

Araştırma Makalesi • Research Article

INSTAGRAM KULLANIMININ LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN YAŞAM BİÇİMLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

The Impact of Instagram Usage on The Lifestyle of Undergraduate Students

Dr. Öğr. Üyesi Osman Metin

ORCID: 0000-0002-0888-1485/ Afyok Kocatepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

Doktorant Murat Gencer

ORCID: 0000-0001-6417-2272/ Doktora Öğrencisi, Afyok Kocatepe Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 16 Mart 2021

Kabul tarihi: 26 Nisan 2021

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Instagram, Yaşam Biçimi, Öğrenme Süreci.

ÖZ

Sosyal medya, günlük yaşamda birçok alanda karşımıza çıkmaktadır. Özellikle teknolojinin gelişmesi ve akıllı cihazların kullanımı ile birlikte sosyal medya, zaman ve mekân sınırı tanımaksızın hayatımıza dahil olmaktadır. Bu durum bir sosyal medya uygulaması olan Instagram içinde geçerlidir. Instagram kullanımı, gün geçtikçe toplum içerisinde yaygın bir hal almaktadır. Kullanıcılar beğenilmek, takdir edilmek, kendini kanıtlamak, bilgi almak gibi birçok nedenle uygulamaya ilgi göstermektedir. Bu noktada Instagram'ın, kullanıcıların yaşam biçimlerini etkilediği düşünülmektedir. Bu çalışmada öğrencilerin Instagram'ı kullanım amaçları, kullanım süreleri ve bu durumların öğrencilerin yaşam biçimlerine etkileri üzerinde durulmuştur. Çalışmada önce sosyal medya, Instagram ve kuramsal çerçeveye değinildikten sonra araştırma bulgularına yer verilmiştir. Çalışma verileri sosyolojik bağlamda değerlendirilmiştir. Nitel bir araştırma olarak planlanan bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme ve gözlem tekniği kullanılmıştır.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 16 March 2021

Accepted: 26 April 2021

Keywords: Social Media, Instagram, Lifestyle, Learning Process.

ABSTRACT

Social media appears in many areas in daily life. Especially with the development of technology and the use of smart devices, social media is included in our lives regardless of time and space. This is true for Instagram, a social media application. The use of Instagram is becoming widespread in society day by day. Users are interested in the application for many reasons such as being liked, appreciated, proving themselves, and getting information. At this point, Instagram is thought to affect the lifestyles of users. In this study, the effect of Instagram usage on university students' life styles was investigated. Students 'purposes of using Instagram, their duration of use and the effects of these situations on students' lifestyles were emphasized. In the study, social media, Instagram and the theoretical framework were mentioned first, and then the research findings were included. Study data were evaluated in a sociological context. Semi-structured interview and observation technique was used in this study, which was planned as a qualitative research.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: Omuetin@aku.edu.tr.

GİRİŞ

Teknolojik gelişmelerin artması ve küreselleşme ile birlikte internet daha hızlı yayılma imkânı yakalamakta ve yaygınlaşmaktadır. Gün geçtikçe daha çok insana ulaşan internet, teknolojik gelişmeler sayesinde de yapısal değişimler göstermektedir. İnternet kullanımında gerçekleşen artış toplumları bir şekilde etkilemektedir. Özellikle bu etkinin günlük yaşam biçimlerinde kendini gösterdiği görülmektedir. Günlük yaşam içerisinde pek çok noktada hayatı kolaylaştırdığı düşünülen internet teknolojilerinin, belirli noktalarda olumsuz etki de yarattığı düşünülmektedir.

İnternet tabanlı ağ teknolojilerinde Web 2.0 teknolojisinin 2000'li yılların başında kullanıma sunulması, internet kullanımında birtakım değişikliklere yol açmıştır. Web 1.0 versiyonunda sadece üretilen medya içeriklerini tüketen bireyler, Web 2.0 ile birlikte artık içerik üreten konuma geçmiştir. Bu sayede bireyler medya üzerinde daha aktif rol almaya başlamıştır. Web 2.0 sosyal medya kullanımına farklı bir boyut kazandırmıştır. Facebook, Youtube, Instagram, Twitter gibi çeşitli uygulamalar ile bireyler sosyal medyayı şekillendirebilir hale gelmiştir. Bireyler sosyal medyayı şekillendirirken sosyal medya da bireylerin yaşam biçimleri üzerinde etkili olmaya başlamıştır.

Sosyal medyaya ilginin artması sosyal medya uygulamalarının sayısında da artışa neden olmuştur. 2010 yılında kullanıma sunulan Instagram uygulaması bu durumun göstergesidir. Instagram uygulaması ilk yıllarda kullanıcılarına fotoğraf ve video paylaşım imkânı sağlamıştır. Sonraki yıllarda yapılan güncellemeler ile hikâye (story) paylaşma, canlı yayın açma, mesajlaşma gibi farklı özellikler uygulamaya eklenmiştir. Bu durum Instagram'ın çok çeşitli amaçlarla kullanılmasına zemin hazırlamıştır. Bireyler belirli amaçları doğrultusunda vakitlerinin büyük çoğunluğunu bu uygulamaya ayırmaya başlamıştır. Bu durum bireylerin günlük yaşamlarında belirli değişimlerin yaşanmasına sebep olmuştur.

Instagram farklı kitlelerden birçok kullanıcıya sahiptir. Bu kitlelerden biri olarak üniversite öğrencileri karşımıza çıkmaktadır. Uygulama üniversite öğrencileri arasında yaygın bir kullanım alanı bulmaktadır. Üniversite öğrencilerinin; beğenilmek, stalk yapmak (gizlice takip etmek), çağa ayak uydurmak, popüler olmak, gündemi takip etmek, farklı kişilerle iletişime geçmek gibi çeşitli amaçlarla uygulamayı kullandığı düşünülmektedir. Bu araştırma, üniversite öğrencileri içerisinde lisans öğrenimi görenleri araştırma evrenine yerleştirmektedir. Bu noktada lisans öğrencilerinin uygulamayı kullanım sürelerinin ve uygulama paylaşımlarını şekillendirmek için ortaya koydukları davranışların, öğrencilerin günlük yaşamlarını ve öğrenim süreçlerini etkilediği düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle belirtilen hususla ilgili araştırma yapma ihtiyacı hissedilmektedir. Araştırmada lisans öğrencilerinin Instagram'ı hangi amaçlar doğrultusunda, ne kadar süre ve nasıl kullandığı konusu üzerinde durulacaktır. Bu durumun, lisans öğrencilerinin yaşam biçimi ve öğrenim süreci üzerine etkisi değerlendirilecektir. Araştırmanın, var olanın ortaya konulmasında ve anlaşılmasında etkili olacağı düşünülmektedir.

1. Araştırma Özellikleri

1.1. Araştırmanın Amacı

Dünya üzerinde ve Türkiye'de Instagram kullanımında artış olduğu gerçeği yapılan farklı çalışmalar neticesinde doğrulanmaktadır. Instagram kullanıcıları; bilgi almak, arkadaşlarıyla iletişim kurmak, yeni insanlarla tanışmak, beğenilmek, alışveriş yapmak gibi birtakım nedenlerle bu uygulamayı kullanmaktadır. Bu araştırmada, Instagram'ı aktif olarak kullanan lisans öğrencilerinin bu uygulamayı kullanım sebepleri, kullanım sıklığı ve Instagram kullanımının üniversite öğrencilerinin yaşam biçimlerine etkisinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Ayrıca yapılan araştırma literatüre katkı sağlama amacı taşımaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

- Lisans öğrencilerinin Instagram'ı kullanma nedenleri nelerdir?
- Lisans öğrencilerinin Instagram kullanmalarının yaşam biçimlerine etkisi ne şekildedir?
- Instagram kullanımının lisans öğrencilerinin öğrenim sürecine etkisi bulunmakta mıdır?

- Lisans öğrencileri Instagram’da paylaşım yaparken kendilerine koydukları kurallar veya hedefler var mıdır?

1.2. Araştırmanın Önemi

Teknolojide meydana gelen gelişmeler ile birlikte kitle iletişim araçlarının kullanımında birtakım değişimler gözlemlenmiştir. Bu değişimler sosyal medya kullanım yöntemlerine ve amaçlarına yansımıştır. Sosyal medya kullanıcıları 2000’li yılların başında ortaya çıkan Web 2.0 ile medya içeriğine katkıda bulunarak pasif halden aktif hale dönüşmüştür. Kullanıcıların tüketen konumdan aynı zamanda üreten konuma geçmesi durumu gerçekleşmiştir. Medya kullanımı konusunda bu uygulama kökten değişikliğe sebep olduğu için önemli görülmüştür (Dijk, 2016:319).

Araştırmada Instagram’da aktif olan lisans öğrencilerinin kendi kimliklerini Instagram’a nasıl yansıttıkları, paylaşılan içeriklerden nasıl etkilendikleri, Instagram’ı hangi amaçla kullandıkları önemlidir. Literatürde Halkla İlişkiler, Psikoloji, İletişim Bilimleri, İşletme gibi alanlarda Instagram üzerine çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Sosyoloji alanında ise Instagram uygulaması; anneliğin sunumu, tüketim pratikleri, benliğin ifade edilmesi konularıyla ilişkisi bağlamında ele alınmaktadır. Buna bağlı olarak Instagram ile öğrencilerin yaşam biçimlerinin ilişkisi üzerine yapılan sosyolojik perspektifli çalışmalara daha fazla ihtiyaç vardır. Çalışma Instagram ile öğrenim süreci arasındaki ilişkiyi sosyolojik olarak ele alan ilk çalışmalardan biri olması nedeniyle bu anlamda önemli görülmektedir. Bu araştırma üniversite öğrencilerinin Instagram’ı hangi amaçlarla kullandıklarını ve Instagram kullanımının üniversite öğrencilerinin yaşam biçimlerine nasıl etki ettiğini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

1.3. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırmalar, toplumsal eylemlerin anlaşılıp yorumlandıktan sonra soyut olarak açıklanabileceğini savunan yorumlayıcı yaklaşıma dayanmaktadır. Nitel araştırmalarda toplumsal olgular, içinde bulunulan toplumsal bağlam içerisinde değerlendirilmektedir. Başka bir ifadeyle bu araştırmalar, toplumsal olguları gerçekleştikleri toplumsal ve kültürel bağlam içerisinde anlamaya çalışan araştırmalardır (Gönç Şavran, 2015: 22). Nitel araştırmalarda ağırlıklı olarak ucu açık sorular ile yapılan görüşmelerde olup biten anlaşılmaya çalışılır.

Araştırmada önceden belirlenen konu ve alanlara sadık kalınarak görüşmeler yapılmıştır. Önceden hazırlanan soruların yanı sıra gerekli görülen durumlarda görüşmeye katılan bireylere konuyla ilgili ek sorular sorulmuştur. Bu doğrultuda araştırmada nitel araştırma yöntemi içerisinde yer alan ‘yarı yapılandırılmış görüşme’ tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalar başka insanların gözlem ve düşüncelerinin yanı sıra doğrudan gözlem yapmakta kullanılan teknikler arasındadır. Bu düşünceden hareketle araştırmada gözlem tekniğinden de yararlanılmıştır.

Bilimsel araştırmalarda araştırma evreni, araştırma probleminin cevaplanmasıyla ilgili olarak bütün insanların oluşturduğu grup veya araştırmacının belirttiği koşullara uyan grubun tamamı olarak tanımlanabilmektedir (Gönç Şavran, 2012: 145). Bu araştırmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi’nde lisans öğrenimi gören öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrenciler ile yapılacak görüşmelerde amaçsal örneklem seçim tekniği ile örneklem belirleme yoluna gidilmiştir. Görüşmelerde toplanan verilerin belli şekillerde tekrar etmeye başlaması ile örneklemde doygunluğa ulaşıldığına karar verilerek görüşmeler sonlandırılmıştır. Bu doğrultuda yedi kadın ve yedi erkek olmak üzere toplam on dört katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler öncesinde tüm katılımcılara ses kayıt cihazı ile kayıt yapılacağı bildirilerek izinleri ve çalışmaya gönüllü olarak katıldıklarına dair onayları alınmıştır. Ayrıca katılımcıların sözlerinin doğrudan aktarılmasına dikkat edilmiştir.

2. Sosyal Medya Kuramları

Toplum içerisinde yaşayan bireyler sosyal medyadan etkilenirken aynı zamanda üretici kimlikleriyle sosyal medyayı etkilemektedir. Özellikle 21. yy. başlarında Web 2.0 versiyonunun yürürlüğe girmesi ile bireyler medya üzerinde aktif bir rol almaktadır. Web 2.0, bireylere sosyal medyada içerik üretme imkânı tanımaktadır. Youtube, Instagram, Facebook, Twitter ve bloglar ile bireyler kendi yazılarını, fotoğraflarını, videolarını veya düşüncelerini sosyal medyaya aktarabilmektedir. Bireyler; beğenilmek, sevmek, ilgi çekmek veya dışlanmamak gibi farklı amaçlarla içeriklerini üretebilmektedir. Sosyal medya, bireylerin öz denetim yaparak üretimde bulunmasına imkân verebilmektedir. Bu noktada sosyal medyanın günlük yaşam içerisinde de bireyler üzerinde birtakım etkilerinin olduğu düşünülmektedir.

Marshall McLuhan, medyanın insanlar üzerinde etkili olduğunu savunan ilk düşünürlerden biridir. McLuhan'ın araç teorisine göre gelişmiş modern toplumlar çeşitli medya teknolojileri tarafından şekillendirilmektedir. Bu açıdan medya toplumlar üzerinde oldukça güçlü bir etkiye sahiptir. McLuhan, ortada yer alan bilginin herkese açık halde bulunacağını böylece herkesin "hiç kimse" olacağını belirtmektedir. McLuhan'da bireylerin, medya unsurlarının etkisine kapılacağı düşüncesi hakimdir. Bu noktada herkesin "robotu sahne oyununa" dahil olacağı düşünülmektedir (McLuhan ve Powers, 2001: 209). McLuhan, iletiden ziyade aracın asıl önemi taşıdığını belirtmektedir. "Araç, mesajdır." (Medium is the message) ifadesiyle kullanılan aracın, iletilen mesajdan daha fazla biçimde insanları etkilediğini ifade etmektedir (Maigret, 2011:130). Araç sadece iletinin taşıyıcısı olmaktan ziyade insanların düşünce yapılarını değiştiren önemli bir etken olarak görülmektedir. Herhangi bir araç içerisindeki en önemli ileti, bu aracın bireylerin yaşamları üzerinde ne derece etkili olduğudur (Laughey, 2010:25-26).

Medya ve medyanın küreselleşmesine ilişkin süregelen düşüncelerin çoğu Marshall McLuhan'ın "Küresel Köy" tezine dayanmaktadır. Önemli olan aracın kendisidir, araç aracılığıyla sunulan mesajın önemli olması gerekmez. Bu noktada medyanın küresel düzlemde iktidarını oluşturması söz konusudur (Ritzer, 2012: 305). McLuhan, elektronik çağdaki bilgisayarın hayatın her alanında belirleyici olduğunu düşünmektedir. Kişiler arasındaki ilişkiler sonucu kurulan sosyal ağlar, bilgisayar ile birlikte ağ teknolojileri üzerinden kurulmaktadır. Yeni iletişim kanalları ile kurulan ilişkiler ve sosyal ağların bu duruma dahil olması ağ toplumu kavramını ortaya çıkarmaktadır (Metin, 2014: 37).

Ağ toplumu, medya teorileri içerisinde Manuel Castells'in ortaya koyduğu bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Castells, sanayi devrimi sonrası yaşanan toplumsal değişimleri ifade etmek adına en uygun kavramın "Ağ Toplumu" olduğunu ifade etmektedir. Castells ağ toplumu kavramıyla; gelişen iletişim teknolojilerine bağlı olarak, küresel düzeyde ortaya konulan birtakım ağlar çerçevesinde dünyanın yeniden şekillenmesini anlatmaktadır. Kurama göre toplumun tüm alanlarında yer alan temel yapılar içerisindeki süreçlerin gelişmesinde hiyerarşiden ağlara doğru kayma durumu söz konusudur. (Castells, 2005: 25-26) Sosyal medya aracılığıyla bireyler sosyal ağlar oluşturmaktadır. İnternetin gelişmesiyle birlikte bu sosyal ağlar dünyayı çevrelemektedir. Bu durum bireyler arasındaki iletişimi farklı bir boyuta taşımaktadır.

Jean Baudrillard ise sanal gerçeklik içerisinde yer alan karşılıklı etkileşimin insanları her yönden tehdit ettiğini savunmaktadır. Cinsiyetler arasında, sahneyle salon arasında, özneye nesne arasında veya gerçeklikle gerçekliğin sureti arasında mesafelerin kalmadığını belirtmektedir. Bu kavram kargaşası olası değer yargılarını yok etmektedir. Her şey üzerinde karar verilemez bir hale dönüşmektedir. Hayat ve hayatın sureti, sanal gerçeklik ile birbirine karışmaya devam etmektedir. İnsanlar hiçbir engelle karşılaşmadan sanal görüntünün (ekranın) içine girmektedir. Sanal görüntü zihinsel uzamı ve keşif uzamını simüle etmektedir (Baudrillard, 2000: 129-130).

Medyanın toplumları etkilemesine yönelik değerlendirilebilecek bir başka kavramsallaştırma medya emperyalizmidir. Bu kavrama göre Batı (özellikle ABD) medyasının ve teknolojilerinin emperyalist nitelikte olduğu fikri hakimdir. Buna göre Batının emperyalist medyası az gelişmiş ülkelerin kültürlerini medya yoluyla etkilemektedir. Televizyon programları, Hollywood filmleri, kitaplar, medya

şirketleri; az gelişmiş ülkelere dayatılan emperyalist unsurlar olarak görülmektedir. Bu durum az gelişmiş ülkelerin yalnızca medyalarını değil aynı zamanda kültürlerini de etkilemektedir. Aynı zamanda internet ve sosyal medyanın gelişimi bu emperyalist medya ürünlerin yayılmasını kolaylaştırmıştır (Ritzer, 2011: 302).

Sosyal medyanın bireyler üzerinde oldukça etkili olduğu inkâr edilemez bir gerçek olarak görülmektedir. Günlük yaşamda bireyler çeşitli medya unsurlarının etkisi ile düşünce ve davranış kalıbı oluşturabilmektedir. Benzer şekilde sosyal medya bireylerin yaşamlarını belirli noktalarda etkileyebilmektedir. Bu araştırmada İstagram'ın lisans öğrencilerinin yaşam biçimleri üzerinde ne derece etkili olduğu incelenmektedir. Bu nedenle McLuhan'ın medyanın insanlar üzerindeki etkisini incelediği araç teorisi üzerinden hareket edilmektedir.

3. İstagram'ın Gelişim Süreci

İnternet, ortaya çıkışından bu yana hayatın birçok alanını etkileyen dijital teknolojilerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet ilk yıllarında askeri amaçlı geliştirilmiş, savunma ve haberleşme hususlarında kullanılmıştır. Özellikle Soğuk Savaş döneminde güvenli ve kesintisiz iletişim sağlanması için internet önem teşkil etmiştir. Ancak çeşitli teknolojik gelişmeler ve ihtiyaçların farklılaşması internet üzerinde de değişimlere yol açmıştır. İnternet hem yapısal anlamda değişimler geçirmiş hem de küresel boyutta yayılma imkânı yakalamıştır.

Timothy John Berners-Lee tarafından icat edilen "World Wide Web" (www) ile internet ağı resmen başlamıştır. Bu süreçte internetin web 1.0 versiyonunda, kullanıcıların aktif katılımının olmadığı, sadece tükettiği bir mecra olarak kullanılmıştır. Web 2.0 ile birlikte ise artık kullanıcılar kendi düşünce ve tasarımlarını internet ortamına aktarma fırsatı bulmuştur. Farklı bir ifadeyle kullanıcılar internet içeriklerini üreten konuma geçmiştir. Ritzer (2011:307) Web 2.0 ile internet içeriklerini hem üreten hem de tüketen bireyler için üretici – tüketiciler anlamına gelen prosumers ifadesini kullanmıştır. Web 2.0 versiyonunun gelişimi sosyal medyanın ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır. Sosyal medya; tek yönlü bilgi paylaşımının bırakılıp çift yönlü ve eş zamanlı olarak bilgi paylaşımını sağlayan medya sistemi olarak ifade edilmiştir. Zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın paylaşım ve etkileşim fırsatı sağlayan bir iletişim şekli olarak görülmüştür (Tuncer, 2014: 9-12).

Sosyal medya uygulamaları içerisinde önemli bir yeri olan İstagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur. İstagram kullanıcıları bu platform üzerinde çeşitli fotoğraf ve videolarını ücretsiz olarak paylaşma olanağına sahiptir. Uygulama akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar üzerinden kullanılabilir. 2010 yılında Iphone ve Ipad için sürüm oluşturulmuş, 2012 yılında ise Android versiyonu kullanıma açılmıştır (Sevinç, 2012:129). 21 Nisan 2012 tarihinde ise Facebook şirketi, İstagram uygulamasını yaklaşık bir milyar dolar karşılığında satın almıştır. İlk ortaya çıktığında fotoğraf paylaşımı sağlayan uygulamaya video paylaşma güncellemesi getirilmesi ile İstagram'ın, Twitter ve Vine gibi uygulamalar ile rekabeti artmıştır. Ayrıca paylaşılan fotoğraf veya videoların istek üzerine Facebook gibi uygulamalara aktarılabilmesi kullanıcıların ilgisini çekmiştir. İstagram üzerinde paylaşılan herhangi bir gönderi, paylaşan kişinin seçimi doğrultusunda eş zamanlı olarak farklı uygulamalarda da paylaşılabilir. İstagram'ın diğer uygulamalarla entegrasyonu markaların, şirketlerin veya çeşitli reklam sağlayıcıların bu uygulamaya yoğunlaşmasını sağlamıştır (Tuncer, 2014: 110-111).

İstagram ortaya çıkışından günümüze kadar birçok güncelleme getirerek farklı nitelikler kazanmaktadır. Belirtilen nitelikler güncel olarak sunulması adına uygulamanın incelenmesi yoluyla belirlenip sunulmaktadır. 2021 yılı itibarıyla; İstagram'da paylaşılacak fotoğraflar veya videolar için çeşitli düzenlemeler yer almaktadır. Fotoğraf paylaşımı sırasında görüntü boyutunu ayarlama veya görüntüyü kare şeklinde sınırlandırma imkânı bulunmaktadır. Bu sayede fotoğraflar istenilen görüntü boyutuna getirebilmektedir. Bunun yanı sıra birkaç fotoğrafı birleştirmek (kolaj), fotoğrafa filtre eklemek bu düzenlemeler arasındadır. Fotoğraf veya video yüklenirken "düzenle" kısmında 'parlaklık', 'kontrast', 'sıcaklık', 'doygunluk', 'renk', 'vinyet' gibi seçenekler fotoğrafın şekillendirilmesine imkân

sağlamaktadır. Kullanıcılar bu seçenekler sayesinde fotoğrafın görünümünü değiştirebilmektedir. Ayrıca tek bir gönderi altında on fotoğrafa kadar paylaşım yapılabilmektedir. Paylaşımında bulunurken galeride yer alan fotoğraflar veya videolar seçilebilirken, uygulamada yer alan özellik üzerinden anlık olarak fotoğraf veya video çekilip uygulamaya yüklenebilmektedir. Fotoğraf veya videolarda yer alan kişiler gönderilere etiketlenebilmektedir. Gönderilerin nerede çekildiği veya nereye ait olduğu konum kısmına eklenebilmektedir. Paylaşılan gönderiler istek doğrultusunda Facebook, Twitter ve Tumblr uygulamalarına eş zamanla olarak aktarılabilir.

İstagram'da paylaşım yapmanın farklı bir yolu ise hikayelerdir. Hikayeler (stories) bireyin paylaştığı gönderinin sadece yirmi dört saat ana sayfada ve kullanıcı profilinde görülmesini sağlamaktadır. Yirmi dört saat sonunda bu hikâye otomatik olarak silinmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birinin, kullanıcıların daima aktif tutulması amaçlı olduğu düşünülmektedir. Kullanıcı hikayesinin profilinde belirli bir süre daha kalmasını istediği takdirde hikâyeyi ayarlar kısmından "Öne Çıkanlar" bölümüne ekleyerek profilinde kalıcı hale getirebilmektedir. Öne çıkardığı hikâyeyi dilediği zaman silebilmektedir. Hikayeler bireylerin anlık durumları paylaştıkları gönderi yöntemi olarak bilinmektedir. Bireyler hikâye paylaşımları üzerine yazı yazabilmekte; saat, konum, emoji, filtre gibi eklentiler yapabilmektedir. Ayrıca bu hikayelerde soru sorma, anket oluşturma veya test yapma gibi seçenekler de bulunmaktadır. Hikâyeyi gören bireyler mevcut sorulara yazıyla cevap verebilirken, anket ve testlerde uygun gördüğü şıkka tıklayarak cevabı gönderi sahibine iletebilmektedir. Hikâye paylaşan kullanıcılar hikayelerini belirli kişilerden gizleyebilme veya sadece belirledikleri kişilerle paylaşma imkânı bulabilmektedir.

İstagram ilk zamanlarda zaman kısıtlı videolar paylaşma imkânı sunarken bazı güncellemeler ile "Reels" adı altında kullanıcılarına uzun ve nitelikli videolar paylaşma, istedikleri zaman canlı yayın yapma imkânı sunmaktadır. Kullanıcılar ara/keşfet kısmında ise IGTV ile çeşitli programları izleyebilmektedir. Ayrıca kullanıcılar; mimari, dekorasyon, yemek, sanat, güzellik, müzik, spor, çizgi roman gibi butonlara tıklayarak ilgi duydukları içeriklere erişebilmektedir. İstagram sunmuş olduğu bu olanaklar ile birçok kullanıcının ilgisini çekmektedir.

İstagram'ın gelişim sürecini bazı temel özellikleri ile birlikte yukarıdaki gibi ele alınmasının temel nedeni, çalışma kapsamında İstagram kullanıcılarının bu sosyal medya uygulamasını aslında hangi özellikleri ile yoğun kullandıklarını kısaca anlatmaktır.

4. İstagram Kullanımı

Sosyal medya platformlarının kullanımı gün geçtikçe artış göstermektedir. Küreselleşme ile yayılan bilgisayar teknolojileri dünya genelinde yayılımını hızlı bir şekilde sürdürmeye devam etmektedir. Web 2.0 ile kullanıcıların internet ortamında aktif üreticiler konumuna taşınması çeşitli gelişmeleri beraberinde getirmektedir. Kullanıcılar internet ortamında, sosyal medya araçlarıyla birlikte kendilerini ifade etme ve sosyal kimlikler oluşturma olanağı yakalamaktadır. Ayrıca Web 2.0'ın getirmiş olduğu birçok imkân kullanıcıların ilgisini çekmektedir. İstatistik veriler internet ve sosyal medyanın kullanımının giderek arttığını ortaya koymaktadır.

We Are Social ve Hootsuite'in birlikte yayımladığı 2020 raporunda en güncel internet ve sosyal medya kullanım istatistiklerine yer verilmektedir (Digital 2020 – Global Digital Overview). Raporda 2020 yılında dünya üzerindeki internet kullanımı ve sosyal medya istatistikleri üzerinde durulmaktadır. Rapora göre dünya üzerinde 4,54 milyar internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bu rakam dünya nüfusunun %59'una karşılık gelmektedir. Sosyal medya kullanıcısı sayısı ise 3,80 milyar ile dünya nüfusunun %49'unu oluşturmaktadır. Mobil kullanıcıların sayısı ise 5,19 milyar ile dünya nüfusunun %67'si konumundadır (wearesocial.com, 2020). En popüler sosyal medya uygulamalarından bazıları Facebook, İstagram, Youtube, Twitter, Whatsapp olarak karşımıza çıkmaktadır.

Reklam kitlesi verilerine göre dünya üzerinde İstagram kullanıcı sayısı 928 milyon olarak belirlenmekte ancak kayıtlı hesap sayısının 1 milyar civarında olduğu düşünülmektedir. Reklam kitlesinin %65'ini 18-34 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Türkiye'de ise 62 milyon internet

kullanıcısı bulunmaktadır ve bu sayı ülke nüfusunun %74'üne denk gelmektedir. Aktif olarak sosyal medya kullanan kullanıcı sayısı ise 54 milyon olarak belirlenip nüfusun %64'ünü karşılamaktadır. Türkiye, 38 milyon Instagram kullanıcısı ile Instagram'ı en çok kullanan ülkeler arasında 6. sıradadır. Sosyal medya kullanıcılarına oranla Instagram'ın en yoğun kullanıldığı ülkeler sıralamasında ise %58'lik oranla Türkiye ile İsviçre 1. sırayı paylaşmaktadır. Cinsiyet bazlı bakıldığında, %57,9'unu erkekler, %42,1'ini kadınlar oluşturmaktadır (wearesocial.com, 2020).

Dünya genelinde internet kullanımı nüfusun %59'una karşılık gelirken, Türkiye'de bu oran nüfusun %74'ine tekabül etmektedir. Sosyal medya kullanımı ise dünya nüfusunun %49'unu kapsarken, Türkiye'de nüfusun %64'ünü kapsamaktadır. Bu veriler internet ve sosyal medya kullanımının dünya geneline göre Türkiye'de daha yaygın olduğunu göstermektedir. Ayrıca sosyal medya kullanıcıları arasında, Instagram kullanımında %58 ile dünya birincisi olması uygulamanın ülkede ne kadar popüler olduğunu göstermektedir.

Instagram, lisans öğrencileri arasında yaygın bir kullanım alanına sahiptir. Yapılan görüşmeler ve gözlemler bu durumu destekler niteliktedir. Görüşülen on dört lisans öğrencisi arasında altı kadın, beş erkek olmak üzere on bir kullanıcı Instagram'ı bir gün içerisinde dört saat ve üzerinde kullandığını ifade etmektedir. Bu katılımcılardan dört kadın, iki erkek toplam altı kullanıcı ise Instagram'da gün içerisinde sekiz saat ve üzerinde vakit geçirdiğini belirtmektedir. Katılımcılardan iki kadın kullanıcı kullanımlarının gün içerisinde on iki saate kadar çıkabildiğini belirtmektedir.

"...Hiç saymadım ama yüksek ihtimalle günün tamamında Instagram açıktır. Sanırım bir beş on dakikalığına yemek yerken falan kapatmışımdır. Sabah uyanıyorum. Elime telefonu alıyorum. Gece yatana kadar telefon elimde oluyor. Yaklaşık 12 saat Instagram'da oluyorum. Az bir zaman değil" (Kadın, Samsun, 21).

Görüşülen kullanıcılardan bazıları sabah uyandıktan itibaren uygulamayı açıp bildirimleri, gönderileri veya mesajları kontrol ettiklerini belirtmektedir. Bu süreç gün içerisinde belirli aralıklarla ve gece uykusuna kadar devam edebilmektedir. McLuhan'ın araç teorisinde ortaya koyduğu medyanın kullanıcılar üzerindeki etkisi bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya araçları çeşitli fonksiyonları ile kullanıcılara çekici bir dünya sunmaktadır. Bu dünyada bireyler kendi sanal kimliklerini oluştururken, uygulamanın sunmuş olduğu cazip fırsatlardan faydalanma arzusuna kapılmaktadır. Popüler olma imkânı, stalk yapabilme, gündemi takip edebilme, video izleyebilme, çekilişlere katılabilme veya hobilerini aktarabilme gibi fırsatlar kullanıcıyı uygulamaya bağlayan etmenlerden bazıları olarak görülmektedir. Etmenlerin çeşitliliği ve her türlü kullanıcıya hitap edebilme kapasitesi bakımından Instagram kullanıcılar için cazip bir sosyal medya platformu haline gelmektedir. Uygulama sunduğu olanaklar neticesinde, kullanıcıların gün içerisinde vakitlerinin bir kısmını uygulamaya ayırmalarını sağlamaktadır. Bu durum medyanın günlük yaşam içerisinde kullanıcıların zaman kullanımını önemli derecede etkilediğini ortaya koymaktadır.

"...En az 3-4 saat geçiriyordum. Fazlası da oluyor, 6-7 saat. Eğer hep evdeysem ve canım sıkılıyorsa hep Instagram'dayım. Sabah kalkınca telefonumu genel olarak ele alıyorum, bildirim varsa giriyorum. Bildirim yoksa kahvaltımı yaptıktan sonra giriyorum. Bakıyorum gündemde bir şey var mı? Yok mu? Sonra fotoğrafları beğeniyorum. Fotoğraf atacaksam da akşam saatleri insanların en çok yoğun olduğu saatlerde atmaya çalışıyorum. İnsanlar daha çok görüyor" (Kadın, Manisa, 20).

Bazı kullanıcılar ise diğer kullanıcılara kıyasla uygulamayı daha az sürede kullandığını belirtmektedir. Gün içerisinde yemek, eğitim, sosyal çevre gibi unsurlara vakit ayıran bireyler sadece yalnız kaldıkları zamanlarda Instagram'a girdiklerini ifade etmektedir.

"...okulda ve arkadaşlarımla geçirdiğim vakitler dışında genellikle tek başımayken veya odama çekildiğimde yaklaşık bir saati de buluyor iki saati de bulduğu oluyor. Diğer gençlere kıyasla daha az kullandığımı düşünüyorum" (Erkek, Adana, 20).

Görüşmelerde katılımcılara gelecekte çocuklarının Instagram'ı onların (öğrencilerin) kullandığı şekilde kullanmasına karşı tepkilerinin nasıl olacağı sorulmuştur. On dört katılımcıdan altı erkek, beş

kadın olmak üzere on bir katılımcı çocuklarının uygulamayı kendilerinin kullandığı şekilde kullanmasına olumsuz tepki vereceğini belirtmiştir. İki kadın, biri erkek olmak üzere üç katılımcı ise herhangi bir tepki vermeyeceğini ifade etmiştir. Ancak çocuklarının yine de daha yararlı işlere yoğunlaşmasını gerekli görmüşlerdir.

"Aşırı derecede kızardım, sert tepkiler verirdim. Şu an ben yapıyorum ama kesinlikle onun yapmasını istemezdim" (Erkek, İzmir, 22).

"Zararlı olduğunu biliyorum, bu yüzden tepkim sert olurdu" (Kadın, Ankara, 20)

"...yani kullanmasını istemezdim, hatta kullandırmazdım da. Çünkü ben vaktimi burada boş yere harcıyorum. Çocuğumun daha yararlı aktivitelere yönelmesini isterim" (Erkek, İstanbul, 19)

"Tepkim baya ağır olurdu, çünkü onun eğitim sürecini kötü yönde etkiler. Hayata bakış açısını, sosyal çevresini, gelecekteki planlarını (kötü etkiler). Bunları ben yaşadım, çocuğumun yaşamasını istemiyorum, yaşattırmasını da istemiyorum" (Erkek, Van, 18).

Katılımcıların büyük çoğunluğu uygulamayı çeşitli amaçlarla gün içerisinde çok fazla sürede kullandıklarını ifade etmektedir. Ancak olası bir durumda çocuklarının uygulamayı benzer amaçlarla ve aynı sürede kullanımına olumsuz tepki göstereceğini belirtmektedir. Bu söylemler katılımcıların uygulamayı kullanım amaç ve sürelerinin makul olmadığını ortaya koymaktadır.

5. İstagram Kullanım Amaçları

Kuruluş ilkesi olarak İstagram, bireylerin fotoğraf veya video paylaşımlarına imkân tanıyan sosyal medya platformudur. Bireyler paylaştıkları fotoğraf ve videolar ile uygulama içerisinde kendi sanal kimliklerini oluşturmaktadır. Uygulamada yer alan profiller; bireylerin kimliklerini oluşturdukları, benliklerini veya olmasını istedikleri benliklerini sundukları öz sayfalar olarak kullanılmaktadır. Bireyler bu öz sayfalar üzerinden kendilerini diğer kullanıcılara yansıtmaktadır. Ortaya konulan bu yansıtma sürecinde belirli amaçlar doğrultusunda profil oluşturma ve paylaşım yapma durumu ortaya çıkmaktadır. Temel ilke olarak bahsedilen fotoğraf ve video paylaşımları farklı amaçlar doğrultusunda yeni boyutlar kazanmaktadır.

İstagram'ın bireyler üzerindeki en büyük büyüsü belki de bireylerin sanal kimlikler oluşturabildikleri bir uygulamaya dönüşmüş olmasından kaynaklanmaktadır. Bireyler farklı kimliklere bürünebildikleri, özgür bir ortam bulabildikleri için kimlik bu noktada inşa edilebilen bir yapıya bürünmüştür. Web 2.0 teknolojilerinin eklenmesi ile sosyal paylaşım ağlarının yükselişi ile kimlik olgusu ve sosyalleşme süreçleri değişim göstermiştir. Çeşitli sosyal medya uygulamaları ile bireysel fotoğrafların yüklenmesi, eğitim, iş, siyasi görüş veya dini inanca ilişkin bilgilerin sunulabilmesi durumu sanal gerçeklikte yer alan kimlik inşasına yeni bir boyut kazandırmıştır (Sütlüoğlu, 2015: 125).

Kullanıcılar uygulama sayesinde kendi sanal kimliklerini ve sanal ortamlarını oluşturabilmektedir. Gerçek kimliklerinden bağımsız olarak istedikleri sanal kimliklerini medyaya yansıtabilmektedir. Bu kısmi ya da tam anonimlik durumu bireyin davranış yelpazesini genişletebilmektedir. Bireyler günlük yaşamda uygulamayacağı bir eylemi sanal kimliğin veya anonimliğin arkasına sığınarak uygulama imkanına sahip olabilmektedir. Sanal ortam; gerçek olmayan, teknoloji aracılığıyla kurulan elektronik ortam olarak bilinmektedir (Dedeoğlu, 2016: 64). Ortak düşünce, amaç veya değerleri paylaşan bireyler kendi sanal ortamlarını oluşturabilmektedir. Bireyler sanal ortam içerisinde gerçek hayattaki kadar olmasa da sosyalleşme imkânı bulunabilmektedir. İstagram üzerindeki çeşitli sayfalar veya profiller sayesinde bireyler sanal ortamlara dahil olabilmektedir.

İstagram kullanım amaçlarından biri de bireylerin sosyal medyayı kendilerine psikolojik tatmin sağlayan bir ortam olarak görmelerinden kaynaklanmaktadır. Erving Goffman (2012), "Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu" adlı eserinde toplumsal yaşamı bir tiyatro sahnesine benzetmektedir.

Goffman'a göre bireyler sahne önünde ve sahne arkasında roller sergileyen aktörlerdir. Goffman'ın dramaturjik yaklaşımında toplumsal yaşam içerisindeki bireyler tiyatro sahnesi

benzetmesiyle anlatılmaktadır. Toplumsal yaşam içerisinde yer alan bireyler, diğer bireyler üzerinde iyi izlenim oluşturmak için çeşitli maskeler takmaktadır. Bireylerin maskelerini takarak performanslarını sergiledikleri yere sahne önü denmektedir. Maskelerin çıkarıldığı, seyirciye kapalı olan ve bireyin kendiyile baş başa kaldığı yere ise arka bölge veya sahne arkası ismi verilmektedir (Goffman, 2012: 126). Sosyal medya kullanan bireyler, diğer bireyler üzerinde farklı izlenimler oluşturmak amacıyla özel maskeler takabilmektedir. Yaş, cinsiyet, boy, yüz özellikleri ile sanal kişisel vitrinlerini oluşturmaktadır. Gerçek yaşamda aile, okul, iş gibi ilişkilerinde başarıyı yakalayamayan veya tatmin olamayan bireyler sosyal medya ile bu durumu dengelemektedir. Birey sosyal medya üzerinden kendisine sanal bir kimlik oluşturmaktadır. İnşa edilen bu sanal kimlik ile kamusal alana çıkılmakta ve bu kimlik doğrultusunda davranılmaktadır (Babacan, 2015: 80). Bu sayede psikolojik olarak tatmin olma durumu gerçekleşmektedir.

Yapılan görüşmeler ve gözlemler doğrultusunda daha önce de belirtildiği gibi bireylerin Instagram'ı çeşitli amaçlarla kullandıkları sonucuna ulaşılmaktadır. İlk dönemlerde fotoğraf veya videoların beğenilmesi, takipçi kazanılması önemli olarak görülürken sonraki süreçte bu hedeflere ek olarak farklı amaçların da ortaya çıktığı görülmektedir. Çağa ayak uydurmak, gündemi takip etmek, diğer kullanıcıları stalklamak, popüler olmak, beğenilmek, takip edilmek, şiiir okumak, modayı takip etmek, çekilişlere katılmak, arkadaşlarından haberdar olmak veya karşı cinsle iletişime geçmek gibi birtakım amaçlar ön plana çıkmaktadır. Bu durum uygulamanın kullanım amaçlarının zaman içerisinde değişime uğradığını göstermektedir.

Stalk, bireylerin profillerini gerçek ya da sahte hesaplarla takip veya kontrol etmek anlamına gelmektedir (Gündüz vd., 2018: 1869). Stalk kelime olarak "sinsice izlemek", "gizlice gözlemek" anlamlarına gelmektedir. Sosyal medyada bireylerin diğer kullanıcıların hareketlerini gizlice takip etmelerini ifade etmek için stalk veya stalklamak kavramı kullanılmaktadır. Stalk, Instagram kullanıcıları arasında yaygın olarak bilinen ve uygulanan bir eylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Genellikle arkadaşlar, sevgililer veya hemcinsler birbirleri hakkında bilgi veya fikir edinmek amacıyla kullanılmaktadır.

"...İstagram'da hoşuma giden sayfaları takip ediyorum. Daha çok stalk amaçlı. Eskiden görüşüp şimdi görüşmediğim arkadaşlarımı takip için kullanıyorum. Kız veya erkek farketmiyor. Eski sevgilimi veya herhangi birini..." (Kadın, Konya, 21).

Görüşmede belirtildiği üzere stalk yapılacak olan kişi duruma göre değişim göstermektedir. Kullanıcılar sosyal çevresinde yer alan bireyleri stalklayarak hem onların bulunduğu durum hakkında bilgi edinmek hem de mevcut durum bilgisinden geri kalmama anlayışı gütmektedir. Arkadaşlarının toplantıları, sevgilisinin eylemleri veya eski sevgilisinin yaşadığı hayat hakkında bilgi sahibi olmak bireyler açısından önemli görülmektedir. Bu noktada sahip olunan bilgi, kontrol ve güven anlamına gelmektedir. Sosyal çevrenin eylemleri gözlem yoluyla kontrol edilirken aynı zamanda birey güven duygusunu tatmin etmektedir.

"...Kendi fotoğrafını koyup beğeni almak önemli, ondan sonra stalk en başta geliyor. Yani, bende mesela fake hesap yok. Fakat yakın arkadaşlarımın hepsinde neredeyse var. Ve bunu da yine stalklamak için kullanıyorlar" (Kadın, Manisa, 20).

Kullanıcılar birtakım amaçlarla kendilerine sahte (fake) profiller oluşturmaktadır. Sahte profiller sayesinde gerçek profil ve kimlikler gizlenerek eylemde bulunulabilmektedir. Sahte hesapların kullanımında yaygın amaç olarak stalk göze çarpmaktadır. Gerçek kimliğin gizlenmesi ile kullanıcılar, stalkladıkları bireylerin kendilerini fark etme olasılığını en aza indirmektedir. Bu nedenle stalk esnasında gerçek hesapların kullanımı yerine sahte hesapların kullanımı söz konusu olmaktadır. Sahte hesapların kullanımı ve stalk hususu mahremiyetin ne derece sağlanabildiği sorusunu akla getirmektedir. Mahremiyet, bir bireyin kendisine ait bir bilgiye, alana veya zamana sahip olması anlamına gelmektedir. Birey bu bilgiyi, alanı veya zamanı istediği kişilerle paylaşma; istemediği kişilerden gizleme hakkına sahiptir (Dedeoğlu, 2016: 71). Stalk veya sahte hesaplarla diğer bireylerin mahremiyetinin ihlal edilmesi durumu söz konusu olabilmektedir. Bireyler profillerini ayarlar

kısından gizleyerek sadece takipçilerinin paylaşımlara erişebilmesini sağlayabilmektedir. Ancak sahte hesaplar yoluyla bireyin profiline erişilmesi, bireyin mahremiyet hakkının yok edilmesi anlamına gelebilmektedir.

“... malum teknoloji çağındayız. Bende çağa ayak uydurmak için, en popüler uygulama olduğu için (İstagram’ı) kullanıyorum. Yani çevreme ayak uydurmaya çalışıyorum. Gündemi takip etmek gündemin içerisinde olabilmek için. Ayrıca moda olduğu için kullanıyorum” (Kadın, Uşak, 19).

İstagram kullanımının yaygınlaşmasında uygulamaya küresel boyutta artan rağbetin etkisi bulunmaktadır. “Keşfet” bölümünde kullanıcılar ilgilendikleri konular doğrultusunda uluslararası paylaşımlara ulaşabilmektedir. Aynı zamanda paylaşım yapan bireylerle iletişime geçme şansına sahip olabilmektedir. Uygulamanın bunun gibi güncellemeler ile toplumların genelinin ilgi odağı haline gelmesi durumu söz konusudur. Bireyler bu noktada popüler olan uygulamayı kullanma eğilimi göstermektedir. Katılımcının ifade ettiği üzere “çağa ayak uydurmak” amacıyla uygulamanın kullanılabilirliği görülmektedir. Dünya’da ve toplumsal yaşamda meydana gelen değişimlerden haberdar olmak bireyler için önem arz etmektedir. İstagram’ın bireylere gündemi takip etme imkânı sunması kullanımını cazip hale getiren bir başka etkidir. Ayrıca spor, haber, moda, edebiyat, sinema gibi kullanıcıların ilgisini çekebilecek alanlarda paylaşımların yer alması bireylerin uygulamayı kullanım amaçları arasında yer almaktadır.

Üniversitede lisans öğrenimi gören öğrencilerle yapılan görüşmeler ve gözlemler sonucunda İstagram kullanımında bir başka amacın karşı cinsle iletişime geçmek olduğu ortaya çıkmaktadır. Kullanıcılar uygulamanın sunduğu mesajlaşma (DM- direct message) imkânı ile birbirleriyle iletişime geçebilmektedir. Bu noktada bireyler karşı cinsten beğendikleri kullanıcılara mesaj yoluyla ulaşabilmektedir.

“...hep birilerine yazma, kendini gösterme çabaları var. Bazıları eğitim için, bazıları kendini kanıtlamak için kullanıyor. Genellikle cinsel etkileşim, karşı cinsle arkadaşlık kurmak adına (kullanılıyor). Kızlar erkeklere, erkekler kızlara yürüyor” (Erkek, Afyonkarahisar, 19).

“Mesela bazı sayfalar var; baktığımız zaman ‘şurada şu kızı gördüm’, ‘burada bu erkeği gördüm’. ‘Gönderiyi beğensin ben onu bulurum’ tarzında, insanların flört etmesine yarıyor. Atıyorum bir yerde birini görüyor, kıyafetine kadar oraya yazıyor. Admin (sayfa yöneticisi) onu paylaşıyor. Buluşuyorlar yani bir şekilde. Genelde ikili ilişkiler için kullanılıyor” (Erkek, Adana, 20).

Bireyler günlük yaşamda herhangi bir bireye ulaşabilmek adına uygulamayı işlevsel olarak kullanabilmektedir. Örneğin bir öğrenci fakültede karşılaştığı ve dış görünüşünden etkilendiği başka bir öğrenci ile iletişime geçmek için farklı yollar izleyebilmektedir. Eğer aradığı kişi de uygulamayı kullanıyorsa; üniversitenin, fakültenin veya bölümün İstagram sayfalarından bu kişiyi arayarak bulma şansına sahiptir. Fakat bu durum profillerin tek tek incelenmesini gerektirdiği için zahmetli olarak görülmektedir. Bunun için “İtiraf sayfaları” adı altında kurulan sayfalar daha kolay yöntemle insanlara ulaşma olanağı sunmaktadır. Örnek üzerinden devam edersek birey sayfa yöneticisine (admin) özel mesaj yoluyla ulaşmak istediği bireyin özelliklerini göndermektedir. Bu mesaj “X fakültesi kantininde, saat Y civarında karşılaştığım, üzerinde Z kıyafeti bulunan kişi bana ulaşsın.” gibi basit bir cümleyle örneklendirilebilmektedir. Kullanıcılar bu ve benzeri amaçlarla itiraf sayfaları aracılığıyla bir başka kullanıcıya ulaşabilmektedir.

İtiraf sayfalarının bir başka işlevi de kayıp eşyaların sahibine ulaşması hususunda ortaya çıkmaktadır. Bir eşyasını kaybeden veya bir başkasının eşyasını bulan bireyler bu durumu sayfa yöneticisine ileterek eşyanın sahibine ulaşmasını sağlayabilmektedir. Örneğin “X dersliğinde Y isminde bir kredi kartı buldum. Sahibi bana ulaşsın.” gibi paylaşımlar örnek verilebilmektedir. Fakat bu örneklerde en önemli detay bireylerin ulaşmak istedikleri kullanıcıların da bu sayfaları takip etmesi gerekliliğidir. Çünkü her iki durumda da ulaşılmak istenen kullanıcı bu sayfaları takip etmiyorsa

gönderiyi görme imkânı bulunmamaktadır. Ayrıca bir kurum veya konu adına birden fazla sayfa açılması bireylerin iletişim şansını düşürmektedir.

6. İstagramın Öğrenim Sürecine Etkisi

Kullanıcıları İstagram uygulamasına belirli derecede vakit ayırmaktadır. Uygulamaya ayrılan vakit diğer aktivitelerden uzaklaşmaya veya diğer aktivitelere ayrılan sürenin azaltılmasını sebebiyet vermektedir. Bu noktada İstagram'ın üniversite öğrencilerinin öğrenim sürecini etkilediği düşünülmektedir. McLuhan'ın ortaya koyduğu teoride belirtildiği üzere medya bireyler üzerinde oldukça etkilidir. Bu noktada medya bireylerin günlük yaşamda zaman yönetimini etkilemektedir. Uygulamanın belirli ölçüde, öğrencilerin öğrenim sürecine olumsuz bir etkisinin bulunduğu gözle çarpılmaktadır.

"Kesinlikle olumsuz etkiliyor. Hem ders hem de uyku düzenimi bozuyor. Her anlamda yemek yeme alışkanlıklarından tutun, gece hangi saatte uyuyacağıma bile İstagram karar veriyor" (Erkek, İzmir, 22).

"Olumsuz etkiliyor. Arada kitap okumak falan istiyorum ama elim telefona gittiği zaman bırakamıyorum" (Kadın, Ankara, 20).

Uygulama kullanımı süre açısından öğrenim sürecini etkilediği gibi farklı yollarla da bu süreci etkileyebilmektedir. Örneğin uygulama kullanımının uyku kalitesine olumsuz etkisi bireyin ders çalışma verimliliğini düşürebilmektedir. Benzer şekilde uykusuz olarak gidilen derslerden tam verim alınamayacağı düşünülmektedir. Bu açıdan düşünüldüğünde uygulamanın fizyolojik ihtiyaçlara olan etkisi öğrenim sürecine de dolaylı olarak yansımaktadır.

"Yatağa geçtiğimde İstagram'a bakmadan uyuyamam. Video izlerim veya bende ekli olan insanların hikayelerine bakarım. Acaba ne atmış diye. Çünkü günlük hayatımızdan bir şeyler de paylaşıldığını düşünüyorum. Mesela birkaç hafta önce vize haftamız vardı, İstagram yüzünden çalışmadığım olmuştur" (Erkek, Adana, 20).

"Uykumu etkiliyor çünkü uyumadan önce İstagram'a giriyorum. Mesela makyaj videoları izleyerek uyuyorum" (Kadın, Uşak, 19).

Katılımcıların belirttiği üzere uykuya geçmeden önce uygulamaya vakit ayrılmaktadır. Bu durum uyku sürecinin gecikmesine veya azalmasına sebep olmaktadır. Katılımcılardan (on dört); beş kadın, beş erkek olmak üzere on kullanıcı İstagram'ın çeşitli yollarla öğrenim süreçlerini olumsuz etkilediğini belirtmektedir. İki kadın, iki erkek katılımcı ise uygulamanın öğrenim süreçlerine herhangi bir olumsuz etkisinin bulunmadığını ifade etmektedir.

"Ders çalışmıyorum ama dersimi etkilemiyor da çünkü ben genel olarak ders çalışmadığım için İstagram'lık bir şey değil bu. Fakat uykumu etkiliyor mu diye soracak olursanız evet, ikide uyuyacaksam dörtte beşte uyuyorum. O yüzden evet" (Kadın, Samsun, 21).

İfadede görüldüğü üzere kadın kullanıcı genel anlamda ders çalışmadığını söylemektedir. Ancak uygulamanın uyku sürecine belirli etkisinin olduğunu kabul etmektedir. Uyku gibi temel ihtiyaçların yeterli olarak sağlanmaması durumunun farklı alanlara negatif yansımacağı hususu söz konusudur. Uygulamanın ders çalışmasına olumsuz etki etmediğini ifade eden katılımcı uykusuz vb. olarak gidilen derslerden tam verim alınamayacağını atlamaktadır. Bu noktada uygulamanın dolaylı olarak öğrenime etkisini görmek mümkündür.

"...bazen ders çalıştığım süre zarfında telefonumu erişemeyeceğim bir noktaya bırakıyorum. Bunu ise özellikle İstagram için yapıyorum. Derslerde dahi İstagram'da gezindiğim oluyor ve bunun önlemi olarak telefonumu kendimden uzaklaştırmak zorunda kalıyorum" (Erkek, Van,18).

Katılımcı uygulamanın olumsuz etkisini kırmak amacıyla telefonunu kendinden uzaklaştırdığını belirtmektedir. Bu durum ders çalışma sürecine adapte olunabilmek için alınan bir önlem olarak değerlendirilebilmektedir. Ayrıca ders zamanlarında da uygulamanın kullanılabildiği ifade edilmektedir.

Dersi dinleme esnasında uygulamanın kullanılması çeşitli olumsuzluklar doğurabilmektedir. Bu olumsuz yönlerden ilki anlatılan dersin kaçırılmasıdır. Bir diğeri ise derse olan dikkatin dağılmasıdır. Aktif öğrenme süreci içerisinde bu tür durumlar öğrenimi olumsuz etkileyecektir.

SONUÇ

İnternet kullanımının yaygınlaşması toplumsal yaşam biçimlerini farklı yönleriyle ve çeşitli boyutlarıyla etkilemektedir. İnternet teknolojisi küreselleşme süreci ile daha hızlı yayılma imkânı yakalamaktadır. Gün geçtikçe daha fazla insana ulaşan internet, bireylerin düşünce ve davranış yapılarında değişime sebep olmaktadır. Bireylere birçok olanaklar sunan internet, bazı durumlarda istenmeyen etkilere neden olabilmektedir. Özellikle kullanıcıların zamanının büyük çoğunluğunu internet üzerinde çalışan uygulamalar ile geçirmesi sonucu bireylerin sosyal ilişkilerinin zayıfladığını gözlemek mümkündür.

İnternetin yapısı ve kullanım biçimleri de teknolojik gelişmelerle değişime uğramıştır. Özellikle 21. yüzyılda bu değişimler hız kazanmıştır. Web 1.0 ile internetin sunduğu imkanları tüketen bireyler, Web 2.0 ile artık internet üzerinde üretici konuma geçebilme imkânı bulmuşlardır. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Bloglar gibi sosyal paylaşım ağları ile bireyler aktif olarak internete katılabilmektedir. Bireyler düşüncelerini fotoğraf, yazı veya video haline dönüştürerek platformlar üzerinden paylaşabilmektedir. Ayrıca hiçbir eğitim veya istihdama bağlı kalmaksızın haber değeri taşıdığını düşündükleri olayları istedikleri gibi sanal ortama taşıyabilmektedir. Söz konusu bu durum “Yurttaş Gazeteciliği” kavramına karşılık gelmektedir. Bireyler sosyal paylaşım ağları ile medyayı şekillendirmektedir. Aynı zamanda medya da bireylerin günlük yaşam biçimlerini etkilemektedir.

Medyanın bireyler üzerinde etkili olduğunu savunan ilk düşünürlerden biri olan Marshall McLuhan’a göre gelişmiş modern toplumların medya teknolojileri ile şekillendirilmesi söz konusudur. Bu noktada medya toplumlar üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir (Laughey, 2010:25). Küreselleşme ile birlikte “Global Köy” haline gelen dünyada medyanın etkisi gün geçtikçe dönüşerek sosyal medya mecralarında kitlesel yayılımını sürdürmektedir.

Web 2.0 teknolojisi ile gelişen ve küreselleşme ile yayılan sosyal medya, günümüzde önemli bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Sosyal medyaya olan bu rağbet Instagram üzerinde de kendisini göstermektedir. Instagram’ın 2020 yılında aktif kullanıcı sayısı 928 milyon iken kayıtlı hesap sayısının bir milyardan üzerinde olduğu düşünülmektedir (Global Digital Overview, 2020).

Araştırma sonucunda, Instagram’ın lisans öğrencilerinin yaşam biçimlerini çeşitli yollarla etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Lisans öğrencileri popüler olmak, beğenilmek, kendini kanıtlamak, bilgi edinmek gibi birçok amaçla uygulamayı kullanmaktadır. Örneğin; evinde kahve içmek yerine ünlü bir kafeye gidip orada çeşitli paylaşımlar yapmak veya aynı işlevi gören bir ayakkabı yerine lüks bir ayakkabı markasından daha yüksek fiyatla ayakkabı alıp bunu uygulama üzerinden paylaşmak etkin bir Instagram kullanıcısı olarak gözükmek için öğrencilere daha makul görünebilmektedir. Bu noktada Instagram’ın sadece zaman açısından değil birçok açıdan sosyal hayatı etkilediği söylenebilir.

Araştırma sonucuna göre öğrencilerin bir sosyal medya mecrası olarak Instagram’ı kullanmaları, uygulama ile iletilen iletilerin önüne çıkarmaktadır. Bu durum akıllara McLuhan’ın “araç iletinin kendisidir” yaklaşımını getirmektedir (Laughey, 2010:25). Bu yaklaşıma göre iletişim için kullanılan araçlar bir zaman sonra bu araçla iletilen mesajların önüne geçmektedir. Bu perspektiften yapılacak bir değerlendirme ile bu iletişim aracına sahip olmak, bu iletişim aracını gün içerisinde sık sık kullanmak, gündelik yaşamda yer alan birçok tercihin Instagram etkisi çerçevesinde sergilenmesi, Instagram’ı içerisindeki iletilenlerden daha fazla öne çıkarmaktadır.

Bu araştırma yeni korona virüs pandemi sürecinden önce gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinin tamamlanmasından sonra ortaya çıkan pandemi sürecinde sosyal medya kullanımının özellikle de Instagram kullanımının pandemi öncesine göre arttığı gözlenmiştir.

Sonuç olarak Instagram uygulaması toplum genelinde olduğu gibi lisans öğrencileri arasında da yaygın bir kullanım alanına sahiptir. Öğrenciler vakitlerinin büyük çoğunluğunu bu uygulamada geçirmektedir. Vaktin bu uygulamaya yönlendirilmesine belirli amaçlar sebep olmaktadır. Stalk (gizli takip), beğenilmek, gündemi takip etmek, popüler olmak, kendini kanıtlamak, iletişim kurmak bu amaçlar arasındadır. Instagram'da geçirilen süre yemek yeme, uyku gibi çeşitli fizyolojik ihtiyaçlara ayrılan sürenin azalmasına sebep olmaktadır. Bu durumlar neticesinde öğrencilerin gündelik yaşamlarında değişiklikler meydana gelmektedir. Benzer şekilde uygulamanın kullanımı öğrencilerin öğrenim sürecinde dersten kopuşlara ve dikkat dağınıklığına yol açmaktadır.

EK. 1 KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

- K1.** Kadın, 21, Samsun, Sağlık Yönetimi
- K2.** Kadın, 21, Konya, Sosyal Bilimler Öğretmenliği
- K3.** Kadın, 20, Manisa, Gastronomi
- K4.** Erkek, 20, Adana, Spor Antrenörlüğü
- K5.** Kadın, 19, Uşak, Sağlık Yönetimi
- K6.** Erkek, 22, İzmir, İslami İlimler
- K7.** Kadın, 20, Ankara, Gastronomi
- K8.** Erkek, 21, Ankara, Turizm İşletmeciliği
- K9.** Erkek, 19, İstanbul, Maliye
- K10.** Kadın, 19, Kütahya, İlahiyat
- K11.** Erkek, 18, Ankara, Radyo ve Televizyon Programcılığı
- K12.** Kadın, 21, Van, Tarih
- K13.** Erkek, 18, Van, İşletme
- K14.** Erkek, 19, Afyonkarahisar, Çağdaş Türk Lehçeleri

KAYNAKÇA

- Babacan, M. E. (2015). Sosyal Medya ve Gençlik. İstanbul: Açılım Kitabevi.
- Baudrillard, J. (2000). Tam Ekran. Çev: Bahadır Gülmez. İstanbul: YKY Yayınları.
- Castells, M. (2005). Ağ Toplumunun Yükselişi, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum, Kültür. Çev: Ebru Kılıç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Dedeoğlu, G. (2016). Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik. Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Digital 2020- Global Digital Overview, <https://wearesocial.com/digital-2020>, (Erişim Tarihi: 25.03.2020)
- Dijk J. V. (2016). Ağ Toplumu. İstanbul: Kafka Yayınevi.
- Gündüz, A. Ertong Attar, G. Altun, A. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Instagram'daki Benlik Sunumları. DTCF Dergisi, 58.2: 1862-1895.
- Goffman, E. 2009. Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. Çev: Barış Cezar. İstanbul: Metin Yayınları.
- Gönç Şavran, T. (2012). Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri. Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri. Ed. N. Suğur. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları, 138-158.
- Gönç Şavran, T. (2015). Toplum, Bilim ve Yöntem. Sosyolojiye Giriş. N. Suğur (Ed.) Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2-32.
- Laughey, D. (2010). Medya Çalışmaları. Çev: Ali Toprak. İstanbul: Kalkeon Yayınları.
- Maigret, E. (2011). Medya ve İletişim Sosyolojisi. Çev: Halime Yücel. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Metin, O. (2014). Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Üniversite Öğrencileri Örneği. (Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- McLuhan, M. Powers, B.R. (2001). Global Köy. Çev: Bahar Öcal Düzgören. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Ritzer, G. (2011). Küresel Dünya. Çev: Melih Pekdemir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sevinç, S. S. (2012). Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya. İstanbul: Optimist Yayınları.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği. Folklor / Edebiyat, 21 (83): 125-147.
- Tuncer, E. (2014). Patron- Sosyal Medya İmparatorluğu. İstanbul: Akis Yayınları.