

Sosyal Medya Kullanım Alanları ve Bağımlılık İlişkisi

Mehmet Emin Babacan¹
İnönü Üniversitesi

Öz

Günümüzde sosyal medya kullanım alanları ve pratiklerinin sosyal medya bağımlılığı ile olan ilişkisine odaklanmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Zira teknik açıdan hemen her bireyin kolaylıkla erişebileceği bir mesafede ve gündelik hayatının her anında etkin biçimde bulunabilen sosyal medya, aynı şekilde bireyin bütün makro/mikro ilişki düzeyine (siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel vb.) nüfuz edebilen bir potansiyele sahiptir. Böylece gerek bireyin arzu ve ihtiyaçları gerekse kullanım alanları bakımından sosyal medya kullanım pratikleri, sosyal medya bağımlılığına imkân tanımaktadır. Bu çalışmada, var olan alanyazından hareketle bireylerin en önemli sosyal medya kullanım pratikleri ve nedenlerinden olan “özne-özgürlük”, “alternatif bir medya”, “demokrasi kültürü”, “psikolojik tatmin” başlıkları üzerinden sosyal medya kullanımının “bağımlılık” ile olan ilişkisi literatür taramasına dayalı betimleyici çözümleme tekniği ile kuramsal düzeyde tartışılmaktadır. Çalışma sonucunda literatürde var olan çalışmalardan ayrı olarak, sosyal medyanın yapısal özelliği ve kullanım alanları bakımından bağımlılık ile olan ilişkisinin önemine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca literatürde yukarıda belirtilen sosyal medya kullanımına ilişkin dört temel zemine daha çok olumlu bir anlam yüklenmesine karşılık, söz konusu bu alanların aynı zamanda sosyal medya bağımlılığına yol açabildiği ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler

İnternet • Yeni medya • Sosyal medya • Bağımlılık • İletişim teknolojileri

1 İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Merkez Kampüsü, 44300 Malatya. Eposta: membabacan@gmail.com

Yaşadığımız çağın zaman, mekân ve gündelik hayat pratikleri kavrayışı ve algısını büyük ölçüde değiştiren/dönüştüren İnternet teknolojisinin özellikle sosyal medyanın, birey ve toplum hayatı için varoluşsal anlamda neye tekabül ettiği, üzerinde durulmayı hak eden önemli bir konu olarak karşımızda durmaktadır. Literatürde çalışmaların daha çok sosyal medya kullanımının interaktif bir iletişime imkân tanıdığı (Blanchard, 2011; Cho, 2014; Hampton, Goulet, Rainie ve Purcell, 2011; Lin ve Lu, 2011), orada nasıl paylaşımlarda bulunulduğu, kimin neyi/nasıl paylaştığı (Boyd, 2014; Duggan, Ellison, Lampe, Lenhart ve Madden, 2014; Zúniga, Jung ve Valenzuela, 2012), onun nasıl bir reklam ve halkla ilişkiler aracı olarak kullanılabilceği (Hanna, Rohm ve Crittenden, 2011; Kaplan & Haenlein, 2010), kâr amacı gütmeyen ve gönüllülük esasına dayanan kuruluşlarda kullanımı (Nah ve Saxton, 2012) vb. konular etrafında ilginin geliştiği görülmektedir. Bununla birlikte literatürde kimi çalışmalar (Baron, 2008; Boyd, 2014; Brake, 2008) İnternetin, özellikle sosyal medyanın, 21. yüzyılda bireyin siyasal, sosyal, ekonomik, psikolojik vb. birçok alanda kurtuluş reçetesi olarak görülebileceği konusunda bir yaklaşıma sahiptirler (Boyd, 2014; Puddephatt ve Oesterlund, 2012; Rideout, 2012). Özetle; belirtilen literatür ve daha eklenebilecek sayısız literatür örneği üzerinden bireylerin en önemli sosyal medya kullanım karakteristiklerinden olan “özne-özgürlük”, “alternatif bir medya”, “demokrasi kültürü”, “psikolojik tatmin” gibi başlıklar etrafında, sosyal medyanın daha çok olumlu katkıları işlenmektedir (Juris, 2012; Kim, Hsu ve Zúñiga, 2013; Lee, Choi, Kim ve Kim, 2014; Özgüven ve Mucan, 2013).

Buna karşılık sosyal medyanın birey yaşamının gündelik hayat pratiklerindeki en küçük detaya kadar nüfuz edebildiği, yukarıda belirtilen dört temel başlık etrafında bireyin yaşamında önemli bir etkiye sahip ve teknik bakımdan her an kullanılabilmeye müsait olduğu gerçeği ile bağımlılık ilişkisinin araştırılması gerekmektedir. Zira sosyal medya bireyin yaşamında önemli bir imkân olarak işlev görebilirken aynı zamanda dört temel alan üzerinden bireyin yaşamında/algısında bağımlılığa da yol açabilmektedir. Böylece bireyin bahsi geçen temel sosyal medya kullanım karakteristiğine ilişkin pozitif algısı, bireyin sosyal medya kullanımında önemli bir bağımlılık sarmalı oluşturmaktadır. Bu anlamda kullanıcıların belirtilen temel alanlar üzerinden sosyal medya karakteristiğine ilişkin pozitif algısı, bizzat sosyal medyanın yapısal özelliğinden kaynaklanmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin “yeni”, “sosyal”, “akıllı” vb. sıfatlarla nitelendirilmesi aynı zamanda geçmiş dönem kitle iletişim araçlarıyla arasına bir sınır koyması anlamını taşımaktadır. Özetle literatürde örtük bir anlam da olsa sosyal medyanın kitle iletişim araçlarından farklılığının vurgulanması ve kendi yapısal özellikleri nedeniyle yukarıda belirtilen dört temel alan üzerinden kullanıcıda pozitif bir algının oluşması doğal bir sonuçtur (Hargittai, 2008; Papacharissi, 2002a, 2009b; Ross, 2009).

Sosyal medyanın söz konusu dört temel özelliklerinden olan toplumsal öznenin özgürlüğü ve sosyal medyanın bu özgürlüğü sağlayacak alternatif bir mecra olduğu

vurgusu, kendi içinde tartışmaya yer bırakmaksızın sosyal medya kullanımını zorunlu kılmaktadır. Bu bakımdan sosyal medyaya ilişkin belirtilen pozitif vurgu, örtük biçimde bireyin sosyal medya ile olan ilişkisini bir bağımlılık sarmalına dönüştürmektedir. Özetle bu çalışmada, sosyal medya araçlarının günümüzde birey ve toplum hayatının vazgeçilmez bir unsuru olarak literatürde daha çok pozitif yönleriyle yer almasına karşılık, aynı zamanda bir sarmal şeklinde nasıl bağımlılığa dönüştüğü de kuramsal açıdan tartışılmaktadır. Bu bakımdan çalışma, gerek sosyal medya gerekse bağımlılık ekseninde yürütülen çalışmaları bütün boyutlarıyla değil, sosyal medyanın sunumuna ilişkin yukarıda belirtilen dört temel zemin üzerinden oluşabilen bağımlılıkla sınırlandırılmaktadır. Kısaca çalışmada, günümüzde bireyin karşı karşıya bulunduğu en önemli bağımlılık biçimlerinden biri olan sosyal medya bağımlılığı hususunda bir bilinç ve birikim oluşturulması amaçlanmaktadır.

Sosyal Medya Ağlarının Bazı Temel Kullanım Alanları

Günümüzde sosyal medyanın birey ve toplum yaşamı için hiç kuşkusuz yadsınmaz ölçüde bir önemi bulunmaktadır. Geçen yüzyılda önemli işlevler üstlenen iletişim teknolojilerine benzer biçimde, sosyal medya da birçok yönüyle hayatı kolaylaştıran, mesafeleri yakınlaştıran, bireylerin çok farklı ihtiyaçlarına karşılık gelen bir unsur, insan ve toplum yaşamının olmazsa olmazı şeklinde her gün biraz daha hayata dâhil olmaktadır. Hatta söz konusu bu yeni teknolojinin içine doğan ve büyüyen yeni kuşaklar için bu teknoloji, bizzat hayatın kendisi olarak görülebilecek kadar merkezî bir rol üstlenmektedir. Zira bu yönüyle sosyal medyanın yukarıda değinilen temel karakteristiğinde yer aldığı üzere, birey yaşamı için vazgeçilmez oluşu daha çok pozitif yönleriyle sunulmaktadır (Bazarova, 2012; Boyd, 2014; Chou ve Chih, 2003). Başka bir ifadeyle sosyal medya, bireyin kendi bireyselliği ve özgürlüğü bağlamında sosyal medyanın geleneksel medyadan farklı olarak alternatif bir mecra olabilmesi, demokrasi kültürünün içselleştirilmesinde katkısının bulunması, ihtiyaç duyulan her türlü psikolojik tatminin sağlanabileceği bir mecra olması bakımından vazgeçilmez derecede önemlidir.

Sosyal medyaya ilişkin böyle bir okuma onu birey ve toplum yaşamının küçük ve önemsiz bir detayı değil, bizzat hayatın merkezinde bulunan önemli bir varlık olarak görmektedir. Bu bakımdan sosyal medya ağlarının bütün kullanım özellikleri, söz konusu olan birey ve toplum hayatındaki merkeziliğini pekiştirmek etrafında kurulmaktadır. Ayrıca oluşan merkeziliğin birey ve toplum yaşamı için bir sarmala, aslında bir tür bağımlılığa dönüşerek varlığını ve merkeziliğini sürekli yeniden üretmek etrafında gelişmektedir. Bu anlamda kendini hayatın merkezinde konumlandıran sosyal medya marifetiyle bireyin toplumsal hayata tutunma çabası, sosyal medya bağımlılığını da beslemektedir.

Bu çalışma sosyal medya bağımlılığını, yukarıda özetlenen literatür doğrultusunda, sosyal medyanın temel karakteristiği ve en önemli kullanım alanları olarak öne

çıkan “özne-özgürlük”, “alternatif bir medya”, “demokrasi kültürü” ve “psikolojik tatmin” kavramları üzerinden okumayı amaçlamaktadır (bk. Babacan, 2015; Blanchard, 2011; Burke, Marlow ve Lento, 2010; Duggan ve ark., 2014; Toprak ve ark., 2009). Bu anlamda çalışmada birey ve toplum yaşamı bağlamında sosyal medyaya ilişkin hâkim sunum biçiminin ve söz konusu bu sunumun bağımlılık bağlamında nasıl karşılık bulduğunu iletişim sosyolojisi perspektifiyle ele alınmaktadır. Ayrıca çalışmanın sınırlarını aşacak olması ve başka çalışmaların konusu olması bakımından genel anlamda teknoloji bağımlılığının ne olduğu, boyutlarının ve semptomlarının nasıl anlaşıldığı veya tedavisinin neler olduğu, hangi aşamaları içerdiği vb. konular çalışmada yer almamaktadır.

Özne-Özgürlük

Modern epistemolojinin bütünüyle üzerine kurulduğu bir zemin olarak rasyonalite ve birey, merkezî önemini günümüzde İnternet ve sosyal medya marifetiyle daha da olgunlaştırarak devam ettirmektedir. Bireyin özgür biçimde her yönüyle varlık gösterebildiğini düşündüğü bu yeni mecranın en önemli karakteristiği, bireyin özne oluşunu ve özgürlüğü geliştirdiği düşüncesidir. Bu anlamda uzunca bir zamandır söz konusu karakteri besleyen temel düşünce “Just do it!” [Sadece yap!] (Funk, 2013, s. 67) anlayışıdır. Yatay bir toplumda kimlik, akışkan ve açıktır; insan, “kendi yaşamını olabildiğince özgür planlama ve şekillendirme hakkı”nı hisseder (Friedman, 1999, s. 69). Bireyin kendi hayatını ve kararlarını özgürce belirleyebilmesi ve bu özgürlük alanını genişletme potansiyeli taşıyan bütün araçları geliştirip kullanabilmesi handiyse modern olmakla eşdeğer tutulmaktadır.

Modern dönemde hayatın ve hakikatin merkezî olarak kendini gören öznenin çevresiyle, evrenle, yaratıcıyla, kısacası hemen her şeyle mücadelesinin temel nedeni, bireyselliğinin önündeki engelleri kaldırmak olmuştur. Bu nedenle bireyin en önemli ödevi/görevi hayatına sınır koyduğunu düşündüğü ne varsa kendi varlığını ikame etme ve konformizmi adına onu hayatından uzaklaştırmasıdır. Günümüzde ise bireyin toplumsal özne olma işlevi sosyal medya aracılığıyla pekiştirilmektedir. Zira;

Bireysel çağda yaşıyoruz. Farklı ve birbiriyle çelişen konularla ilgilenme ve yön verme özgürlüğüne sahibiz... [K]onformizm, aile, kilise ve ulus devletin kutsallığını destekleyip koruyan kaygı sosyal pratiklere olan bağlılıkla artık alakalı değil. Konformizm bugün, yaptığın her şey “yeni sen”le ilgili olduğu müddetçe, istediğini, istediğin zaman yapmak anlamına geliyor. Bireysellik yeni konformizm oluyor. Kendimiz olmayı bulma yolunda, kurumlar geri plana çekiliyor. Din anlamını yitiriyor, aile parçalanıyor ve uluslar, eskiden hükümdarların, dini liderlerin ve az bulunan dâhilerin sahip olduğu saygınlığın bireylere uygulanmasını teşvik eden ortamları sağlayabilme kabiliyetlerine göre değerlendiriliyor (Niedzviecki, 2011, s. 18).

Günümüzde bireyin kendi toplumsal özne oluşu, özgürlüğü ve konformizmi adına vazgeçilemez bir unsur olarak değerlendirdiği sosyal medya, bir yandan birey yaşamında merkezi bir rolde varoluşunun en önemli karakteristiğini oluşturmakta, diğer taraftan ise birey yaşamı için vazgeçilmez olma özelliği ile bireyler tarafından sürekli biçimde yeniden üretilmesine olanak tanınmaktadır. Başka bir ifade ile bireyler kendi rızalarıyla sosyal medyada boy göstererek, ona hayat vermektedirler. Zira yukarıda belirtilen temel alanlar marifetiyle bütün kullanıcılar sosyal medyada kendince bir şeyler bulduğuna ve kendine bir şeyler katabildiğine inanmaktadır. Bireylerin sosyal medya ortamında özgür olduğu ve kendi toplumsal özne oluş süreçlerinde onu etkin biçimde kullandıkları, aslında kendi içinde önemli bir yanılsama potansiyelini de taşımaktadır. Zira toplumsal özne oluş süreci ile sosyal medya ortamının özgürlüğü ve söz konusu bu oluş sürecindeki rolü birçok faktörle birlikte değerlendirilmelidir. Fakat buna karşılık sosyal medyanın özne-özgürlük bağlamında merkeziliği vurgusu özellikle bilimsel meşruiyet zemini ile oluşturulurken, sosyal medya pratiklerinin haklılığı ve doğruluğu ise aktüel/reel politik karşılığı ve bireylerin onu kendi deneyimlerinin bir zemini olarak görmeleri üzerinden üretilmektedir (Binark ve Fidaner, 2011; Boyd, 2014; Öğütle ve Göker, 2014).

Bu bakımdan yeni teknolojilerin ve sosyal medyanın kullanıcıları tarafından benimsenerek/içselleştirilerek yeniden üretim sürecinin hem üretene hem de tüketene olması teknolojinin gücünü artırmaktadır:

Yeni enformasyon teknolojileri yalnızca uygulanacak araçlar değildir, aynı zamanda geliştirilecek süreçlerdir. Kullanıcılar ve yapılar aynılaşabilir. Böylece kullanıcılar, internet örneğinde olduğu gibi, teknolojinin kontrolünü ele alabilir. Bu yüzden de, yaratma ve sembollerin kullanımı gibi toplumsal süreçlerle (toplumun kültürü), mal ve hizmetleri üretme ve dağıtma kapasitesi (üretim güçleri) arasında yakın bir ilişki vardır. Tarihte ilk kez, insan aklı yalnızca üretim sürecinin belirleyici bir unsuru olmakla kalmamış, doğrudan bir üretim gücü olmuştur (Castells, 2005, s. 41).

Castell'in ifade ettiği öznenin söz konusu bu yeni teknolojiler marifetiyle hem üretim hem de tüketimin merkezinde bulunması; kendi toplumsal özne oluşunun hayatın bütün alanlarında merkezileşmesini sağlamakta ve pekiştirmektedir. Bu yönüyle özne, onun özgürlüğü ve sosyal medya iç içe bir sarmala dönüşerek bir birine ihtiyaç duymakta, aynı zamanda birbirini yeniden üretmek bir bağımlılığa yol açmaktadır. Bireyin kendi bireyselliğini merkezileştirme imkânı bulunduğu sosyal medya teknolojisi, hem bireyin bu yeni teknolojiyi kullanmasını ve hayatın merkezine koymasını sağlarken, diğer yandan bu teknolojinin kendini sunma biçimi olan özgürleştirici yönünü tamamlamaktadır. Özetle bireyin sosyal medya kullanımına olan ihtiyacı ile söz konusu sosyal medya teknolojisinin bireye olan ihtiyacı sonsuz bir diyalektik içerisinde bağımlılığı oluşturmakta ve beslemektedir.

Demokrasi Kültürü

Günümüz literatüründe sosyal medya ağlarına ilişkin en önemli sunum biçimlerinden biri hiç kuşkusuz onun demokrasi kültürünü geliştirdiği yönündeki vurgudur (Loader ve Mercea, 2012). Bireysel ve toplumsal hayatın sosyal, siyasal, ekonomik, kültürel vb. bütün süreçlerinde karşılıklı ve müzakere edebilir olmayı sağlayan yeni bir evren olarak sosyal medyanın demokrasi kültürünü geliştirdiği vurgusu yapılmaktadır (Tüfekçi ve Wilson, 2012). Bu bakımdan sosyal medyanın birey ve toplum hayatı için oldukça önemli bir kavram olan *demokrasiye* katkıda bulunduğu vurgusu, onun daha aktif kullanılması gerektiği algısını oluşturmaktadır. Böylece bireylerin gündelik hayatlarında güven ve düzen bakımından en çok ihtiyaç duydukları demokrasi kültürünün geliştirildiğine ilişkin algının varlığı, böyle bir ortamın/imkânın daha aktif kullanılması gerektiğinin meşru zeminini oluşturmaktadır.

Son yıllarda özellikle “Arap Baharı” olarak adlandırılan Ortadoğu ve Kuzey Afrika merkezli toplumsal olaylarda, ülkemizde ve dünyanın farklı bölgelerinde kimi taleplerin İnternet ve sosyal medya üzerinden yüksek sesle dillendirilmesi örneklerinde en çok dikkat çekilen husus, İnternet ve sosyal medyanın demokrasi kültürünü yaygınlaştırdığı etrafında toplanmaktadır (Khondker, 2011; Markham, 2014). Bu nedenle İnternet ve sosyal medya teknolojisinin kendisi ve demokrasi kültürünün geliştirilmesi arasında oluşturduğu algı, bireysel veya toplumsal ölçekte demokrasi kültürünün oluşmasını/gelişmesini isteyen her bireyin yeni teknolojiyi bu yönüyle kabul etmesi gerektiği anlamını taşımaktadır. Yirminci yüzyıl toplum ve siyaset ilişkilerinin merkezî kavramlarından biri olan demokrasi günümüzde de hâlâ merkeziliğini korumaktadır. Bu anlamda demokrasi kavramı ile iletişim araçları arasındaki ilişkinin *neliği* bugüne kadar tartışılan ve tartışılmaya devam eden konular arasındadır. Yirmi birinci yüzyılın en belirgin özelliklerinden biri olan İnternet ve sosyal medya teknolojisinin kendini sunma biçimlerinden biri de, hiç kuşkusuz onun demokrasiye olan olumlu katkısı etrafındadır. Söz konusu bu katkıyı ifade eden ilk isimlerden biri olan Hill ve Hughes (1998), İnternetin özlem duyulan *ideal demokrasi* ve *demokratik yurttaş katılımının* en önemli ayağını oluşturduğunu belirtmektedirler. Ayrıca son dönem çalışmalardan bazıları (Boyd, 2014, s. 156; Rettberg, 2009, s. 453), özellikle Amerika Başkanı Barack Obama’nın başkanlık kampanyası ve sonrasında sosyal medyayı etkili bir şekilde kullanmasının siyahî bir başkanın seçilmesinde önemli bir faktör olduğunu vurgulamaktadırlar. İnternet ve sosyal medya araçlarının merkeziyetçi olmayan karakteri ile bireylerin gerek yerel gerekse küresel ölçekte ilişki kurabilme, aynı zamanda demokratik imkânların da artması anlamına gelmektedir. Bu anlamda Rheingold (1998), bireylerin çevrimiçi tartışmalarla demokratik süreçlere etkin bir biçimde katılacağını belirtmektedir.

İnternet ve sosyal medya, doğrudan katılıma ve içerik üretimine olanak sunmakla birlikte, sunulanın ve üretilenin demokrasi ile ilişkisinin ne/nasıl olduğu konusu belirsizliğini korumaktadır. Bu anlamda demokrasi kavramının kendisi hakkında sosyal

bilimlerde yüzyılları aşan bir tartışma bulunmaktadır. Söz konusu bu yeni teknolojinin demokrasi kültürünü artırdığını kayıtsız şartsız kabul etmek yerine, bu katkının tartışılmaya devam etmesi gerekmektedir. Zira literatürde ve gündelik hayatta sosyal medyanın demokrasi kültürünü önemli ölçüde geliştirdiği vurgusu, tam olarak sosyal medya bağımlılığının başladığı yer olmaktadır. Söz gelimi sosyal medyada bireyin doğrudan katılım ve içerik üretiminde bulunabilmesine karşılık; kin ve nefret söylemiyle (Akın, 2010, s. 11–54) demokrasi kültürünü zayıflatan bir araç olarak da işlev görmektedir. Aynı şekilde demokrasinin öncüllerinden olan katılım ilkesini niceliksel açıdan artırmış olsa da, gerçek bir demokrasi kültürü oluşturması bakımından tartışmalar devam etmektedir. Bu anlamda sosyal medyada demokratik tavır ve tutum alışlarda;

[T]epkinin sadece bir tıkla, bir ‘like’la veya bir mesajla ortaya konulabilir olması, pek çok kişinin yalnızca ‘modaya uymak’ için bu işlemi gerçekleştirmesine neden olmaktadır. Yani pek çok İnternet aktivisti, aslında neyi, neden desteklediğinin veya neye, neden karşı çıktığının bile farkında değildirler. Yalnızca belirli günlerde profil fotoğrafını değiştirerek bir şeyleri değiştirebileceğine inananlar, yaralanan vicdanlarını bu şekilde rahatlatarak, tepkileri etkiye dönüşmeden uysallaşmaktadırlar (Karagöz, 2013, s.145).

Demokrasi kavramı ve sosyal medya ilişkisine dair dolaşımda olan hâkim algı; sosyal medyanın demokrasi kültürünü geliştirdiği yönündedir. Böylece birey ve toplum ilişkilerinde, bireyin siyasal bakımdan demokrasi kültürünün gelişmesi, sosyal medyaya olan bağımlılığıyla doğru orantılı düşünülmektedir. Özetle, bireyin demokrasi zemininde doğrudan katılım ve içerik üretmesine olanak tanıyan sosyal medyayı kullanmak zorunda oluşu, aynı şekilde sosyal medya kullanım bağımlılığını da zorunlu kılmaktadır.

Alternatif Bir Medya/Mecra

Yirminci yüzyıl tarihi, büyük oranda kitle iletişim araçları ve bu araçlar etrafında örülen iktidar biçimlerine paralel gelişmiştir. Başka bir ifadeyle herhangi bir iletişim aracı bulunmasın ki, bir biçimde bir güç/iktidar veya sermaye ile ilişkilendirilmesin. Bu nedenle yirminci yüzyılda sosyal bilimlerin farklı disiplinleri etrafında gerçekleşen birçok çalışma, kitle iletişim araçları ve onların işlevlerine ilişkin eleştirel bir perspektifle yaklaşmıştır (bk. Baudrillard, 1997; Bauman, 1999; Fukuyama, 2000; Horkheimer ve Adorno, 2010; Marcuse, 1997). Kitle iletişim araçlarını gerek yerel gerekse küresel ölçekte “kitle toplumu”nun oluşmasında en önemli araç görenek eleştirmişlerdir.

Günümüzde ise son çeyrek yüzyılda özellikle İnternet ve sosyal medya teknolojisi, iletişim araçlarına ilişkin yukarıda betimlenen algının büyük oranda değişmesine neden olmuştur. Önemli ölçüde birey merkezli/odaklı kullanım olanağı bulunan söz konusu bu yeni teknolojinin, hem öznesinin hem de nesnesinin bireyin bizzat kendisinin olması, iletişim araçlarına ilişkin algıyı büyük ölçüde değiştirmiştir. Artık birey ve toplum arakesitinde olup biten ne varsa sermaye ve iktidar gölgesinden uzakta

gerçekleşebileceğine inanılmaktadır. İnsanlar fiilen haber kaynağı olarak bulunabilmekte, habere ulaşırken bir biçimde filtrelenmeden veya herhangi bir otoriteye takılmadan kendi anlayışını gerçekleştirebilmektedir. Söz konusu bu yeni algıyı özetlemesi bakımından Barış Engin'in (2011, s. 35) ifadeleri aşağıdaki biçimdedir:

Bu yeni ağ ve habercilik; düzenin belirlediği tüm kuralları delmeye ve örülmüş duvarları yıkmaya hazırlanan dinamik bir yapıya sahiptir. Haberlerini yayınlarken kendinden başka bir editörün olmadığı ve haberine oto-sansür uygulanmayacağı bir alandır. Yazılarının geri dönmediği, yazdığım yazıdan dolayı işine son verilmediği bir platformdur. Yeni medya ağı kesinlikle aşağıdan (tabandan) gelişen bir harekettir. Egemen medya anlayışına, gelenekçi düzene başkaldıran 'devrimci' bir olgudur. Tabandaki küçük klavye darbeleri, tavandaki büyük isimleri tedirgin etmeye yetmektedir.

Bilgisayar ve İnternet teknolojilerinin interaktif iletişim biçimine olanak sağladığı döneme kadar, iletişim süreci düz, çizgisel ve tek taraflı bir süreç olarak gerçekleşmekteydi. Kitle iletişim araçları kanalıyla daha çok monolog biçimde gerçekleşen iletişim süreci, söz konusu araçların gücünü ellerinde bulduranlar tarafından gerçekleştirildiği iddia edilmekteydi.

Enformasyon akışının kontrolünü sağlayan, güç veya iktidar merkezlerinin yaratmak istedikleri siyasal, toplumsal ve kültürel dönüşüm süreçlerinde rol oynayanlar, bu araçları ellerinde bulduranlardı. Oysa iletişim biçiminin söz konusu klasik anlamından köklü biçimde koparak yapısal bir dönüşüme uğraması sonucu interaktif, çok boyutlu ve karşılıklı bir iletişim süreci başlamış oldu. "Eski medya" olarak da tanımlanan kitle iletişim araçlarının küçük bir azınlık tarafından kontrol edildiğini belirten birçok sosyal bilimci gibi Nilüfer Timisi de bu durumu şu ifadelerle belirtmektedir: "Eski teknolojiler birkaç azınlığın çoğunlukla iletişim kurmasına izin vermekteyken, çoğunluğun istek ve beğenileri azınlık tarafından belirlenmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ise, çoğunluğun kendi istediği enformasyona ulaşmasına izin vermektedir" (Timisi, 2003, s. 82). Ayrıca sosyal medyanın alternatif bir medya olarak bireyselleşme algısını ve politik katılımı artıran önemine dikkat çeken Fenton ve Barassi (2011, s. 179–196), dijital medyanın birçok insan için yeni ve imtiyazlı bir iletişim alanı/çevresi oluşturduğunu belirtmektedirler.

Geleneksel kitle iletişim araçlarına karşılık, İnternet ve sosyal medya teknolojisine ilişkin algı büyük oranda yukarıda belirtilen ifadelerde somutlanmaktadır. Başka bir ifadeyle "günümüz toplumu (21. Yüzyıl) artık bir disiplin toplumu değil, bir performans toplumdur. Sakinleri de itaatkâr özne' değil, performans öznesidir. Bu özneler kendi kendilerinin müteşebbisleridir" (Han, 2015, s. 17). Bu nedenle kendi hayatının özne müteşebbisi olarak bireyin alternatif bir medya varsayımıyla sosyal medyayı kullanması, ona sürgit hayat vermektedir. Zira her kullanımda ve içerik üretiminde hayat bulan sosyal medya, birey ile olan ilişkisinde onun yaşam performansında en önemli varlık alanı şeklinde işlev görmektedir. Birbirini tamamlayan ve kuşatan bir sarmal olarak bu ilişki, karşılıklı bağımlılığın da en önemli besleyici unsurlarından biri olmaktadır.

Bireyin İnternet ve sosyal medyayı alternatif bir medya olarak görmesini sağlayan yapısal özelliklere sahip olması, sosyal medyanın büsbütün iktidar veya sermaye ege-menliğinden uzak olduğu anlamını taşımakta mıdır? Birey, sosyal medyayı alternatif bir medya addedip ona bağımlı hâle gelerek, gerçekte bağımsız ve özgür özne performansını mı ikame etmektedir yoksa toplumsal iktidar türlerine daha da açık hâle mi gel-mektedir? Bu ve bunlara benzer sorular etrafında, sosyal medyanın alternatif bir medya platformu olarak görülmesi ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin sorgulanması ge-rekmektedir. Bu anlamda örneğin İnternet ve sosyal medyanın gücünün farkına varan tüm iktidarlar, İnterneti kontrolleri altında tutmak için yasaları bu yönde düzenlerken; diğer yandan bilgi güvenliğinin sağlanması için teknik yöntemler üretmektedir. 2011 yılıyla birlikte Tunus ve Mısır’da başlayıp diğer Arap ülkelerinde devam eden ayaklan-ma ve isyan dalgası karşısında, mobil iletişim de dâhil olmak üzere İnternet üzerinden gerçekleştirilen tüm iletişimlerin denetlenmesi buna örnektir” (Kaymak, 2011, s. 29).

Özetle İnternet ve sosyal medya kullanıcıları, çoğu kez bu teknolojinin nasıl bir alt yapıya sahip olduğu, iktidarlar/devletler ve sermayenin bu alt yapıyı kurmak için nasıl ve ne kadar maliyet ödediği konusunda bilgi sahibi değildirler. Bilgi sahibi ol-mamanın yanı sıra, onun kolay ve ekonomik bir araç olarak hayatın her anında bulu-nabilecek ve kullanılacak bir araç olduğuna ilişkin olumlu bir algıya sahiptirler. Fakat günümüzde İnternet ve bilişim teknolojilerine bu denli maliyet ödeyen devlet-ler, Wikileaks Belgeleri (özellikle 2008 ve sonrası) ve Edward Snowden (“Snowden casts doubt on NSA”, 2014) belgelerinde görüleceği gibi, yeni teknolojileri izlemek, dinlemek, arşivlemek vb. amaçlarla kullanabildikleri gerçeğidir. Hatta bu yeni tek-noloji ülkelerin hem ulusal hem de uluslararası ilişkilerinde politika belirleme/uy-gulama aracı olarak soft power (yumuşak güç) işlevi görebilmektedir. Sonuçta sos-yal medya kullanan birey, toplumsal iktidar türlerine karşı sosyal medyayı alternatif bir medya kabul ederek sosyal medyaya daha çok bağımlı hâle gelmektedir. Buna karşılık, bireyin sosyal medya bağımlılığını kendi iktidar kaynakları için kullanmak isteyen toplumsal iktidar türleri, geleneksel iletişim araçlarından (radyo, televizyon, gazete vb.) daha fazla birey hayatına erişebilmekte ve etkileyebilmektedir.

Psikolojik Tatmin

İnternet ve sosyal medya teknolojisinin birey yaşamında merkezî bir yer bulabil-mesinin en önemli nedenlerinin başında hiç kuşkusuz bireyin psikolojik ihtiyaçları-na karşılık bulabilmesi gelmektedir. Kimi zaman bireyin yalnızlığına, kimi zaman sevincine-hüznüne, kimi zaman sosyal ve siyasal katılımına vb. moral ve duygusal birçok ihtiyacına olanak sağlayan sosyal medya kullanımı, diğer taraftan sosyal med-ya araçlarına bağımlılığı da beslemektedir. Günümüzde sosyal medya kullanıcılarından özellikle gençlerin sosyal medya kullanım oranları (Bolton ve ark., 2013; Boyd ve Ellision, 2008; Seo, Houston, Taylor Knight, Kennedy ve English, 2013) gerçek ha-

yatta kişiler arası ilişkilerini önemli ölçüde azaltacak bir düzeye ulaşmaktadır. Aynı şekilde gündelik yaşamda sosyal medya kullanımına ayrılan süre her geçen gün artış göstermektedir (Sert Karaaslan, 2015; TÜİK, 2015). Hemen her konuda kullanım oranları artan sosyal medyanın, birey yaşamında edindiği merkezî rol aynı zamanda bağımlılığı da oluşturmaktadır. Zira sosyal medyanın yukarıda belirtilen yapısal özelliği gereği, kullanıcıya interaktif olabilme imkânı sunması nedeniyle, birey sosyal medya ortamında üretilen içeriğin hem üreticisi hem de tüketicisi olabilmektedir.

Buna karşılık özellikle yirminci yüzyıla ilişkin iletişim sosyolojisi literatürü dikkate alındığında, iletişim araçlarının üretiminin büyük oranda tek taraflı ve monolog bir sürecin işletilerek gerçekleştirildiği görülecektir. Aynı zamanda kitle iletişim araçları üretiminin, hedef kitlenin bir veya birkaç duyusuna hitap edebildiği, bireyin farklı ihtiyaçlarına tam olarak tekabül edemediği, hatta söz konusu üretimlerin bireyi olumsuz etkilediği etrafında kurulmaktadır. Söz gelimi televizyonun bireyleri sosyal hayattan uzaklaştırarak, böylelikle onları sosyal sermaye kaybına (bk. Field, 2006) uğrattığı belirtilmektedir. Bu nedenle kitle iletişim araçları kısmen psikolojik tatmin sağlasa da, bireyin sosyalleşme ve diğer psikolojik ihtiyaçlarını azaltan, hatta engelleyen bir faktöre dönüşebilmektedir. Bu anlamda yirminci yüzyılda televizyonun baskın olduğu sistem, kolayca kitle iletişim diye nitelenebilir (Blumer ve Katz, 1974'ten akt., Castells, 2005). Kitle iletişim kavramını açıklayan ve ona hangi anlamların yüklendiğini aktaran Castells şu ifadelerle yer vermektedir:

Birkaç merkezî veriden, milyonlarca izleyiciye aynı anda, aynı mesaj gönderilmektedir. Böylece mesajların içeriği ve biçimi, asgari müşteriğe göre belirlenmektedir. Televizyonun doğum yerinde, ABD'de yaygın olan özel TV kanallarında ise, izleyicilerin asgari müşteriğe pazarlama uzmanlarınca değerlendirilir. En azından 1980'lere dek devlete bağlı televizyon yayınlarının hâkim olduğu, dünyanın geri kalan kısmında ise, izlenme oranının rolü giderek artsa da ölçüt, yayından sorumlu olan bürokratların zihinlerindeki asgari müşterektir. Her iki durumda da izleyiciler büyük ölçüde homojen ya da homojenleştirmeye müsait olarak düşünülür (Brotein ve Rice, 1980'den akt., Castells, 2005, s. 444).

Televizyon merkezli kurulan iletişim süreci her ne kadar müşterek özellikler üzerinden gerçekleşse de, nihai tahlilde tek taraflı ve birileri tarafından sürekli belirlenen bir içerik ve özelliğe sahip olmaktadır. Ayrıca hedef kitlenin, özne rolünde bulunan üretime karşı geri bildirimde bulunma imkân ve kanalları sınırlıdır. Buna karşılık İnternet ve sosyal medya teknolojisi bireyin hem istediği içeriği üretmesine hem de istediği biçimde geri bildirimde bulunmasına olanak tanımaktadır. Bu anlamda hem içerik üreten hem de tüketen bireyin sayısız duygusuna hitap eden sosyal medya, büyük oranda merak duygusu üzerinden kendini kurmakta ve sonrasında bir tür bağımlılığa dönüşmektedir (Brandtzæg ve Heim, 2009). Bireyin kendisi ve çevresi hakkında olan bitene karşı merak duygusuyla yaklaşması normal bir davranış olmakla

birlikte, İnternet ve sosyal medya teknolojileri marifetiyle söz konusu merakın bir tür bağımlılığa dönüşmesi durumu ise dikkatten kaçmamalıdır.

Bireyin psikolojik ve duygusal ihtiyaçlarını karşılayabildiğini düşündüğü sosyal medya; sosyalleşme, yalnızlığını giderme, boş zaman eğlencesi olarak değerlendirme, karşı cinsle ilişki kurma vb. birçok konuda gündelik hayatın vazgeçilmez bir olgusu hâline gelmektedir. Bu bakımdan bireyin psikolojik, duygusal ve düşünsel birçok ihtiyacını sosyal medya ortamında karşılama isteği, her ne kadar bağımlılığa yol açsa da, beraberinde bir kimlik oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Çoğu kez sanal bir nitelik taşıyan ve gerçek hayatta karşılık bulamayan bu kimlikler, gerçek hayatta bireyin ulaşmadığı, olmak isteyip de olamadığı durumları yansıtmaktadır. Bu anlamda;

Toplumsal paylaşım ağları kullanıcılara gerçek yaşamda olmak istedikleri ancak olamadıkları konularını tesis edebilme olanağını da sağlamaktadır. Yani kullanıcılar toplumsal paylaşım ağlarında sanal bir yaşam kurabilmektedirler. Bu kapsamda kullanıcıların toplumsal paylaşım ağlarında yer alan profil özelliklerinin çoğu istedikleri ama ulaşamadıkları yaşam biçimlerini karakterize edebilir. O kişi ile arkadaşlık kurmak isteyen kimseler, bu durumda kişinin gerçeği yansıtmayan özellikleri doğrultusunda ilişkiye geçerler ve kendilerinden izledikleri karakterin sahip olduğu özelliklere gerçekten de sahip olduğuna, kurulan ilişkinin yol açacağı ya da ima edilen sonuçlara gerçekten yol açacağına ve genelde her şeyin görüldüğü gibi olduğuna inanmaları istenir (Goffman, 2009, s. 30'dan akt., Toprak ve ark., 2009, s. 30).

Bireyin sosyal medya pratikleri çoğu kez gerçek yaşamla, sanal olanın arakesitinde ortaya çıkarak, bireye psikolojik ve duygusal tatmin sağlayan araç olarak işlev görmektedir. Bu nedenle sosyal medya ve kullanım pratikleri hakkında bağımlılık ile olan ilişkisine dair gerekli özen gösterilmemektedir. Zira bireyin sosyal medyada bulunduğu inandığı psikolojik tatmin, sosyal medyanın *neliğine* ilişkin sorgulamayı büyük ölçüde dışarıda tutmaktadır. Sonuç olarak İnternet ve sosyal medyanın psikolojik tatmine yönelik belirgin kimi karakteristik özelliklerini (Tarhan ve Nurmedov, 2013, s. 70) aşağıdaki gibi özetlemektedirler:

- Sürükleyicidir. Websiteleri potansiyel olarak bağımlı kişilere hoş bir gerçeklik sunar. Öyle ki tüm cinsel partnerler çekici ve arzudur, oyunlar etkileyici ve heyecan vericidir, bahisleri tutturmak hiç de olanaksız gözükmemektedir vs. Ortam aynı zamanda kişiye kendi kimliğinden kaçış imkânı sunar. Kişi dilediği özelliklere bürünebilir. Bir görüşe göre; kadınların İnternete kapılma sebeplerinden biri, erkek gibi davranabilmeleridir. İçe dönük kişiler dışa dönük bir tutum sergileyebilmektedir.
- İçerik açısından zengin oluşu ödüllendiricidir, sürekli yenilikler içeren, interaktif iletişime zemin hazırlayan web sitelerinin yapılandırılması söz konusudur. Binlerce site ilgi çekici birçok bilgi barındırır, çoğu site cazip renk ve sesler içerir. İletim hızı arttıkça İnternet cevapları giderek hız kazanmaktadır.

- Onaylayıcıdır. Kişisel zevk ve ilgileri karşılamaya yönelik oluşu ve bunların başkaları tarafından paylaşılması, bu tür zevk ve ilgileri meşrulaştırır.

Özetle günümüzde İnternet ve sosyal medya teknolojisinin psikolojik tatmin sağlayan yukarıda belirtilen temel bazı özelliklerinin bağımlılık ile olan ilişkisine odaklanmak gerekmektedir. Bu bakımdan birey ve toplum yaşamında çok yönlü, çok boyutlu bir süreç olarak kendini konumlandıran söz konusu bu yeni mecra, psikolojik ve sosyopsikolojik boyutu ile bağımlılığı artırmaktadır. Zira yapısal özelliği gereği her an her yerde bulunabilen bir teknoloji olarak psikolojik ve duygusal ihtiyacı karşılayabilecek bir imkân olarak işlev görmektedir. Bu yönüyle sosyal medyaya aşinalık, birey ve toplum yaşamında bu teknolojinin o ölçüde merkezi/vazgeçilmez bir konuma yerleştirmektedir. Birey ve toplum yaşamında bir zorunluluk olarak çok farklı boyutlarıyla bulunması, söz konusu bu yeni teknolojiye sürgit hayat vermekte ve sürekliliğini devam ettirmektedir. Bu yönüyle yukarıda temel bazı özellikleri ve kullanım formlarına değinilen sosyal medya ağlarının birey ve toplumun gündelik hayatında sürekli ve vazgeçilmez oluşu üzerinden bir tür bağımlılık oluşmaktadır.

Sonuç

Sosyal medya ağlarının yukarıda değinilen dört temel zeminine ilişkin, bağımlılık ile olan ilişkisine de odaklanmak gerekmektedir. İnternet ve sosyal medya kullanımının teknik açıdan her an her yerde mümkün olması; “özne-özgürlük”, “alternatif bir medya”, “demokrasi kültürü”, “psikolojik tatmin” gibi temel konularda katkıda bulunmasına büyük ölçüde olumlu yaklaşılmasına karşılık, onun bağımlılığa yol açan yönüne de değinmek gerekmektedir. Kısaca sosyal medya ve birey ilişkisini yeniden okumanın imkânları üzerinde durmak gerekmektedir. Söz konusu bu yeni okuma biçimi, İnternet ve sosyal medyayı yok saymayı, birey veya toplum yaşamı için öneminin yadsınmasını değil, daha çok sunulan pozitif biçimiyle nasıl bir tür bağımlılık oluşturduğunun anlaşılması etrafında gerçekleştirilmelidir. Bu anlamda İnternet ve sosyal medya teknolojisinin sosyolojik, psikolojik ve sosyopsikolojik vb. temel bazı zeminlerde karşılık bulması nedeniyle, kullanım oranı ve biçiminin bir tür bağımlılığa dönüştüğünü de ifade etmek gerekmektedir. Böylece sosyal medyanın temel kullanım alanlarının bağımlılıkla olan ilişkisini yeni bir okumaya tabi tutarak; öncelikle bireyin toplumsal özne olma rolünü beslediği ve bireyi sonsuzca özgür kıldığı algısı, sosyal medyanın bağımlılığa yol açan en önemli vurgusu olmaktadır. “Özne-özgürlük” vurgusu üzerinden bütün bağımlılıklardan kurtulduğu düşünülen bireyin “ben” merkezli özne olma iddiasına karşılık hayatında her an yer alması gereken sosyal medya kullanımı en önemli bağımlılık biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya, gerek demokratik katılım gerekse alternatif medya/mecra olması bakımından önemli bir işlev görmekle birlikte, anti-demokratikleşmenin ve dezen-

formasyonun da önemli bir aracı hâline gelebildiğini belirtmek gerekmektedir. Bi-reylerin toplumsal özne merkezli kullanım pratikleri, bireyin bütün dünyayı ve gelişmeleri kendi etrafında okumasını beraberinde getirmektedir. Bu nedenle ötekine tahammülün ve demokratik olgunluğun gelişmesi bakımından “ben” merkezli sosyal medya pratiğinin bir paradoks oluşturabildiğini belirtmek gerekmektedir. Ayrıca alternatif bir medya/mecra olarak düşünülen İnternet ve sosyal medyanın; aynı zamanda yalan, iftira, kişilik ve haysiyete tecavüz, kin/öfke, nefretin ve aynı zamanda ege-men sınıfların manipülasyon aracına dönüşebildiği de ifade edilmelidir.

Bunun yanı sıra sosyal medya kullanımının en önemli alanlarından biri, bireyin psikososyal temelli ihtiyaçlarına karşılık imkânları içinde barındırdığı düşüncesidir. Kullanıcıların sosyal, siyasal, ekonomik, ailevi vb. birçok alanda kişilik ve karakterlerini şekillendiren onlarca faktörün bu yeni ortamda simüle edilmesi, onun gerçekliğe olan yakınlığını artırmaktadır. Söz konusu bu yeni teknolojinin bireylerin yalnızlık, hüznün, sevinç, eğlence, aşk vb. birçok duygusal zeminde ihtiyaç duydukları olgulara karşılık gelebilecek potansiyeli taşıdığına inanılmaktadır. Bütün bu pratiklere karşılık sosyal medyanın gerçekte bireylerin yukarıda sayılan ve inanılan ihtiyaçlarına ne ölçüde karşılık verebildiği başka çalışmaların konusudur. Fakat sosyal medyaya atfedilen psikoloji temelli birçok unsur, onun kullanılmasını gerekli kılmakta ve bu gereklilik bağımlılığa yol açmaktadır. Örneğin sosyal medyanın “sosyal” sıfatına karşılık, gerçekte bireyin sosyalleşme ihtiyacını hangi ölçüde giderebildiği veya sosyalleşmesine katkıda bulunduğu başka bir tartışma konusu iken, bireyin sosyalleşme ihtiyacı için sosyal medya kullanımı bir tür bağımlılık oluşturmaktadır.

Sonuç olarak sosyal medya, yukarıda ifade edilen kullanım alanlarının yanı sıra, daha başka birçok özelliği ve pratiği ile birey/toplum yaşamının merkezinde önemli bir rol oynamaya devam etmektedir. Aynı şekilde gerek birey, gerekse toplum ölçeğinde sözü geçen bütün kullanım alanları ve pratiklerinin ortak yönü, sosyal medyanın bağımlılık paydasında sürekli kullanılmak gerektiğidir. Bu anlamda sosyal medyanın bağımlılığa konu olan yanı; günün, gecenin, haftanın veya ayın herhangi bir vaktinde değil, *her an ve her yerde* bulunabilme ve kullanılabilme özelliğidir. Bu çalışma dört temel alan üzerinden dikkat çekilen yeni bir bağımlılık biçimi olarak sosyal medya bağımlılığına dair bir keşif çalışması hüviyeti taşımaktadır. Bu bakımdan önümüzdeki günlerde bu yeni bağımlılık biçiminin semptomları alanyazında gerçekleştirilecek çalışmalarla daha çok anlaşılır bir hâle gelecektir. Özellikle İnternet ve sosyal medya kullanım yaş aralığında bulunan gençlerin gündelik hayatlarında, aile, okul ve çevre ilişkilerinde, söz konusu bu yeni bağımlılık biçiminin somut sonuçları yapılacak çalışmalar sonucunda daha net biçimde ortaya çıkacaktır. Bu yönüyle sosyal medyanın bütün kullanım alanları ve pratiklerinin bağımlılıkla olan ilişkisinin eleştirel bir perspektifle, farklı periyotlarla çalışılması ve alanyazına katkıda bulunulması gerekmektedir.

Received: October 31, 2015

Revision received: January 14, 2016

Accepted: April 7, 2016

OnlineFirst: April 15, 2016

Copyright © 2016 • Turkish Green Crescent Society

ISSN 2148-7286 • eISSN 2149-1305

<http://addicta.com.tr/en/>

DOI 10.15805/addicta.2016.3.0017 • April 2016 • 3(1) • 20-28

Extended Abstract

The Relationship of Social Media Usage Areas and Addiction

Mehmet Emin Babacan¹
İnönü University

Abstract

There is a current need to focus on the relationship of social media areas and the addictiveness of social media practices. The fact is that social media, the effects of which can be found in every moment of daily life to the extent that it is easily accessible to almost every individual, has the potential to penetrate all macro- and micro-level relationships of the individual (political, social, economic, cultural, etc.) in the same way. Both an individual's needs and desires, as well as social media practices in terms of areas of use, make social media addiction possible. In this study, the relationship that social media usage has with addiction, over the headings of subject-freedom, an alternative media, democratic culture, and psychological satisfaction, which are the most important social media usage practices of individuals found in the existing literature, is theoretically discussed based on the literature using the technique of descriptive analysis. The importance of the relationship that addiction has with social media in terms of its structural features and usage areas has been emphasized in the results of the study at the same time as being separate from the existing studies in the literature. It has also been expressed in the literature that related to the use of social media, these usage areas, which correspond to the imposition of much more positive meaning in four basic stages, can at the same time open the road to social media addiction.

Keywords

Internet • New media • Social media • Addiction • Communication technologies

¹ Correspondence to: Mehmet Emin Babacan (PhD), Faculty of Communication, Inonu University, Central Campus, Malatya 44300 Turkey. Email: meminbabacan@gmail.com

What time existentially corresponds to for individual and community life, especially what the technologies of social media and the Internet correspond to as they have drastically changed and converted the perceptions and concepts of the areas and practices of daily life in this era, confronts people as an important issue that deserves to be focused on. The arrival of interest on many topics is seen in the literature with studies mostly on the possible familiarization of social media usage with interactive communication (Blanchard, 2011; Cho, 2014; Hampton, Goulet, Rainie, & Purcell, 2011; Lin & Lu, 2011), how sharing was found there, how and with whom sharing is done (Boyd, 2014; Duggan, Ellison, Lampe, Lenhart, & Madden, 2014; Zúniga, Jung, & Valenzuela, 2012), how it can be used as an advertising and public-relations tool (Hanna, Rohm, & Crittenden, 2011; Kaplan & Haenlein, 2010), its use in non-profit and volunteer organizations (Nah & Saxton, 2012), and so on. However, some studies in the literature have an approach that can be seen as a recipe for deliverance (Baron, 2008; Boyd, 2014; Brake, 2008) in many areas of the Internet, especially social media and political, social, economic, psychological, and other areas of the individual in the 21st century (Boyd, 2014; Puddephatt & Oesterlund, 2012; Rideout, 2012). Social media's more positive contributions have been processed under titles such as the subject-freedom, alternative media, democratic culture, and psychological satisfaction from among the examples in the literature that have been summarized and the countless ones that can be linked (Juris, 2012; Kim, Hsu, & Zúñiga, 2013; Lee, Choi, Kim, & Kim, 2014; Özgüven & Mucan, 2013).

Importance has been given to new communication technologies that have put a boundary between themselves and the bygone era of mass media at the same time that it has been characterized with adjectives such as *new*, *social*, and *smart*.

In summary of the literature, the formation of a positive perception in social-media users though the above -mentioned four key areas is a natural result because of its structural features and the emphasis on its difference from the tools of mass media (Hargittai, 2008; Papacharissi, 2002a, 2009b; Ross, 2009).

Some Basic Uses of Social Media Networks

These days, social media has an importance for individual and community life to an extent that is undoubted and undisputed. This is because social media, which occurred on the basis of the aforementioned characteristics, has been presented as an indispensable event through its more positive characteristics (Bazarova, 2012; Boyd, 2014; Chou & Chih, 2003).

This study purposes to read about social media addiction over subject-freedom, alternative media, democracy, and psychological satisfaction, which have been featured as the main characteristics and most important areas of social media in

the previously summarized literature (see Babacan, 2015; Blanchard, 2011; Burke, Marlow, & Lento, 2010; Duggan et al., 2014; Toprak et al., 2009). In this sense, how the relationship of social media in the context of individual and community life, how the dominant format of presentation, and how this presentation have found counterbalance in the context of addiction are dealt with from the perspective of communications sociology. Additionally, what the general meaning of technology addiction is, how its dimensions and symptoms are understood, what its treatment is, what phases it contains, and so on, being beyond the limits of this study and the subject of other studies, have not been included in this study.

Subject-Freedom

The individual and rationality, the backdrop upon which modern epistemology has been completely founded, continue while maturing though the ingenuity of the central importance of the Internet and social media these days. In this sense, the basic idea that has nurtured this character for a long time is the “just do it” approach (Funk, 2011, p. 67). Identity in a horizontal society is fluid and clear; people feel “the right to plan and shape their lives as free as possible” (Friedman, 1999, p. 69).

Individuals being free in the environment of social media and using it effectively in the process of forming their own social subjects carries within the self an important potential for delusion. This is because the formation of freedom in the social media environment, through the process of societal-subject formation and the role of this process, should be evaluated together through many factors. However, whereas while social media’s central emphasis on the context of freedom was formed through scientific legitimacy in particular, the legitimacy and accuracy of social media practices were manufactured right in front of the eyes of individuals as a basis for their own experiences and as an actual and real political provision (Binark & Fidaner, 2011; Boyd, 2014; Ögütle & Göker, 2014).

The Culture of Democracy

Today, the development of democratic culture, undoubtedly one of the most important forms of presentation related to social media networks in the literature, has stressed its direction (Loader & Mercea, 2012). It has provided the emphasis of social media on developing the culture of democracy as a new universe that provides the ability to reciprocate and negotiate in the social, political, economic, cultural, and other processes of individual and social life (Tüfekçi & Wilson, 2012).

The thing that draws attention in the examples of some of the demands that have been most loudly voiced on the Internet and social media in recent years are the social events based in North Africa and the Middle East (especially Arab Spring),

in Turkey, and in different regions of the world, and are in the area of the Internet and social media's spread of the culture of democracy (Khondker, 2011; Markham, 2014). Additionally, some recent studies (Boyd, 2014, p. 156; Rettberg, 2009, p. 453) have emphasized this factor to be important, especially in Barack Obama's American presidential campaign, which saw the election of an African-American president, and later, its later use of social media.

What is offered and produced in relation to democracy, together with how it provides the opportunity to produce participation and content directly from the Internet and social media, remains unclear. For instance, provisions that can be found in the involvement and content production directly from the individual serves as a tool that weakens the democratic culture through animosity and hate speech (Akin, 2010, pp. 11–54). Even though the principle of participation, a precursor of democracy, has increased quantitatively, discussions continue in terms of creating a genuine democratic culture. In this sense, the democratic attitudes and purchasing behaviors in social media show:

The reaction of the way many people “follow fashion” in this developmental process, as is known, is put forth with just one click, “like,” or message. So many Internet activists don't even know what they want or why; they have no idea what they are opposed to or why. The reactions of those who believe are tamed before it develops into action by changing one's profile photo only on certain days, in this way relieving an injured conscience (Karagöz, 2013, p. 145).

An Alternative Media

Many studies that have been performed in the area of different disciplines of the social sciences in the 20th century have approached a critical perspective related to the tools of mass media and their functions (see Baudrillard, 1997; Bauman, 1999; Fukuyama, 2000; Horkheimer & Adorno, 2010; Marcuse, 1997). The tools of mass communication have been examined by viewing the most important tool in the formation of *mass society*, both on a local and global scale.

Currently, social media technology, especially the Internet in the last quarter century, have caused a great change in the above-pictured perception related to the tools of communication. This new technology, which has enabled considerable individual-centered, focused use both as the subject and the object that it personally is, has greatly changed perceptions related to the tools of media. Anymore, whatever can exist and complete the intersection of individual and society is believed to be able to occur far from the shadow of capital and power.

Like many social scientists who stated that the tools of mass media, defined as the old media, have been under the control of a small minority, Nilüfer Timisi made the

following statement about this situation: “The desires and enjoyments of the majority are determined by the minority. While old technologies usually gave several minorities permission to communicate, new communication technologies allow information to spread to most of those who want it” (Timisi, 2003, p. 82). Furthermore, Fenton and Barassi (2011, pp. 179–196), who emphasized the importance of social media as an alternative media for enhancing the perception of individualization and political participation, stated that digital media has created a new and privileged area and framework of communication for many people.

Psychological Satisfaction

Among the most important reasons that the technology of the Internet and social media can find a central place in individual life is that no doubt it corresponds to individuals’ ability to find a counterbalance with their psychological needs. The use of social media provides possibilities to many moral and emotional needs, sometimes to an individual’s loneliness, sometimes to their joy or sorrow, sometimes to their social and political participation, and so on; on the other hand, it also feeds the addiction to the tools of social media. These days, the user rate of social media usage, especially young users of social media (Bolton et al., 2013; Boyd & Ellison, 2008; Seo, Houston, Taylor Knight, Kennedy, & English, 2013), has reached a level that will significantly reduce the relations of people in real life. Likewise, time devoted to the use of social media in everyday life is increasing with each passing day (Sert Karaaslan, 2015; Türkiye İstatistik Kurumu, 2015). Social media, whose rate of use has increased in just about every topic, also forms a central role at the same time in its dependence that has been acquired in individual life. Because of the social media’s above-mentioned structural feature, as well as its offering the opportunity to be an interactive user, individuals may be both the manufacturer and consumer of the content that is produced in the social media environment.

Social media, which is thought to be able to meet the psychological and emotional needs of the individual, has become an indispensable phenomenon in many aspects of everyday life, such as socializing, eliminating loneliness, being a form of leisure activity, and establishing relations with the opposite sex. In summary, it is necessary nowadays to focus on some of the Internet and social media technologies’ basic features that provide psychological satisfaction and their relationship with addiction. From this perspective, this new medium that has positioned itself as a versatile, multi-dimensional process increases dependency through psychological and socio-psychological dimensions. Because of this, it functions as a possibility that can meet psychological and emotional needs and as a technology whose needed structural features can be found anywhere at any moment.

Results

Regarding the four above-mentioned basic stages of the social media network, it is also necessary to focus on its relationship with addiction. Internet and social-media usage is technically possible at any moment and place; approaching its counterbalance as a great, positive contributor in basic issues such as subject-freedom, as an alternative media, as a culture of democracy, and as a psychological satisfaction also requires focus on the aspects that lead to being addicted to it. In short, it is necessary to consider the possibility of reviewing the relationship of social media and the individual.

The use of social media has emerged as the most important form of addiction which needs to be included in every moment of an individual's life, a response to the claim of an ego-centric life that thinks to be rid of all addictions over the emphasis of subject-freedom. Social media, although it serves an important function with regard to democratic participation as an alternative media, also should be noted for its ability to become an important tool of anti-democracy and disinformation. The subject-centered social practices of individuals, their whole world, and their developments bring about its own understanding. Therefore, the possibility that ego-centric social media practices create a paradox should be noted in terms of developing tolerance for others and of developing democratic maturity. In addition, the Internet and social media, which are considered as an alternative media, should at the same time also be noted for their lies, slander, desecration of personality and dignity, resentment and anger, and hate, as well as their ability to transform into a tool of the ruling class for manipulation.

As a result, social media, as well as the above-mentioned intended uses, continues to play an important role in the center of individual and social life through many of its features and practices. Likewise, the common direction of all areas of use and practice, which have been mentioned in measure of both the individual and society, needs to constantly be used within the denominator of social media's addictiveness. In this sense, this addictiveness of social media is not any one time of day, night, week, or month; it has a feature that can be found and used anywhere at any time. This study has been identified as an exploratory study on social media addiction as a new form of addiction that draws attention to four key areas.

Kaynakça/References

- Akın, A. (Ed.). (2010). *Yeni medyada nefret söylemi*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Babacan, M. E. (2015). *Sosyal medya ve gençlik*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Baron, N. (2008). *Always on: Language in an online and mobile world*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim toplumu* (F. Keskin & H. Deliceçaylı, Çev., 4. basım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Bauman, Z. (1999). *Küreselleşme* (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bazarova, N. N. (2012). Public intimacy: Disclosure interpretation and social judgments on Facebook. *Journal of Communication*, 62, 815–832.
- Binark, M., & Fidaner, I. B. (Ed.). (2011). *Cesur yeni medya; Wikileaks ve 2011 Arap isyanları üzerine tartışmalar*. Alternatif Bilişim Yayınları. <http://ekitap.alternatifbilisim.org/files/cesur-yeni-medya.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Blanchard, O. (2011). *Social media ROI: Managing and measuring social media efforts in your organization*. Boston, MA: Pearson Education.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., ... Solnet, D. (2013). Understanding generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245–267. <http://dx.doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated*. Yale University Press. Retrieved from <http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Brake, D. (2008). Shaping the “me” in MySpace: The framing of profiles on a social network site. In K. Lundby (Ed.), *Digital storytelling, mediatized stories: Self-representations in new media* (pp. 285–300). New York, NY: Peter Lang.
- Brandtzaeg, P. B., & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. A. A. Ozok & P. Zaphiris (Eds.), *Online communities and social computing* (pp. 143–152). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Proceedings of the 2010 ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1909–1912). New York, NY: ACM.
- Castells, M. (2005). *Ağ toplumunun yükselişi enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cho, J. (2014). Will social media use reduce relative deprivation? Systematic analysis of social capital’s mediating effects of connecting social media use with relative deprivation. *International Journal of Communication*, 8, 2811–2833.
- Chou, T. J., & Chih, C. T. (2003). The role of flow experience in cyber-game addiction. *Cyberpsychology and Behavior*, 6, 663–675.
- Duggan, M., Ellison, N. B., Lampe, C., Lenhart, A., & Madden, M. (2014). *Social media update 2014*. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project.
- Engin, B. (2011). Yeni medya ve sosyal hareketler. M. Binark & I. B. Fidaner (Ed.), *Cesur yeni medya içinde* (s. 33–37). Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.
- Fenton, N., & Barassi, V. (2011). Alternative media and social networking sites: The politics of individuation and political participation. *The Communication Review*, 14, 179–196. <http://dx.doi.org/10.1080/10714421.2011.597245>
- Field, J. (2006). *Sosyal sermaye* (B. Bilgen & B. Şen, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Friedman, L. M. (1999). *Yatay toplum* (A. Fethi, Çev.). İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Fukuyama, F. (2000). *Güven, sosyal erdemler ve güvenin yaratılması* (A. Buğdaycı, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Funk, R. (2013). *Ben ve biz; Postmodern insanın psikanalizi* (Ç. Tanyeri, Çev., 3. basım). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hampton, K., N., Goulet, L. S., Rainie, L., & Purcell, K. (2011). *Social networking sites and our lives*. Washington DC: Pew Internet and American Life Project.
- Han, B. C. (2015). *Yorgunluk toplumu* (S. Yalçın, Çev.). İstanbul: Açılım Kitap.
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265–273. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.007>
- Hargittai, E. (2008). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 276–297. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00396.x>
- Hill, K. A., & Hughes, J. E. (1998). *Cyberpolitics: Citizen activism in the age of the internet*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publications.
- Horkheimer, M., & Adorno T. W. (2010). *Aydınlanmanın diyalektiği* (N. Ülner & E. Ö. Karadoğan, Çev.). İstanbul: Kabcacı Yayınları.
- Juris, J. S. (2012). Reflections on #occupy everywhere: Social media, public space, and emerging logics of aggregation. *American Ethnologist*, 39(2), 259–279. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1548-1425.2012.01362.x>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Karagöz, K. (2013). Yeni medya çağında dönüşen toplumsal hareketler ve dijital aktivizm hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*, 1(1), 131–156.
- Kaymak, A. (2011). Wikileaks okumak suç mu? Assange terörist mi? M. Binark & I. B. Fidaner (Ed.), *Cesur yeni medya içinde* (s. 21–29). Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.
- Khondker, H. H. (2011). Role of the new media in the Arab Spring. *Globalizations*, 8(5), 675–679. <http://dx.doi.org/10.1080/14747731.2011.621287>
- Kim, Y., Hsu, S. H., & Zúñiga, H. G. (2013). Influence of social media use on discussion network heterogeneity and civic engagement: The moderating role of personality traits. *Journal of Communication*, 63, 498–516. <http://dx.doi.org/10.1111/jcom.12034>
- Lee, J. K., Choi, J., Kim, C., & Kim, Y. (2014). Social media, network heterogeneity and opinion polarization. *Journal of Communication*, 64, 702–722. <http://dx.doi.org/10.1111/jcom.12077>
- Lin, K., & Lu, H. (2011). Intention to continue using Facebook fan pages from the perspective of social capital theory. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(10), 565–570.
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2012). *Social media and democracy; Innovations in participatory politics*. London, UK: Routledge.
- Marcuse, H. (1997). *Tek boyutlu insan* (A. Yardımlı, Çev.). İstanbul: İdea Yayınları.
- Markham, T. (2014). Social media, protest cultures and political subjectivities of the Arab Spring. *Media, Culture & Society*, 36(1), 89–104. <http://dx.doi.org/10.1177/0163443713511893>
- Nah, S., & Saxton, G. (2012). Modeling the adoption and use of social media by nonprofit organizations. *New Media & Society*, 15(2), 294–313. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444812452411>
- Niedzwiecki, H. (2011). *Ben özelim; Bireylik nasıl yeni konformizm haline geldi* (S. Erduman, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Öğütte, S., & ve Göker, E. (2014). *Gezi ve sosyoloji*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Özgüven, N., & Mucan, B. (2013). The relationship between personality traits and social media use. *Social Behavior and Personality*, 41(3), 517–528. <http://dx.doi.org/10.2224/sbp.2013.41.3.517>
- Papacharissi, Z. (2002a). The virtual sphere; The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27.
- Papacharissi, Z. (2009b). The virtual geographies of social networks: A comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1&2), 199–220. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444808099577>
- Puddephatt, A., & Oesterlund, P. (2012). *Freedom of expression, media and digital communications* (The European Commission Report). Retrieved from https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/study-freedom-expression-communication-guide-201212_en_1.pdf
- Rettberg, J. W. (2009). Freshly generated for you, and Barack Obama how social media represent your life. *European Journal of Communication*, 24(4), 451–466. <http://dx.doi.org/10.1177/0267323109345715>
- Rheingold, H. (1998). *The virtual community*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Rideout, V. (2012). *Social media, social life: How teens view their digital lives* (Common Sense Media’s Program for the Study of Children and Media). Retrieved from www.commonsense.org/research
- Ross, C., Orr, E. S., Sisc, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behaviour*, 25, 578–586.
- Seo, H., Houston, J. B., Taylor Knight, L. A., Kennedy, E. J., & English, A. B. (2013). Teens’ social media use and collective action. *New Media & Society*, 16(6), 883–902. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444813495162>
- Sert Karaaslan, Y. (2015). *Sosyal medya daha çok erkekleri esir alıyor*. <http://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/572099--internet-daha-cok-erkekleri-esir-aliyor> adresinden 10.08.2015 tarihinde edinilmiştir.
- Snowden casts doubt on NSA investigation into security disclosures. (2014, 13 August). Retrieved 05.08.2015 from <http://www.theguardian.com/world/2014/aug/13/snowden-doubt-nsa-investigation-security-disclosures>
- Tarhan, N., & Nurmedov, S. (2013). *Bağımlılık*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Toprak, A., Binark, M., Yıldırım, A., Aygül, E., Börekçi, S., & Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: “Görülüyorum öyleyse varım”*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tüfekçi, Z., & Wilson, C. (2012). Social media and the decision to participate in political protest: Observations from Tahrir Square. *Journal of Communication*, 62(2), 363–379. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x>
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2015). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 adresinden 05.08.2015 tarihinde edinilmiştir.
- Zúniga, H. G., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals’ social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>