özellikle zihinsel sağlık hakkında farkındalık yaratan sayfalar, ergenlerin kendilerini daha iyi tanımalarına ve baş etme becerileri geliştirmelerine yardımcı olabilmektedir (Naslund vd., 2016).

Sosyal medya, farklı coğrafya ve kültürlerden insanlarla etkileşim kurmayı mümkün kılmaktadır. Bu çeşitlilik, ergenlerin hoşgörü, empati ve açık fikirli olma gibi sosyal ve duygusal becerilerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Barry vd., 2017). Tüm olumsuz etkilerine rağmen, sosyal medya doğru ve bilinçli kullanıldığında sosyal fobinin olumsuz etkilerini azaltmaya yardımcı olabilmektedir. Sosyal destek grupları, psikolojik dayanışma ağları ve dijital terapi platformları, sosyal fobisi olan bireylerin baş etme becerilerini geliştirmelerine katkı sağlayabilmektedir. Çevrim içi psikoeğitim içerikleri ve anonim paylaşımlar yoluyla bireyler, sosyal anksiyete konusunda farkındalık kazanabilir ve tedaviye yönlendirilebilirler (Naslund vd., 2016).

Değerlendirme

Son yıllarda yapılan pek çok bilimsel çalışma, sosyal medya kullanımının ergenlerin psikososyal gelişimi üzerindeki karmaşık etkilerini incelemiştir. Özellikle yoğun sosyal medya kullanımı, ergenlerde sosyal kaygı, düşük benlik saygısı ve depresif belirtilerle ilişkili bulunmuştur (Keles vd., 2020). Bu ilişki, özellikle ergen kızlarda daha belirgin görülmektedir. Sosyal medya platformları, gençlerin kendilerini başkalarıyla karşılaştırdığı, sosyal onay arayışında bulunduğu ve zaman zaman sosyal izolasyon hissettiği ortamlar yaratmaktadır. Sosyal medyada sık görülen “FOMO” (Fear of Missing Out - Bir şeyleri kaçırma korkusu) durumu, ergenlerin sürekli olarak çevrim içi kalma ihtiyacı hissetmelerine neden olmakta ve bu durum sosyal kaygının artmasına yol açmaktadır. Oberst ve diğerlerinin 2017 yılında yaptıkları çalışma, FOMO’nun sosyal medya bağımlılığı ile yakından ilişkili olduğunu ve bunun da ergenlerde sosyal kaygı belirtilerini tetiklediğini göstermiştir. Bu kaygı hali, ergenlerin yüz yüze etkileşimlerde çekingen davranmasına ve sosyal durumlarda kendilerini yetersiz hissetmelerine neden olabilmektedir. Benlik saygısı üzerindeki etkiler ise sosyal medya aracılığıyla yapılan sosyal karşılaştırmalarla ilişkilidir. Ergenler, idealize edilmiş ve sıklıkla gerçeği yansıtmayan paylaşımlar karşısında kendilerini olumsuz değerlendirebilmektedir. Bu durum, öz değer hissinde azalmaya ve zamanla depresif duygu

durumuna zemin hazırlayabilmektedir (Steers vd., 2014). Sosyal medya, kullanıcılarının sık sık aldığı “beğeni” ve “yorum” gibi sosyal onay işaretleri, ergenlerin psikolojik iyi oluşunu doğrudan etkileyebilir; sosyal onay eksikliği ise özgüven kaybı ve yalnızlık hissini artırabilir (Valkenburg vd., 2006).

Depresif belirtiler açısından yapılan çalışmalar, sosyal medyada geçirilen sürenin artmasıyla ergenlerde yalnızlık, umutsuzluk ve mutsuzluk gibi duyguların da yükseldiğini ortaya koymuştur. Sosyal medya bağımlılığı ve çevrim içi zorbalık gibi risk faktörleri, bu belirtilerin şiddetlenmesine neden olmaktadır (Keles vd., 2020). Sosyal medyanın psikososyal etkileri bireyden bireye farklılık gösterebilir. Bazı ergenler için sosyal medya, destekleyici sosyal ilişkiler kurma ve kendini ifade etme fırsatı sunarken; bazıları için kaygı ve depresyon riskini artırabilir. Bu nedenle sosyal medya kullanımının denetlenmesi, bilinçlendirme programları ve psikolojik destek mekânizmalarının geliştirilmesi gerekmektedir (Best vd., 2014).

Koruyucu Faktörler ve Öneriler

Sosyal medyanın ergenlerin psikososyal gelişimine olan etkileri karmaşık ve çift yönlüdür. Bu etkilerin olumsuz sonuçlarını azaltmak ve olumlu etkilerini güçlendirmek amacıyla, koruyucu faktörlerin belirlenmesi ve uygun müdahalelerin geliştirilmesi kritik öneme sahiptir. Koruyucu faktörler, ergenlerin sosyal medya kullanımının yol açabileceği sosyal fobi, kaygı ve depresyon gibi psikolojik sorunlarla başa çıkma kapasitelerini artırarak, riskleri minimize etmeye yardımcı olmaktadır.

Dijital okuryazarlık, ergenlerin sosyal medyayı bilinçli ve eleştirel bir şekilde kullanmalarını sağlamaktadır. Bu beceri, içeriklerin gerçekliğini sorgulama, sosyal karşılaştırmalardan etkilenmeme ve sosyal medya üzerindeki deneyimlerini yönetebilme kapasitesini artırır. Sağlıklı dijital okuryazarlık programları, özellikle okul müfredatlarında yer aldığı anda, ergenlerin sosyal medyanın manipülatif yanlarına karşı koruyucu bir bariyer oluşturulabilmektedir (Livingstone ve Helsper, 2008). Eğitimler, ergenlerin sosyal medya içeriğini nasıl yorumlamaları gerektiği ve dijital sınırlarını nasıl çizebilecekleri konusunda rehberlik sunmaktadır.

Aile ortamı, ergenlerin sosyal medya deneyimlerini şekillendirmede en önemli dışsal faktörlerden biridir. Açık iletişim kanallarının olduğu ve destekleyici aile ilişkilerinin bulunduğu ortamlarda, gençler sosyal medyada yaşadıkları olumsuz deneyimleri daha kolay paylaşabilir ve duygusal destek alabilirler. Araştırmalar, aile desteği yüksek olan ergenlerin sosyal kaygı ve depresyon belirtilerini daha az yaşadığını göstermektedir (Sampasa-Kanyinga ve Lewis, 2015). Ebeveynlerin sosyal medya kullanımına yönelik bilinçlenmesi ve çocuklarıyla birlikte dijital ortamları keşfetmeleri olumlu sonuçlar doğurmaktadır.

Ergenlerin yüz yüze iletişim ve empati becerilerinin güçlendirilmesi, sosyal fobi riskinin azaltılmasında etkili olabilmektedir. Sosyal medya, sanal ortamda sosyal etkileşim sağlasa da gerçek yaşamda etkili iletişim becerilerinin gelişimi ergenlerin psikososyal sağlığı için vazgeçilmezdir. Okullarda düzenlenen sosyal beceri eğitimleri, gençlerin özgüvenlerini artırarak sosyal kaygılarını azaltmaya yardımcı olabilir (Beidel vd., 2000). Bu beceriler, sosyal medya etkileşimlerinde de daha sağlıklı ve dengeli davranışlar geliştirmelerine olanak sağlamaktadır. Sosyal medya kullanım süresinin kontrol altında tutulması, psikolojik iyi oluş için önemli bir stratejidir. Uzun süreli sosyal medya kullanımı, özellikle uykusuzluk ve dikkat sorunları gibi

problemlere yol açarak sosyal kaygıyı artırabilir (Levenson, vd., 2016). Dijital detoks uygulamaları, belirli sürelerle sosyal medyadan uzak kalmayı ve fiziksel sosyal aktivitelere yönelmeyi teşvik eder. Bu tür uygulamalar, ergenlerin sosyal medyaya bağımlılığını azaltarak ruhsal sağlıklarını korumalarına yardımcı olabilir.

Okullarda ve sağlık kurumlarında sosyal fobi, anksiyete ve depresyon gibi sorunlarla mücadele eden ergenlere yönelik psikososyal müdahaleler geliştirilmelidir. Bilişsel Davranışçı Terapi (BDT) gibi kanıta dayalı yaklaşımlar, sosyal fobi belirtilerini azaltmada etkili olmaktadır (Higa vd., 2016). Sosyal medya kullanım alışkanlıklarını düzenlemek ve riskleri azaltmak için rehberlik programları da önem taşımaktadır. Ergenlere yönelik grup terapileri ve destek grupları, sosyal izolasyonu önleyerek sosyal becerilerin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Sosyal medya şirketlerinin, genç kullanıcıların psikolojik sağlığını koruyacak politikalar geliştirmesi gerekmektedir. İçeriklerin denetlenmesi, siber zorbalıkla mücadele, kullanıcıların maruz kaldığı zararlı içeriklerin azaltılması ve gizlilik haklarının korunması gençlerin güvenli bir çevrim içi ortamda bulunmalarını sağlamaktadır. Kamu politikaları ve düzenleyici kurumların bu alanlarda etkin rol alması, ergenlerin sosyal medya kullanımının olumsuz etkilerinden korunmasına katkıda bulunabilir (Livingstone ve Stoilova, 2021).

SONUÇ

Sosyal medyanın ergenlerin yaşamındaki yeri giderek artarken, dijital platformların psikolojik etkilerini anlamak ve yönetmek büyük önem taşımaktadır. Sosyal fobi gibi sosyal kaygı bozukluklarının oluşumunda sosyal medyanın rolü karmaşık ve çok boyutludur; bu nedenle, etkili koruyucu faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Sosyal medyanın ergenler üzerindeki olumsuz etkilerinin önüne geçmek için çok boyutlu stratejiler geliştirilmelidir. Eğitim, aile, okul ve politika düzeyinde alınacak önlemler, gençlerin sağlıklı dijital deneyimler yaşamalarını ve psikolojik iyi oluşlarını desteklemelerini sağlamaktadır. Koruyucu faktörlerin güçlendirilmesi, sosyal medya kullanımının yaratabileceği sosyal fobi ve kaygı gibi riskleri azaltmada kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca, psikososyal müdahaleler ve politika düzenlemeleri, gençlerin güvenli ve destekleyici dijital ortamlar içinde yer almalarını sağlamaktadır. Çok yönlü yaklaşımlar, sosyal medyanın ergenlerin gelişim süreçlerindeki risklerini en aza indirirken, aynı zamanda potansiyel faydalarının ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalar ve uygulamalar, bu alanın daha da derinlemesine anlaşılmasını sağlayacak ve ergenlerin dijital dünyada sağlıklı bireyler olarak yetişmelerine katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic And Statistical Manual Of Mental Disorders* (5th Ed.), American Psychiatric Publishing.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., ve Griffiths, M. D. (2017). The Relationship Between Addictive Use Of Social Media, Narcissism, And Self-Esteem: Findings From A Large National Survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293.
- Appel, H., Gerlach, A. L., ve Crusius, J. (2016). The Interplay Between Facebook Use, Social Comparison, Envy, And Depression. *Current Opinion In Psychology*, 9, 44-49.
- Arnett, J. J. (2023). *Emerging Adulthood: The Winding Road From The Late Teens Through The Twenties*. Oxford University Press.
- Aslan, A., ve Ünlü, D. G. (2016). Instagram Fenomenleri Ve Reklam İlişkisi: Instagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 41-65.
- Asker, R. (2025). Bilişsel Davranışçı Terapi ve Şema Terapi Yaklaşımlarının Karşılaştırmalı İncelemesi, *Türkiye Psikoloji Ve Psikiyatri Tıp Dergisi*, 1(3)99-116.
- Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R., ve Lindsey, R. A. (2017). Adolescent Social Media Use And Mental Health From Adolescent And Parent Perspectives. *Journal Of Adolescence*, 61, 1-11.
- Beidel, D. C., Turner, S. M., ve Morris, T. L. (2000). Behavioral Treatment Of Childhood Social Phobia. *Journal Of Consulting And Clinical Psychology*, 68(6), 1072.
- Best, P., Manktelow, R., ve Taylor, B. (2014). Online Communication, Social Media And Adolescent Wellbeing: A Systematic Narrative Review. *Children And Youth Services Review*, 41, 27-36.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives Of Networked Teens*. Yale University Press.
- Caplan, S. E. (2006). Relations Among Loneliness, Social Anxiety, And Problematic Internet Use. *Cyberpsychology Ve Behavior*, 10(2), 234-242.
- Clark, J. L., Algee, S. B., ve Green, M. C. (2018). Social Network Sites And Well-Being: The Role Of Social Connection. *Current Directions In Psychological Science*, 27(1), 32-37.
- Duman, B., ve Baştemur, Ş. (2023). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Fobi Ve Riskli Davranışlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24(3), 1698-1714. DOI: 10.17679/İnuefd.1312693 [1].
- Ergün, N. (2005). Gençlerde Sosyal Fobi. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 84-88.
- Erwin, B. A., Turk, C. L., Heimberg, R. G., Fresco, D. M., ve Hantula, D. A. (2004). The Internet: Home To A Severe Population Of Individuals With Social Anxiety Disorder?. *Journal Of Anxiety Disorders*, 18(5), 629-646.
- Festinger, L. (1954). A Theory Of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 140.
- Goffman, E. (1949). Presentation Of Self In Everyday Life. *American Journal Of Sociology*, 55(1), 6-7.
- Higa M, C. K., Francis, S. E., Rith-Najarian, L. R., ve Chorpita, B. F. (2016). Evidence Base Update: 53 Child And Adolescent Anxiety Treatment Programs, *Journal Of Clinical Child Ve Adolescent Psychology*, 45(2), 91-113.
- Katırcı, E. K., ve Bulut, S. (2024). Sosyal Medyanın Çocuk Ve Ergenler Üzerindeki Etkileri: Bir Literatür İncelemesi. *İbn Haldun Çalışmaları Dergisi*, 9(2), 125-144.
- Keles, B., McCrae, N., ve Grealish, A. (2020). A Systematic Review: The Influence Of Social Media On Depression, Anxiety And Psychological Distress In Adolescents. *International Journal Of Adolescence And Youth*, 25(1), 79-93.
- Kulaksızoğlu, A. (2004). *Ergenlik Psikolojisi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Leung, L. (2014). Predicting Internet Risks: A Longitudinal Panel Study Of Gratifications-Sought, Internet Addiction Symptoms, And Social Media Use Among Children And Adolescents. *Health Psychology And Behavioral Medicine: An Open Access Journal*, 2(1), 424-439.
- Levenson, J. C., Shensa, A., Sidani, J. E., Colditz, J. B., ve Primack, B. A. (2016). The Association Between Social Media Use And Sleep Disturbance Among Young Adults. *Preventive Medicine*, 85, 36-41.
- Livingstone, S., ve Helsper, E. J. (2008). Parental Mediation Of Children's Internet Use. *Journal Of Broadcasting Ve Electronic Media*, 52(4), 581-599.
- Livingstone, S., ve Stoilova, M. (2021). The 4Cs: Classifying Online Risk To Children.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., ve Salimkhan, G. (2008). Self-Presentation And Gender On Myspace. *Journal Of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 458.
- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., ve Spada, M. M. (2018). The Associations Between Problematic Facebook Use, Psychological Distress And Well-Being Among Adolescents And Young Adults: A Systematic Review And Meta-Analysis. *Journal Of Affective Disorders*, 226, 274-281.
- De Vries, D. A., ve Kühne, R. (2015). Facebook And Self-Perception: Individual Susceptibility To Negative Social Comparison On Facebook. *Personality And Individual Differences*, 86, 217-221.
- Nadkarni, A., ve Hofmann, S. G. (2012). Why Do People Use Facebook?. *Personality And Individual Differences*, 52(3), 243-249.
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., Marsch, L. A., ve Bartels, S. J. (2016). The Future Of Mental Health Care: Peer-To-Peer Support And Social Media. *Epidemiology And Psychiatric Sciences*, 25(2), 113-122.
- Nesi, J., ve Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media For Social Comparison And Feedback-Seeking: Gender And Popularity Moderate Associations With Depressive Symptoms. *Journal Of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427-1438.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., ve Chamarro, A. (2017). Negative Consequences From Heavy Social Networking In Adolescents: The Mediating Role Of Fear Of Missing Out. *Journal Of Adolescence*, 55, 51-60.
- Öztürk, M. O., ve Uluç, S. (2016). *Ruh Sağlığı Ve Bozuklukları*. Nobel Tıp Kitabevi, Ankara.
- Sampasa-Kanyinga, H., ve Lewis, R. F. (2015). Frequent Use Of Social Networking Sites Is Associated With Poor Psychological Functioning Among Children And Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 18(7), 380-385.
- Santrock, J. W. (2011). *Adolescence* (14th Ed.). McGraw-Hill.
- Seabrook, E. M., Kern, M. L., ve Rickard, N. S. (2016). Social Networking Sites, Depression, And Anxiety: A Systematic Review. *JMIR Mental Health*, 3(4), E5842.
- Steers, M. L. N., Wickham, R. E., ve Acitelli, L. K. (2014). Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage Is Linked To Depressive Symptoms. *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 33(8), 701-731.
- Steinberg, L. (2016). *Adolescence*. McGraw-Hill Education.
- Turkle, S. (2012). *Alone Together: Why We Expect More From Technology And Less From Each Other*, Basic Books.

- Twenge, J. M., Spitzberg, B. H., ve Campbell, W. K. (2019). Less In-Person Social Interaction With Peers Among US Adolescents In The 21st Century And Links To Loneliness. *Journal Of Social And Personal Relationships*, 36(6), 1892-1913.
- Uhls, Y. T., Ellison, N. B., ve Subrahmanyam, K. (2017). Benefits And Costs Of Social Media In Adolescence. *Pediatrics*, 140(Supplement 2), S67-S70.
- Utz, S., Tanis, M., ve Vermeulen, I. (2012). It Is All About Being Popular: The Effects Of Need For Popularity On Social Network Site Use. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 15(1), 37-42.
- Valkenburg, P. M., ve Peter, J. (2007). Online Communication And Adolescent Well-Being: Testing The Stimulation Versus The Displacement Hypothesis. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1169-1182.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., ve Schouten, A. P. (2006). Friend Networking Sites And Their Relationship To Adolescents' Well-Being And Social Self-Esteem. *Cyberpsychology Ve Behavior*, 9(5), 584-590.
- Vannucci, A., Flannery, K. M., ve Ohannessian, C. M. (2017). Social Media Use And Anxiety In Emerging Adults. *Journal Of Affective Disorders*, 207, 163-166.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., ve Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, And Self-Esteem. *Psychology Of Popular Media Culture*, 3(4), 206.

ONUNCU BÖLÜM

SOSYAL MEDYA ve YAPAY ZEKÂNIN PSİKOLOJİYE ETKİLERİ

Segâh YEŞİLYURT*

Oğuz Han KURU§

GİRİŞ

Teknolojik yenilikler, işletmeleri yalnızca yeni araçları kullanmaya değil aynı zamanda iş süreçlerini, örgütsel yapılarını ve yetkinliklerini yeniden düzenlemeye zorlayan bir uyum süreci başlatmaktadır; bu bağlamda firmaların ayakta kalabilmeleri ve rekabet avantajı elde edebilmeleri, ortaya çıkan teknolojileri hızlı ve stratejik biçimde benimsemelerine bağlıdır. Özellikle yapay zekâ, operasyonel verimliliği artırma, karar verme süreçlerini hızlandırma, müşteri ve çalışan deneyimlerini kişiselleştirme, riskleri öngörme ve yeni iş modelleri geliştirme gibi katkıları nedeniyle teknolojik gelişmeleri izlemenin en kritik bileşeni olarak öne çıkmaktadır. Yapay zekâ uygulamaları, büyük veri analitiği ve öngörücü modeller aracılığıyla eyleme geçirilebilir içgörüler sunarken; otomasyon yoluyla maliyetleri düşürüp ölçeklenebilirliği artırmakta ve yenilikçiliği desteklemektedir (Anitha ve Shanthi, 2021).

Günlük yaşamın pek çok alanına nüfuz eden yapay zekâ, ilk kez 1956’da John McCarthy tarafından “akıllı makineler yapma bilimi ve mühendisliği” olarak tanımlanmış ve o tarihten bu yana hem kuramsal hem de uygulamalı boyutlarda kapsamlı bir dönüşüm geçirmiştir. Temel olarak yapay zekâ, belirlenen görevleri yerine getirmek amacıyla insan zihninin algılama, öğrenme, muhakeme ve karar verme gibi bilişsel süreçlerini modellemeye ve taklit etmeye çalışır (Tack, 2019). Bugün yapay zekâ uygulamaları, büyük veri kümelerinden beslenen algoritmik yapılar olarak, deneyimle edinilen bilgiyi kullanarak kendini yineleyici biçimde iyileştiren sistemler şeklinde tanımlanmaktadır. Bu süreçte denetimli ve denetimsiz öğrenme, pekiştirmeli öğrenme gibi yöntemlerle modeller eğitilmekte, performans değerlendirmeleri ve geri besleme döngüleri yoluyla öngörü ve karar verme yetenekleri artırılmaktadır. Sonuç olarak yapay zekâ yalnızca tekil görevlerin otomasyonunu gerçekleştirmekle kalmamakta, aynı zamanda veri odaklı adaptasyon yoluyla karmaşık örüntüleri saptama, belirsizlikler altında kestirimde bulunma ve farklı bağlamlara genellenebilir çözümler üretme kapasitesi sayesinde çok çeşitli sektörlerde stratejik bir araç haline gelmektedir (Buzko vd., 2016).

Yapay zekâdaki ilerlemeler, yüksek performanslı ve maliyet etkin hizmetlere daha kolay erişim sağlanmasına olanak tanımıştır. Yapay zekâ destekli araç ve uygulamaların geliştirilmesiyle firmalar kayda değer maliyet avantajları elde etmeye başlamış; şirket içindeki analiz ve değerlendirme süreçleri de daha kısa sürede tamamlanabilmiştir (Cappelli, Tambe ve Yakubovich, 2019). İş yaşamında yapay zekâ uygulamaları, algoritmik karar verme süreçlerini otomatikleştiren yazılımlar, araçlar ve çözümler biçiminde yer almaktadır (Râb-Kettler ve Lehnervp, 2019). Bugün yapay zekâ teknolojisi sağlık alanında firmalar için rekabet avantajı yaratan kritik bir alan haline

* Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Öğr. Gör. Dr., segahyesilyurt@omu.edu.tr

§ Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Öğr. Gör., oguzhan.kuru@omu.edu.tr

gelmiştir. Yapay zekâ teknolojisi işletmelerin hedeflerine uygun yetenekleri saptamak, gerekli personeli temin etmek ve doğru şekilde görevlendirmekle sorumludur (Faiyaz, 2018).

İş yaşamındaki en belirgin yeni değişimlerden biri sağlık alanında yapay zekânın giderek yaygınlaşmasıdır. Yapay zekâ uygulamalarının entegrasyonu, sağlık uygulamalarının süreçlerinde zaman tasarrufu sağlayarak ilgili birimlerin şirketin başarısına yönelik daha stratejik ve yaratıcı faaliyetlere odaklanmasına olanak tanımaktadır. Bu teknolojilerin kullanımıyla işgücü yönetimine ilişkin süreçler daha hızlı ilerlemekte, karar alma mekânizmaları ise artan ölçüde objektiflik ve açıklanabilirlik kazanabilmektedir. Yapay zekânın yaygınlaşması, sağlık sektöründe yalnızca operasyonel bir destek birimi olmanın ötesine geçerek kurumsal düzeyde yeni bir iş ortağı konumuna yükselmesine zemin hazırlamaktadır (Fallucchi vd., 2020). KPMG tarafından gerçekleştirilen çalışmada 64 ülkeyi temsil eden 1.201 üst düzey sağlık sektöründe çalışanlarla görüşülmüştür. Elde edilen veriler, şirketlerin yüzde 20'sinden azının şu anda yapay zekâya yatırım yaptığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, katılımcıların bildirdiğine göre işletmelerin % 40'ını aşan bir kesimi önümüzdeki beş yıl içinde yapay zekâya yatırım yapmayı planlamaktadır (Bankins, 2021).

Teknolojik ilerlemeler birçok işletme fonksiyonunda dönüşüme yol açtığı gibi, sağlık alanında da önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Son dönemde yapay zekâ algoritmalarının uygulanması, sağlık uzmanlarının karar alma süreçlerinde veri temelli yaklaşımların sunduğu avantajları daha net görmelerini sağlamıştır (Fallucchi vd., 2020). Yapay zekâ, gelişmiş hesaplama altyapıları ve öğrenme yöntemlerine dayanarak anlık karar verme yeteneği sunmakta; büyük ölçekli veri setleri kısa sürede işlenip analiz edilerek anlamlı bulgulara dönüştürülebilmektedir (Hamoud ve Laszlo, 2019). Bu sayede sağlık alanında yapay zekâ destekli analizler aracılığıyla çalışanları daha iyi tanımlayabilmekte ve ortaya çıkan eğilimleri öngörebilmektedir (Merlin ve Jayam, 2018).

Makine öğrenimi ve yapay zekâ gibi dönüştürücü teknolojiler, tüm sektörlerde uygulama alanı bulmaktadır. Bu kapsamda sağlık sektörü de yapay zekânın işletmelere önemli katkılar sağlayabileceği başlıca alanlardan biridir. Yapay zekânın işe alım kararlarından çalışan performansını öngörmeye ve insan eliyle yürütülen görevlerin otomasyonuna kadar uzanan etkisi, sağlık sektöründe sağlık işlevini daha stratejik ve eyleme dönüştürülebilir bir konuma taşımaktadır (Anitha ve Shanthi, 2021). Yapay zekâ uygulamalarının sağlık sektöründe yaygınlaşması, yalnızca teknik ve operasyonel süreçleri değil, aynı zamanda bireylerin psikolojik durumlarını da önemli ölçüde etkilemektedir. Yapay zekâ destekli sistemlerin karar alma süreçlerinde artan rolü, çalışanlar arasında iş güvencesi kaygılarını tetikleyebilmekte ve insan unsurunun geri planda kalması endişesine yol açmaktadır. Özellikle sağlık çalışanları, yapay zekâ sistemlerinin tanı koyma, tedavi önerme ya da hasta verilerini analiz etme gibi geleneksel olarak uzmanlık gerektiren işlevleri devralmasıyla birlikte, mesleki rollerinin değersizleşeceği ve yerlerinin makinelerle doldurulacağı yönünde kaygılar taşıyabilmektedir. Bu durum, çalışanlarda stres, tükenmişlik ve motivasyon kaybı gibi olumsuz psikolojik etkiler doğurabilmektedir (Söner ve Yılmaz, 2018).

Yapay zekânın psikolojik etkileri yalnızca çalışanlarla sınırlı değildir. Hastalar üzerinde de belirgin etkiler ortaya çıkabilmektedir. Yapay zekâ ile çalışan otomatik sistemler üzerinden verilen teşhis ve tedavi önerileri, bazı hastalarda güvensizlik, yabancılaşma ya da insan teması eksikliğinden kaynaklı duygusal kopukluk yaratabilir. Hasta-hekim ilişkisi, güven temelli bir yapıya sahip olduğundan, araya giren teknolojik sistemlerin bu ilişkinin doğasını değiştirmesi psikolojik direnç ya da endişelere neden olabilir (Özdemir ve Türk, 2020).

Sosyal medyada ise psikoloji daha çok içeriklere konu edinmekte ve gönderiler aracılığıyla ön plana çıkarılmaktadır. Yalnızca psikologlar değil birçok medya profesyoneli de sosyal medyada psikolojiyi konu edinen paylaşımlar üretmektedir (Kırman, 2020). Bu paylaşımlar sosyal medyanın bulundurduğu beğenme, izlenme, takip edilme ve yorumlanma faaliyetlerine tabi tutulmakta böylece görünürlüğü devamlı olarak artmaktadır. Sosyal medya internetin gelişmesinden sonra Web 2.0'ın icadı ile meydana gelmiş dünya çapında yayarak büyük bir kitlenin oluşmasını sağlamıştır. Söz konusu kitle, her kesimden insanın bulunduğu ve sınırsız içeriğin yer aldığı bir sanal ortam yaratmıştır (Bavlı, 2011). Sosyal medyanın insan üzerinde olumlu olduğu gibi olumsuz birçok etkisi de bulunmaktadır. İnsan psikolojisine olan etkileri içerisinde kişinin hayatını geliştirmesini sağlayan etkilerin bulunması gibi hayatı sonlandırmaya sebep olan çeşitli travmalarla yer almaktadır. Bu nedenle hem sosyal medyanın hem de yapay zekanın insan psikolojisine etkisi büyük bir öneme sahiptir.

Yapay Zekâ Kavramı

Bugünün akademik disiplinlerinde önemli bir odak noktası, teknolojik ilerlemelerle paralel olarak hızla gelişen yapay zekâ alanıdır. Yapay zekânın temel amacı, makineleri otonom ve akıllı sistemlere dönüştürmektir. Bilişsel süreçlerin simülasyonu ve insan benzeri davranışların taklit edilmesine yönelik sistemlerin geliştirilmesi, yapay zekânın temelini oluşturan akıl yürütme, öğrenme, iletişim, algılama, geçmiş verileri işleme, nesne yönetimi ve mekânîk hareket yeteneklerini kullanma becerileriyle birleşmektedir (Kuşçu, 2015). Böylece yapay zekâ, hem teknolojik yeniliklerin geleceğini şekillendiren bir kavram hem de bilişim alanında derinlemesine araştırmalara zemin hazırlayan bir disiplin olarak önem kazanmaktadır. Yapay zekâ, kavramsal çerçevede farklı tanımlara sahip bir disiplin olarak kendini ortaya koymaktadır. MIT Bilgisayar Bilimleri Laboratuvarı yöneticisi Edward Fredkin, BBC ile yaptığı bir röportajda yapay zekânın önemini vurgulayarak tarihsel süreçte üç büyük olayın bulunduğunu belirtmiş ve bu olaylar arasında evrenin oluşumunu, yaşamın başlangıcını ve yapay zekânın ortaya çıkışını sıralamıştır. Bu ifade, yapay zekânın insanlık tarihi üzerindeki derin ve kapsamlı etkisini anlamak için dikkate değer bir perspektif sunmaktadır (Pirim, 2006).

Yapay zekâ, bilgisayarlar ve bilgisayar kontrollü makineler aracılığıyla insan zihnini taklit etme kapasitesine sahip bir teknoloji olarak tanımlanabilmektedir. Örneğin, doğal dil işleme alanında yapay zekâ, insan dilini anlama yeteneği kazanarak metin ve sesli iletişimde kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca, sağlık, finans ve ulaşım gibi çeşitli sektörlerde yapay zekânın insana benzer bilişsel işlevleri başarıyla yerine getirmesi, otomasyon süreçlerini hızlandırarak insan verimliliğini artırmaktadır (Nabiyev, 2012). Dolayısıyla, yapay zekânın bilişsel gücü, yalnızca teknik gelişimlerle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda etik ve sosyal boyutları da içeren bir evrim süreci başlatarak gelecekte insan-makine etkileşimini şekillendiren önemli bir unsur haline gelmektedir.

Yapay zekâ makinelerin önceden algılama, öğrenme, bilgi edinme ve etkileşim kurma yeteneklerini geliştirmeyi hedefleyerek, karar verme süreçlerinde yazılımların etkin bir şekilde kullanılmasına katkı sağlamaktadır (Ak, 2018). Yapay zekân veri analizi ve modelleme yöntemleri aracılığıyla karmaşık problemleri çözme ve akıl yürütme kapasitelerini artırarak insan benzeri karar alma yeteneklerinin geliştirilmesine önemli bir katkı sunmaktadır. Bugün birçok firma yapay zekâ alanında çeşitli araştırmalar ve uygulamalar gerçekleştirmekte, bu durum yapay zekânın insan zekâsından ayırt edici özelliklerinin yalnızca cansız ve duygusuz bir taklit olmanın ötesinde olduğunu göstermektedir. Ancak, yapay zekâ ile yürütülen pek çok çalışma, insan zekâsına karşı

üstünlük sağlama hedefi doğrultusunda yönlendirilmekte ve bu çerçevede şekillenmektedir (Fırat, 2018). Yapay zekâ teknolojisi, insan yaşamının çeşitli alanlarında önemli kolaylıklar sağlayarak belirli faaliyetlerin yerine getirilmesinde etkinlik sunmaktadır. Ancak, insan zekâsına özgü belirli koşulların varlığı, yapay zekânın insan zekâsının tamamen yerini alabileceğini göstermemektedir. Bu nedenle, yapay zekâ insan zekâsının bir tamamlayıcısı olarak değerlendirilmektedir (Dülger, 2018).

Yapay zekâ uygulamaları, modern sistemlerde karar verme yeteneğini önemli ölçüde geliştiren bir deneyim sunarak, kullanıcı tecrübeleri ve sözlü veri girişlerinin analizi yoluyla yapay sinir ağları kullanılarak karmaşık ve doğrusal olmayan problemler üzerinde çözümler sağlama imkânı sunmaktadır (Aksakal, 2017). Bu süreç, kullanıcıların geçmiş deneyimlerinden elde edilen verilerin entegrasyonunu mümkün kılarken, model geliştirme yeteneklerini de artırmakta; böylece oluşturulan modeller, potansiyel hataların erken tespit edilmesini ve giderilmesini sağlayarak daha güvenilir karar mekanizmalarının oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Netice olarak, yapay zekâ sistemleri mühendislik, işletme, sağlık, psikoloji, iletişim ekonomi ve pazarlama gibi çeşitli alanlarda etkin bir şekilde kullanılmakta, bu da rekabet avantajı ve işlem verimliliği sağlamaktadır (Yüksel, 2023). Dolayısıyla yapay zekânın sunduğu entegre yaklaşım hem teorik hem de pratik anlamda yeni fırsatlar ortaya çıkarırken, disiplinler arası inovasyonu teşvik etmektedir.

Yapay Zekâ Tarihçesi

Yapay zekâ kavramı, 1950’li yıllarda Alan Turing’in “Makineler düşünebilir mi?” sorusunu gündeme getirmesiyle şekillenmiştir. Turing, makinelerin insan benzeri düşünme yetisi ile zekâ kapasitesini sorgularken, özellikle II. Dünya Savaşı sırasında düşman iletişim şifrelerinin çözülmesine yönelik ihtiyaç, elektromekanik makinelerin önemini artırmış ve böylece yapay zekâyâ dayalı sistemlerin temellerini atmıştır. Türkiye’de ise yapay zekâ ile ilgili çalışmalar 1956 yılında Cahit Arf’ın Erzurum Atatürk Üniversitesi’nde gerçekleştirdiği “Makineler düşünebilir mi ve nasıl düşünebilir?” başlıklı sunumu ile öne çıkmıştır. Bu sunumda Arf, Yapay zekânın olası gelişim süreçlerini ve teorik altyapısını ele alarak, Türkiye’deki bilimsel tartışmalara önemli katkılarda bulunmuştur. Süreçte gerçekleştirilen çalışmalar hem uluslararası ölçekte hem de Türkiye’deki yapay zekâ araştırmalarının geliştirilmesi açısından kritik bir öneme sahiptir (Nacaroglu ve Savcı, 2023).

İnsana özgü akıl ve zekâ kavramlarının makineler yoluyla uygulanabilmesi düşüncesi, belirli ihtiyaçlara dayanan bir evrim sürecini ortaya koymaktadır. Yapay zekânın tarihsel gelişimi incelendiğinde, sistemlerin çevresel etmenleri algılayarak hedeflerine ulaşma yeteneği belirgin bir şekilde ön plana çıkmakta, bu da yapay zekânın gücünü ve insan benzeri zekâ işlevlerini yerine getirme çabasını göstermektedir. Yapay zekâdaki ilerlemeler, insan aklının karmaşık yapısını ve işleyişini makineler aracılığıyla yeniden üretme sürecini sergileyerek hem felsefi hem de pratik açıdan zekâ anlayışını derinleştirmekte; bu çerçevede teknolojik gelişmelerin etik, sosyolojik ve psikolojik boyutlarını da gün yüzüne çıkarmaktadır (Russel ve Norvig, 2009).

Yapay zekânın terimi, tarihsel bir perspektifle incelendiğinde, ilk kez 1950’li yıllarda Amerikalı bilgisayar bilimcileri tarafından ortaya konmuştur. Bu bağlamda, John McCarthy’nin organizasyonu ile gerçekleştirilen Dartmouth Yaz Araştırma Projesi, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester ve Claude Shannon gibi önemli isimlerin katılımıyla yapay zekâ disiplininin gelişimine belirleyici katkılarda bulunmuştur (Moor, 2006). Ayrıca, Alan Turing’in geliştirdiği teoriler ve

sonrasında tanımlanan “Turing Testi,” makinaların zeki olarak kabul edilmesine dair kriterlerin belirlenmesi açısından hayati bir öneme sahiptir.

Yapay zekâ kavramının resmi olarak tanıtılması ve bir bilim disiplini olarak şekillenmesi, 1956 yılında gerçekleştirilen Dartmouth Konferansı ile mümkün olmuştur. Bu etkinlik, alanın önde gelen bilim insanlarını bir araya getirerek yapay zekâ araştırmalarındaki ilk önemli adımların atılmasına zemin hazırlamıştır. Dartmouth Konferansı, yapay zekânın gelişiminde çok sayıda disiplinler arası etkileşimi teşvik etmiş; matematik, bilgisayar bilimi, psikoloji ve mühendislik gibi farklı alanlardan uzmanların bir araya gelmesi, yapay zekânın çok boyutlu bir yaklaşım ile ele alınmasını sağlamıştır. Oluşan etkileşim, araştırmaların derinleşmesine ve genişlemesine katkıda bulunmuştur (Güven, 2024). Böylece yapay zekânın ilerleyişinde kritik bir rol oynamıştır. Konferansın sonuçları, yapay zekâ alanındaki teorik ve uygulamalı çalışmaların ilerlemesi için önemli bir taban oluşturmuş ve bugünkü gelişmelerin temel taşlarını atmıştır. Yapay zekânın bilimsel ve teknolojik potansiyelinin keşfi, bu tür bir iş birliği ile mümkün hale gelmiş, disiplinler arası çalışmaların önemini vurgulamıştır.

Yapay zekâ araştırmaları, 1950’lerde başladığı dönemde büyük bir heyecan uyandırmış, ancak 1980’lere gelindiğinde “Yapay Zekâ Kışı” adı verilen bir duraklama sürecine girmiştir. Bu dönem, yapay zekâ projelerine yönelik ilginin ve yatırımların azalmasıyla karakterize edilmiştir. Ancak, 2000’lerin ilk on yılıyla birlikte teknolojik altyapının gelişmesi, yapay zekâ çalışmalarının yeniden canlanmasına neden olmuştur. Bugün yapay zekâ teknolojileri, robotik uygulamalardan ses tanıma sistemlerine, bilgisayar oyunlarından spam filtrelemeye, dil çevirisi hizmetlerinden kamu güvenliği uygulamalarına kadar geniş bir yelpazede çeşitli alanlarda kullanılmakta ve günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Özellikle derin öğrenme teknikleri ve büyük veri analizi, Yapay zekânın evriminde kritik bir rol oynamış, bu da daha akıllı ve verimli sistemlerin geliştirilmesini sağlamıştır. Yapay zekânın bu çok yönlü uygulamaları, sadece endüstri ve ticaret alanında değil, aynı zamanda toplumsal ve bireysel düzeyde de önemli değişimlere yol açmakta, yaşam standartlarını ve üretkenliği artırma potansiyeli taşımaktadır (Bolayır, 2023). Böylece yapay zekânın gelecekteki gelişimi, etik, güvenlik ve insan-makine etkileşimi gibi konuları da beraberinde tartışmaya açarak, multidisipliner bir araştırma alanı olarak önemini korumaktadır (Erdoğan, 2017). Özellikle psikolojik etkileri araştırmaya açık alanları oluşturmıştır.

Sosyal Medya Tarihi

Yapay zekânın gelişiminden çok önce sosyal medya internetin bir sonucu olarak meydana gelmiştir. Tüm dünyada kullanılmaya başlayan internet kamuoyunun erişimine de açıldığında kitleler arası iletişimin kolaylaştığı bir ortam meydana getirilmiştir. Web 1.0 sonrası gelişen Web 2.0 ile dijital bir etkileşim ortamı alanı inşa edilmiştir (Bahar, 2018). Sosyal medya siteleri zaman, mekân ve enformasyon sahibi fark etmeden bireyler arasında anlık iletişimin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Küreselleşmeyi ve masrafsız sosyal etkileşimi yaratmıştır (Kaplan, 2018). Bireylerin üretici ve tüketici olarak yer aldığı sosyal medya platformları zincirleme iletişim ortaya çıkarmıştır. Küreselleşmeyle birlikte kitlesizlik oluşturmuş ve sanal profillerin anonim olarak katılmasına da imkân tanımıştır.

Sosyal rollerle davranış kalıplarının yayılmasını sağlamış bununla birlikte büyük bir ekonomik ticari alan yaratmıştır. Popüler kültüründe tetiklenmesini teşvik eden sosyal medya, bireylerin fiziksel, psikolojik birçok anlamda etkilenmesine neden olmuştur (Yaraş, 2017). Öncelikle bloglar

ortaya çıkmış beraberinde ilk arkadaşlık siteleri gelişmiştir. Bu sitelerden ilki 1990'ların sonunda hazırlanan sixDegree.com olarak bilinmektedir. Söz konusu sosyal medya platformu yalnızca kullanıcıların birbiriyle mesajlaşabildiği bir nitelik içermiştir. Ardından Facebook gibi sosyal medya siteleri türemiştir (Kehya, 2018).

Facebook 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından geliştirilerek Boston Üniversitesi'nde kullanıma açılmıştır. 2006 yılında gelişmiş ve 2010 yılında 15'ten fazla ülkede faaliyete geçmiştir. Instagram 2010 yılında kurulsu da 2012'de yaygınlaşmaya başlamıştır (Mutlu, 2017). Başlangıçta fotoğraf, video, ses içerikleri paylaşılan Instagram'da daha sonra birçok özellik yer almıştır. 2005 yılında YouTube oluşturulmuştur. Geniş bir depolama alanı yaratmış ve video, fotoğraf derlemesi içeriklerinden sonra YouTube'rlar aracılığıyla yeni içerik çeşitleri meydana gelmiştir. Abone ol butonunun da etkinleşmesiyle ticari bir yapı ortaya çıkmıştır (Yeboah ve Ewur, 2014). Dizi, belgesel, film, klip, video, canlı yayın gibi birçok izleme imkânı içermektedir.

WhatsApp 2010 yılında oluşturulan sosyal medya hesaplarından biri olarak meydana gelmiştir. Başlangıçta mesajlaşma amacıyla oluşturulmuş daha sonra fotoğraf, video, ses içerikleri, canlı yayınlar, durum güncellemeleri, kanallar oluşmuştur. Bugün en çok kullanılan mesajlaşma uygulamalarından biri olmaktadır. Twitter X adını almış başlangıçta 140 karakter ile içerik oluşturulurken 2017'den sonra 280 karakterle yazı yazma imkânı bulunmuştur. Premium hesap sahibi olmayı da sağlayan X platformu "ciklemek, cıvıdamak" anlamına gelen Twitter adını almıştır (Bouhnik ve Deshen, 2014). Sosyal medyanın gündem halinde ön plana çıktı hashtaglerle gündemin belirlendiği X platformunda sohbet odaları, abone olma gibi özellikler de bulunmaktadır.

Yapay Zekânın İnsan Kaynakları ve Psikoloji Etkisi

İnsan kaynaklarının geleceği hem dijital dönüşüm hem de insan odaklı yaklaşımların bir arada var olmasını gerektirmektedir. İnsan kaynakları yöneticileri, insan unsuru ile teknolojinin etkin bir bileşimini sağlama çabası içindedir ve bu durum alanda yeni bir dönemin başlangıcını işaret etmektedir; bu bağlamda yapay zekâ, insan kaynaklarının dönüşümünde merkezi bir rol oynamaktadır. Yapay zekâ ile insan zekâsının etkileşimi sonucunda ortaya çıkan bu yeni dönemde iş tanımları ve işgücü yapısı önemli ölçüde değişime uğrayacaktır. Yapay zekâyı diğer teknolojilerden ayıran temel özellik, bilişsel işlevleri taklit edebilmesi ve öğrenme ile karar verme kapasitesine sahip algoritmalar aracılığıyla hareket etmesidir; bu sayede söz konusu sistemler salt otomasyonun ötesine geçerek karmaşık ve bilişsel gereksinimli görevleri üstlenebilmektedir. Yapay zekâ uygulamalarının kullanımı, insan kaynakları yöneticilerinin idari yüklerini hafifleterek zamandan tasarruf sağlamaya ve karar alma süreçlerindeki önyargıların azaltılmasına katkıda bulunabilmektedir. Bugün insan kaynakları uzmanları, gelecekte ortaya çıkacak ihtiyaçları önceden tahmin etmek amacıyla öngörüleyici analitiklerden aktif şekilde yararlanmaktadır; bu nedenle insan kaynakları fonksiyonlarının etkinliğini artırmak isteyen organizasyonların yapay zekâyı güven duyması gerekmektedir (Kambur, 2022).

Yapay zekâ tabanlı yazılımlar, yüzlerce özgeçmiş kısa sürede tarayabilmekte ve iş tanımlarının gerektirdiği nitelikleri öğrenerek aday eşleştirmesi yapabilmektedir. Ayrıca makine öğrenimi teknikleri, video mülakat analizleri aracılığıyla aday davranışlarını değerlendirmeye imkân tanımakta ve coğrafi sınırlamaları ortadan kaldırarak dünyanın her yerinden görüşme yapılmasını mümkün kılmaktadır (Grefe ve Peyrat-Guillard, 2020). Eğitim ve gelişim alanında ise kişiye yönelik öğrenme yollarının ölçeklenmesi büyük ölçüde yapay zekâ ile sağlanmakta; içerik mobil

cihazlar ve bilgisayarlar aracılığıyla her yerde erişilebilir hale gelmiş, çalışanlar gündelik aktiviteleri sırasında bile kişiselleştirilmiş eğitimlerini sürdürebilmektedir (Laha, 2019). Diyalog tabanlı yapay zekâ uygulamaları, insan kaynakları yöneticilerinin öğrenme süreçlerini izlemesine yardımcı olurken, algoritmalar çalışanlara uygun öğrenme programları ve ek eğitim önerileri sunabilmektedir; oyun tabanlı yaklaşımlar ise eğitmen veya gerçek zamanlı sınıf desteği olmaksızın beceri gelişimini desteklemektedir. Ayrıca yapay zekâ destekli öğrenme yönetim sistemleri, çalışanların ilgi ve eğilimlerini (örn. bölüm, ürün, satış, pazarlama, Ar-Ge) tespit ederek iç kaynaklardan eleman ihtiyacının uzun vadede karşılanmasına katkıda bulunabilmektedir (Demir, 2019). Bununla birlikte, belirli bir insan kaynakları teknolojisi benimsenirken organizasyonların, söz konusu teknolojinin kurumsal kültürle uyumunu değerlendirmeleri ve uygulamayı bu değerlendirmeye göre şekillendirmeleri önem arz etmektedir.

Çok sayıda kuruluş, sağlık sektöründe çalışan deneyimini iyileştirmeye yönelik temel düzeyde yapay zekâ uygulamalarını hayata geçirmiştir (Zeng, 2020). Büyük ölçekli örneklerde de benzer kazanımlar gözlemlenmektedir: Yaklaşık 380.000 çalışanı bulunan IBM, Watson platformunu kullanarak performans değerlendirmeleri yapmaktadır; söz konusu sistemin gelecekteki performansı %96 doğrulukla tahmin ettiğine ilişkin bulgular raporlanmıştır (Sindu, 2018). Shanmugam (2015), performans değerlendirme süreçlerinde yapay zekâ kullanımının değerlendirme hazırlıklarında yaklaşık %50, tüm değerlendirme sürecinde ise %60'a varan zaman tasarrufu sağlayabildiğini belirtmiştir (Goldfarb vd., 2020).

Yapay zekâ ile çalışan sağlık sistemlerinin duygusal ve psikolojik etkileri, hastaların sağlık hizmeti alma deneyimlerini doğrudan şekillendirmektedir. Özellikle kronik hastalıklarla mücadele eden veya ileri düzey tedavi gereksinimi olan bireyler için empati, anlayış ve insani temas hayati bir önem taşırken; yapay zekâ tabanlı etkileşimlerin bu unsurları yeterince karşılayamaması, hastaların kendilerini yalnız, anlaşılmamış ya da mekânîk bir sürecin parçası gibi hissetmelerine yol açabilmektedir (Laha, 2019). Yapay zekânın kişisel bağ kurma ve duygusal zekâ gibi insani özellikleri henüz yeterince taklit edememesi, hasta psikolojisinde mesafeli ve soğuk bir iletişim ortamı yaratabilmektedir (Harnad, 2003). Bu tür olumsuz duygular, tedaviye uyumu ve genel hasta memnuniyetini olumsuz etkileyebilir. Sağlık alanında geliştirilen yapay zekâ uygulamaları, teknik yeterlilik açısından ilerlemiş olsa da, duygusal etkileşim boyutunda hâlâ ciddi sınırlılıklara sahiptir. Bununla birlikte, yapay zekânın bu potansiyel olumsuz etkilerini azaltmak ve hasta memnuniyetini korumak adına hibrit modeller önem kazanmaktadır. İnsan ve makine iş birliğine dayalı yaklaşımlar, hem teknolojik doğruluk hem de duygusal destek sağlayarak hasta deneyimini daha dengeli bir hale getirebilmektedir (Goldfarb vd., 2020). Örneğin, yapay zekâ sistemleri hasta verilerini analiz ederken, nihai geri bildirim sürecinin bir sağlık profesyoneli tarafından gerçekleştirilmesi, hasta ile kurulan duygusal bağın korunmasına yardımcı olmaktadır (Meister, 2019; Kapoor, 2020). Uygulamalar, hem güveni artırmakta hem de yapay zekâdan kaynaklanabilecek yabancılaşma hissini azaltmaktadır. Ayrıca, sistemlerin açıklanabilir olması ve hastaların süreç hakkında bilgilendirilmesi, psikolojik dirençlerin kırılmasında önemli rol oynamaktadır (Kshetri, 2020). Ek olarak yapay zekâ bireyin içe kapanmasına ve sosyal izolasyona da neden olabilmektedir. Yapay zekânın birey psikolojisinde ufku daraltmak, aşırı benlik düzeyi artırmak, sorunlara aceleci ve kaçınan bir bakış açısı ile yaklaşmak gibi etkileri de bulunabilmektedir (Kambur, 2020). Bu neden psikolojik danışmanların, yazılımcıların, yapay zekâ geliştiricilerinin ve iletişim uzmanlarının ortak çalışmalarla kamu yararını temel edinmesi önem taşımaktadır.

Sosyal Medya ve Psikolojik Etkileri

Sosyal medya platformları her geçen gün yaygınlaşmakta bu durum bireylerin psikolojisini çeşitli şekillerde etkilemektedir. Özellikle olumlu ve olumsuz olarak ayrılabilen bu etkiler kendi içerisinde çeşitlenmektedir. Bireyin kendini ifade etmesini arkadaş çevresini ve sosyal grupları bulabilmesini sağlayan sosyal medya toplumsal destek imkânını da içermektedir (Bilgin, 2018). Bireyler sosyal medya platformları sayesinde farklı fikirlerle karşılaşabilir böylece kendini geliştirebilir ve yeni görüşlere açık hale gelebilir. Bireyin yalnızlık hissinden kurtulması için sosyal medya platformları önemli birer araç olmaktadır. Birçok da olumsuz yön sosyal medya platformların aracılığıyla bireyin psikolojisini etkilemektedir. Bu durum özellikle anksiyete, bağımlılık, kaygı, ilişkilerin zayıflaması, izolasyon gibi süreçleri inşa edebilmektedir (Söner ve Yılmaz, 2018). Sosyal medyada içeriklere çok sık maruz kalan bireylerde depresyon, kimlik bunalımı açığa çıkabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medyanın çok dikkatli ve bilinçli kullanılması bireyin psikolojisini olumlu ve pozitif bir düzeyde tutması için büyük önem taşımaktadır (Kırman, 2020).

Sosyal medya platformları ile uzaktaki bireylere erişebilen kişiler yalnızlıktan kurtulma ve yaşadıkları duygusal özlemi bu şekilde azaltabilmektedir. Kolay iletişim ile ortak alanlara erişimde güçlenmektedir. Ancak bireyin belirli ilişkileri güçlenirken kime ilişkilerde zayıflama meydana gelebilmektedir (Bozkurt ve Bozkurt, 2022). Çocuklar ile gençlerin özellikle sosyal medya platformlarında psikolojik olarak büyük etkiler yaşadıkları görülmektedir. Kişinin psikolojik sağlığını etkileyen sosyal medya bireyin kendinden nefret etmesine, benlik saygısının düşmesine, zorbalığa maruz kalmasına neden olabilmektedir (Özdemir ve Türk, 2020). Günlük yaşam aktivitelerinden uzaklaşabilen bireylerde depresyon tetiklenmekte ve güven duygusu azalmaktadır. İletişim sorunlarının da meydana geldiği sosyal medya platformlarında tehdit zorbalık gibi sebeplerle panik ve endişenin artması da mümkündür.

SONUÇ

Sağlık sektöründe yapay zekâ uygulamalarının başarısı yalnızca algoritmik doğrulukla değil, aynı zamanda hasta psikolojisini gözetken tasarım ve entegrasyon süreçleriyle de doğrudan ilişkilidir. Özellikle hasta merkezli bir yaklaşım benimsenerek, teknolojik araçların insani değerlerle bütünleştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Yapay zekâ sistemlerinin etik, şeffaf ve açıklanabilir biçimde kullanılması, hem çalışanların, kullanıcıların hem de hastaların bu teknolojilere yönelik tutumlarını olumlu yönde etkilemektedir (Goldfarb vd., 2020; Kshetri, 2020). Gelecekte sağlık hizmetlerinde yapay zekânın psikolojik etkilerini minimize edebilmek için, bu sistemlerin geliştirilme aşamasında psikoloji, etik ve kullanıcı deneyimi gibi disiplinlerarası bakış açılarıyla hareket edilmesi kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiştir.

Tıpkı yapay zekâ gibi sosyal medyada kullanım oranı arttıkça bireyin psikolojisinde çeşitli etkiler meydana getirmiştir. Etkiler olumlu olabileceği kadar olumsuz da olmakta, hatta olumsuz etkiler ölümcül boyutlara ulaşabilmektedir. Sosyal medyadaki içerikler ve paylaşımlar yalnızca psikologlar tarafından değil farklı alanlarda profesyonelleşen bireyler tarafından da üretilebilmektedir. Bu nedenle bireyin sosyal medyada karşılaştığı içeriklere karşı eleştirel olması önemlidir ve sosyal medyanın olumsuz etkilerinden korunmak için kontrollü bir sosyal medya kullanımı önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ak, D. (2018). Endüstri 4.0'ın Çalışma İlişkileri Ve Emek Süreci Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Antalya.
- Aksakal, A. (2017). Türkiye'deki Resmi Dairelerde Talep Tarafı Yönetimi Ve Yapay Zekâ. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kırıkkale.
- Anitha, K., ve Shanthi, V. (2021). A Study On Intervention Of Chatbots In Recruitment. In Innovations In Information And Communication Technologies (IICT-2020) (ss. 67–74).
- Bahar, A. (2018). Bilişim Suçları, İletişim Ve Sosyal Medya. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, İstanbul Emniyet Müdürlüğü, 10(3), 3.
- Bankins, S. (2021). The Ethical Use Of Artificial Intelligence In Human Resource Management: A Decision-Making Framework. Ethics And Information Technology, 23(4), 841–854.
- Bavlı, U. (2011). Sosyal Medyanın Dayanılmaz Cazibesi, Zorlu, Sayı: 33, Nisan- Mayıs- Haziran.
- Bolayır, M. A. (2023). Yapay Zekâ, İnsan Hakları Ve İnsan Haklarının Korunması Açısından Yapay Zekânın Denetimi. TİDE Academia Research, 5(2), 117–145.
- Bouhnik, D. ve Deshen, M. (2014). Whatsapp Goes The School: Mobile Instant Messaging Between Teachers And Students Of Information. Technology Education: Research, 13, 218.
- Bozkurt, İ., ve Bozkurt, Ö. (2022). Covid-19 Kısıtlamaları Sürecinde Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Temel Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Bağımlılık Dergisi, 23(2), 181–190.
- Buzko, I., Dyachenko, Y., Petrova, M., Nenkov, N., Tulenina, D., ve Koeva, K. (2016). Artificial Intelligence Technologies In Human Resource Development. Computer Modelling And New Technologies, 20(2), 26–29.
- Cappelli, P., Tambe, P., ve Yakubovich, V. (2019). Artificial Intelligence In Human Resources Management: Challenges And A Path Forward. California Management Review, 61(4).
- Dülger, M. V. (2018). Günümüz Yapay Zekâ Teknolojisi Ve Robot Yargıç/Avukat Gerçeği: Mesleğimiz Elimizden Gidiyor Mu? Hplus, 6–7.
- Erdoğan, M. (2017). Sıfırıncı Yasa. Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 19(3), 746–759.
- Faiyaz, Md. (2018). Iqbal: Can AI Change The Way In Companies Recruitment, Development, Training And Managing In HR. Asian Journal Of Social Sciences And Management Studies, 5(3), 102–104. <https://doi.org/10.20448/journal.500.2018.53.102.104>
- Fallucchi, F., Coladangelo, M., Giuliano, R., ve William De Luca, E. (2020). Predicting Employee Attrition Using Machine Learning Techniques. Computers, 9(4), 86.
- Fırat, F. (2018). İnternet Haberciliğinde Yapay Zekâ Teknolojisi Kullanımı: Robot Gazetecilik (Yüksek Lisans Tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Goldfarb, A., Taska, B., ve Teodoridis, F. (2020). Artificial Intelligence In Health Care? Evidence From Online Job Postings. In AEA Papers And Proceedings, 110(11), 404.
- Grefe, G., ve Peyrat-Guillard, D. (2020). Shapes Of Tourism Employment: HRM In The Worlds Of Hotels And Air Transport. John Wiley ve Sons.
- Güven, A. (2024). Yapay Zekâ Uygulamalarının Kamu Yönetimindeki Rolü Ve Önemi. Enderun, 8(2), 127–151.
- Hamoud, B., ve Laszlo, V. (2019). Will Artificial Intelligence Take Over Human Resources Recruitment And Selection. Network Intelligence Studies, 7(13), 21–30.
- Harnad, S. (2003). Minds, Machines And Turing. In H. J. Moor (Ed.), The Turing Test: The Elusive Standard Of Artificial Intelligence (ss. 253–273). Springer Dordrecht.
- Kaolan, M. Z. (2018). Annelik Sosyalleşimi Ve Sosyal Medya: Instagram Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kambur, E. (2020). Yapay Zekânın İnsan Kaynakları Süreçlerinde Yaratabileceği Değişiklikler Ve Algılanma Düzeyleri (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi.
- Kapoor, S. (2020). HR Trends In The Era Of Artificial Intelligence. In Transforming Management Using Artificial Intelligence Techniques (ss. 51–61).
- Kehya, R. Ö. (2018). İtalya ve Türkiye'ye Göç Etmiş İnsanlarla İlgili Youtube Video Yorumlarında Nefret Söylemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kırman, F. (2020). Sosyal Medyada Salgın Psikolojisi: Algı, Etki Ve Başa Çıkma. Dünya İnsan Bilimleri Dergisi, 2020(2), 11–44.
- Kshetri, N. (2020). China's Social Credit System: Data, Algorithms And Implications. IT Professional.
- Kuşçu, E. (2015). Çeviride Yapay Zekâ Uygulamaları. Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, (30), 46.
- Laha, A. K. (2019). 5 Data-Driven HR Hiring And Recruitment Trends For 2019. Elde Edilme Tarihi: 28 Ocak 2021. <https://www.peoplematters.in/amp-trends-5-datadrivenhr-hiring-recruitment-trends-for-2019-21301>
- Meister, J. (2019). Ten HR Trends In The Age Of Artificial Intelligence. Forbes Magazine, 1(8), 1–13.
- Merlin, P. R., ve Jayam, R. (2018). Artificial Intelligence In Human Resource Management. International Journal Of Pure And Applied Mathematics, 119(14), 1891–1895.
- Moor, J. (2006). The Dartmouth College Artificial Intelligence Conference: The Next Fifty Years. AI Magazine, 27(4), 87–91.
- Mutlu, B. (2017). Sosyal Medya Pazarlamasının Yeni Yüzleri Youtube İçerik Üreticileri Ve Kanal Toplulukları: Youtuber - Marka İşbirliği Videoları Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Nabiyev, V. (2012). Yapay Zekâ. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nacaroglu, D., ve Savcı, S. (2023). Yapay Zekânın Medyada Sunumu Ve Yükselişi: Olanaklar, Sınırlar Ve Tehlikeler. Yeni Medya, (15), 130–152.
- Özdemir, Ş. ve Türk, G. D. (2020). Sosyal Medya Psikolojisi. Ankara: Nobel Yayın.
- Pirim, H. (2006). Yapay Zekâ. Journal Of Yaşar University, 1(1), 82–92.
- Rab-Kettler, K., ve Lehnervp, B. (2019). Recruitment In The Times Of Machine Learning. Management Systems In Production Engineering, 27(2), 105–109.
- Russell, S. J., ve Norvig, P. (2009). Artificial Intelligence: A Modern Approach (3. Baskı). Prentice Hall.
- Shanmugam, S. (2015). Model Employee Appraisal System With Artificial Intelligence Capabilities. Journal Of Cases On Information Technology, 17(39), 30–40.

- Sindu, M. (2018). Artificial Intelligence Vs. Human Resource Practices In Banking Sector. *International Journal Of Social Science And Economic Research*, 3(9), 5253–5258.
- Söner, O. ve Yılmaz, O. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 59-73.
- Tack, C. (2019). Artificial Intelligence And Machine Learning Applications In Musculoskeletal Physiotherapy. *Musculoskeletal Science And Practice*, 39, 164–169.
- Yaraş, N. (2017). Yeni Medya Trendleri: Youtube Güzellik Ve Moda Vloggerlığı Örneği. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Yüksel, D. (2023). Göz İzleme Tekniği ile Bir Siyasal Pazarlama İletişimi Araştırması: Türkiye Cumhuriyeti 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Billboardlarının Analizi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15 (3), 2263-2274.
- Yeboah, J. ve Ewur, G. D. (2014). The Impact Of Whatsapp Messenger Usage On Students' Performance In Tertiary Institutions In Ghana. *Journal of Education and Practice*, 5(6), 157.
- Zeng, H. (2020). Adaptability Of Artificial Intelligence In Human Resources Management In This Era. *International Journal Of Science*, 7(1), 271–276.