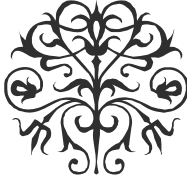


MEDYA EMPERYALİZMİ



Editör

Prof.Dr. Mehmet Gökhan GENEL

Aralık 2021/Ankara

© Eserin her hakkı yazarı ve yayıncısına aittir.

MEDYA EMPERYALİZMİ



Editör

Prof.Dr. Mehmet Gökhan GENEL

ISBN: 978-625-7457-71-2

Genel Yayın Yönetmeni

Ahmet Deniz AĞCA

Sayfa Düzeni/Kapak

Biçer YILDIRIM

Baskı & Cilt

Berikan Matbaacılık

Gersan-ANKARA

Matbaa Sertifika No: 47109

YAYINEVİ

BERİKAN YAYINEVİ

Kültür Mah. Kızılırmak Cad. Gonca Apt. No: 61/6

Çankaya-Kızılay/ANKARA

Tel: (0312) 232 62 18 Fax: (0312) 232 14 99

*Aslın vuslat yolculuğunda her gönlün kendi
dilince bir DUA'sı vardır.
İlk göz ağrım, sevgili kızım ZEYNEP'e...*

İÇİNDEKİLER

TAKDİM	VII
MEDYA EMPERYALİZMİ, ŞİRKETLERİN İDEOLOJİK AYGITLARI (ŞİA) VE SÖMÜRÜ STRATEJİLERİ Mehmet Gökhan GENEL	1
DİJİTAL PLATFORMLARDA KÜLTÜREL EMPERYALİZM Esra CİZMECİ ÜMİT	57
BAUDRİLLARD'IN SİMÜLASYON KURAMI BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYADA TÜKETİM ÜZERİNE BİR DEĞER- LENDİRME Demet YALÇIN	87
DİJİTAL OYUNLAR MEDYA EMPERYALİZMİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR İNCELEME Tahsin Eren SAYAR	123
MEDYA EMPERYALİZMİNİN TAŞIYICI GÜCÜ OLARAK TELEVİZYON DİZİLERİ “THE WALKING DEAD” ÖRNEĞİ Hakan YÜKSEL	147
MEDYA EMPERYALİZMİNİN AİLE EKSENİNDE DEĞER- LENDİRİLMESİ Emel GÖZETLİK / Yavuz KÜÇÜKALKAN	187
PANDEMİ SÜRECİNİN BEBEK PATLAMASI (BABY BOOMER) KUŞAĞINA MENSUP BİREYLERİN ANI KA- ÇIRMA KORKUSU (FOMO) OLGUSUNA ETKİSİ: SOSYAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA Mehmet Ali KARAMAN / Sibel AKOVA	225

TÜKETİM TOPLUMUNDA 'METALAŞAN' AŞK: ACER'İN "AŞK İNCELİK İSTER" HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYA- SININ ELEŞTİREL ANALİZİ	
Ceyda TETİK.....	271
SOSYAL MEDYA PROJESİNDEN DÜNYA FENOMENLİ- ĞİNE: K-POP FANLARININ MOTİVASYONLARI VE PARASOSYAL ETKİLEŞİMLERİ	
Banu SAYAR / Tahsin Eren SAYAR	299
MEDYA EMPERYALİZMİ BAĞLAMINDA NAZİ ALMANYASI İŞGALİ ALTINDAKİ SİRBİSTAN MEDYASI ÜZERİNE İNCELEME	
Abdülhakim Bahadır DARI / Mehmet Ozan GÜLADA	323

TAKDİM

Yeni kitap çalışması bir yönüyle yeni bir heyecan, yeni bir soluk, yeni bir heves olurken; diğer yandan da okuyucusuna olan saygı ve hassasiyetten ötürü yazarların az da olsa hata yapma ihtimalinden kaynaklı insanın iç aleminde “kelebeklerin kanat çırpmasına” ve tatlı tatlı “karın ağrılarına” neden olmaktadır. İşte biz de çalışmamızı bu motivasyon çerçevesinde hayata geçirdik. Kitap çalışması, özellikle de akademik çalışmalar uzun soluklu, dikkatli ve sabrın ilmek ilmek örüldüğü bir iklimin ürünüdür. Kitabımıza katkı veren, akademik birikimleriyle değerli fikirlerini satırlara taşıyan, dönem dönem zaman baskısını üzerlerinde hisseden fakat yine de tüm enerjilerini hasreterek bu kıymetli çalışmanın ortaya çıkmasında çok büyük emekleri olan değerli dostlarıma teşekkürü bir borç bilirim. Güzel bir ekip çalışmasının ürünü olan bu kitabın “medya emperyalizmi” alanında eksik olan literatür boşluğunu bir nebze de olsa dolduracağından kuşku yoktur. Amacımız bir yandan iletişimin akademik boyutuna katkı sağlamak iken öte yandan da akademinin sırça köşklerinde keyif sürmeden en önemli okur kitlesi olan ve medya çıktıklarına en çok maruz kalan geniş halk kitlelerini muhatap alarak çalışmalarımızı yürütmektedir. Dolayısı ile kitap, anlatım ve dil yönüyle akademik dilin teknik ve özel boyutundan azade ve herkesin anlayabileceği bir şekilde yazılmıştır. “Medya Emperyalizmi” isimli bu çalışmamızda toplam on makale yer almaktadır. Bu makalelerin dördü ortak olmak üzere altı tanesi ise bireysel çalışmalardan oluşmaktadır. Kitaptaki ilk makale **Mehmet Gökhan Genel**'e ait olup **Medya Emperyalizmi, Şirketlerin İdeolojik Aygıtları (Şia) Ve Sömürü Stratejileri** ismini taşımaktadır. Çalışmada Medya emperyalizmi ile ilgili kavramsal çerçevenin sunulmasından sonra küresel nizamın en güçlü sömürü aracı olan medyanın ve ona yön veren, devletlerin rolünü çalan ve küresel çapta organize

olan güçlü şirketlerin, “Şirketlerin İdeolojik Aygıtları” kavram-sallaştırması vasıtası ile insan ve toplum hayatını nasıl değiştirep şekillendirdiğini, hangi araçları kullandığını ve bu tehlikeye karşı nasıl bir strateji geliştirmek gerektiği üzerinde durulmuştur. **Dijital Platformlarda Kültürel Emperyalizm** başlıklı makalede **Esra Çizmeci Ümit**, içinde yaşanan Enformasyon Çağı’nda dijital platformların, kapitalist sistemin kâr getiren en büyük ürünleri haline geldiği gerçeğinden hareketle batılı egemen güçlerin dışında kalan ülkelerin küresel pazarda ekonomik anlamda var olabilmeleri için platform emperyalizmine karşı mücadele etme gerekliliği üzerinden yola çıkan çalışmada, literatürde bulunan görüşler doğrultusunda kültürel emperyalizm ve platform emperyalizmi kavramlarını tartışmaya açmıştır. **Jean Baudrillard’ın Simülasyon Kuramı Bağlamında Sosyal Medyada Tüketim Üzerine Bir Değerlendirme** başlıklı çalışma **Demet Yalçın**’a aittir. Çalışmada sosyal medya ağları ve bu ağlar üzerindeki tüketim olgusu, Baudrillard’ın tüketim toplumu düşüncesi ve Simülasyon kuramı bağlamında ele alınarak, temsili bir değerlendirme yoluna gidilmiştir. **Tahsin Eren Sayar** ise, **Dijital Oyunlar Medya Emperyalizmi İlişkisi Üzerine Eleştirel Bir İnceleme** konulu çalışma ile kitaba katkı sunmuştur. Çalışmada dijital oyunlar üzerinden kapitalist ve emperyalist politikaların toplumlar üzerinde hangi kavramlar aracılığıyla ve ne şekilde hissettirildiği ile ortaya konusu irdelenmiştir. **Hakan Yüksel** de **Medya Emperyalizminin Taşıyıcı Gücü Olarak Televizyon Dizileri “The Walking Dead” Örneği** temalı çalışmayı kaleme almıştır. Yazar çalışmasında medya emperyalizminin televizyon dizileri üzerinden nasıl kurgulandığını örnek film üzerinden tartışmaya açmıştır. **Emel Gözetlik** ve **Yavuz Küçükalkan**’ın ortak çalışması olan **Medya Emperyalizminin Aile Ekseninde Değerlendirilmesi** isimli çalışma-

PANDEMİ SÜRECİNİN BEBEK PATLAMASI (BABY BOOMER) KUŞAĞINA MENSUP BİREYLERİN ANI KAÇIRMA KORKUSU (FOMO) OLGUSUNA ETKİSİ: SOSYAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARINA YÖ- NELİK BİR ARAŞTIRMA

* Mehmet Ali KARAMAN

* Sibel AKOVA

Giriş

Varlık gösterdiği tarihi süreç içerisinde virüs temelli pek çok salgına tanıklık eden insanoğlu, günümüzde Covit-19 virüsünün sebebiyet verdiği bir salgın ile mücadele etmektedir. Sayısız ölümleri, bilinmeyen hastalıkları, çözülemeyen yıkımları beraberinde getiren virüsler, insanoğlunu maruz kaldığı dönemin şartlarında ekonomik, sosyal, psikolojik, stratejik ve kültürel unsurlar başta olmak üzere örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu hemen her alanda etkilemeyi başarmıştır. Hastalıkların temel unsuru olan virüsler, tanınma (teşhis), tedavi, mücadele süreçlerini içeren zorlu şartları beraberinde getirmektedir. Pek çok bilinmezi uhdesinde barındıran pandemi süreci, salgınla mücadele stratejilerini ve sürdürülebilirliğini içeren çalışmaları gerektirmektedir. İnsanlık tarihi ile özdeş olan virüs ve enfeksiyon etkenleri insanlığı birçok farklı

-
- * Doç. Dr. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü,
Orcid 0000-0002-9875-6193, malikaraman@hotmail.com
- * Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, 0000-0001-7680-7394
sibelakova@gmail.com, sibel.akova@yalova.edu.tr

arayış yöntem ve stratejilerine yönlendirmektedir. Öte yandan ilgili yönelme, birçok farklı alanda arayışları da beraberinde getirmektedir. Pandemi süreci ile birlikte yaşanan yaşam pratiklerindeki değişim, dünyanın farklı coğrafyalarında, farklı uluslarında ve farklı kültürlerinde olduğu gibi ülkemizde de “yeni normal” söylemi ile bireylerin yaşamlarına sirayet etmiştir. Bireylerin, toplumların ve ulusların iletişim süreçlerinin değişime uğradığı pandemi döneminde, kitle iletişim araçları bağlamında yeni medya özelinde yoğun düzeyde kullanım farklılıkları baş göstermiştir.

Teknolojik değişim ve gelişimlere kayıtsız kalamayan birey ve toplumların, iletişim ve ulaşım imkanlarının artması ile birlikte sosyal medya ağlarını kullanım düzeylerinin gün geçtikçe arttığını ifade etmek mümkündür. Bireylerin birbirleri ile etkileşim içerisinde olmalarını sağlayan sosyal medya argümanları bilhassa günümüzde, kullanım yoğunluğu ve yaygınlığı bağlamında sürekli bir gelişim göstererek, önemini artırmaktadır. Kişilerarası iletişimden kültürlerarası iletişime uzanan ilişki boyutunda bireylerin yaşamlarına yoğun düzeyde sirayet eden yeni medya, çağcıl toplumların başat sorunlarından ve gündeminden biri olan pandemi döneminde etkisini daha fazla artırarak, günümüz insanının vazgeçilmez olma niteliğini kazanmıştır. İş akışlarının uzaktan erişim ile (online) yürütüldüğü, eğitim sisteminin dijitalleştiği, satın alma tutum ve davranışlarının sanal olarak gerçekleştirildiği günümüzde, pandemi koşullarının zorlayıcı etkisi ile birlikte dünya milletlerine evde kalma çağrılarının yapılması ezberleri bozan nitelikte yenilikleri de beraberinde getirmiş, yeni yaşam düzenlerinin kurulması sonucunu doğurmuştur. Değişen ve farklılaşan yaşam koşullarına adapte olmaya zorlanan bireyler, salgınla mücadele dönemlerinde medya emperyalizminin başat unsurlarından biri

olan yeni medya enstrümanını kullanım düzeylerini en üst seviyelere taşımışlardır.

Farklı bireyler tarafından izlenme, beğenilme, onaylanma, güvenilme, sevilme, saygı ve hayranlık uyandırma, kendini gerçekleştirme, özgüven tazeleme ve türevleri başta olmak üzere örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok edimi sosyal medya aracılığı ile deneyimleme fırsatını yakalayan bireyler, kurumlar ve devletler pandemi sürecinde belirgin şekilde sosyal medya araçlarını kullanım yoğunluğunu artırmışlardır. Bireylerin zevklerini, beğenilerini, ihtiyaçlarını, tercihlerini, alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını yönlendirebilme gücünü haiz olan sosyal medya, birey ve toplumların iletişim yoğunluğu, biçimini, düzeyini, sıklığını ve yapısını da etkilemeyi başarabilmiştir. Söz konusu etkileşim, günümüzün hemen her yaş popülasyonunu kapsamakla birlikte, dünya üzerindeki her bir coğrafyaya da yayılmış durumdadır. Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen izlenme, takip etme/edilme, paylaşımları ile sosyal medya alanında varlık gösterme davranışları günümüz insanının en doğal tutumlarından birini oluşturmuştur. Sosyal medya kanalı üzerinden gerçekleştirilen takip etme, onaylanma, kendini gerçekleştirme, takdir edilme, paylaşım yapma ve türevleri işlemler belirli bir zaman diliminin akabinde bireyler üzerinde bir alışkanlık ve dahi bağımlılık unsurunu oluşturmuştur. Söz konusu sosyal medya alışkanlığı davranışları, Gündemi (Anı) Kaçırma Korkusu (FOMO) olarak addedilmektedir.

Çalışmanın temel amaçlarından birini oluşturan gelişmeleri takip etme sonucu gelişen gündemi kaçırma korkusu olgusunun bilhassa pandemi sürecinde gelişim seyrini incelemektir. Bireylerin sosyal medya kanallarını sürekli olarak takip ederek veya paylaşımlarda bulunarak, bir iletişim süreci tesis etmeleri

sonucunda herhangi bir sebeple, sosyal medya üzerinde gelişebilecek olan paylaşımlardan haberdar olamamaktan dolayı duyulan endişe hali olarak addedilen anı kaçırma korkusu, sosyal medya kanallarının kullanımını daha yüksek düzeylere çıkarmaktadır. Birincil derecede bilgi kaynağı olma niteliğini haiz olan sosyal medya ağları, kişisel verileri takipçilerine sunma/paylaşma imkanını tanınması sebebi ile günümüzde hemen her yaş popülasyonunu etkisi altına almaktadır. Medya emperyalizminin dünya üzerinde varlık gösteren her bir coğrafyada etkisinin artması ile birlikte, sosyal medya ağlarından en az düzeyde yararlandıkları iddia edilen Bebek Patlaması (Baby Boomer) kuşağının sosyal medyayı kullanım alışkanlıkları, çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Bilhassa pandemi döneminde kullanımının arttığı sosyal medya ağları her geçen gün geliştirdikleri işlevleri ve bağımlılık düzeyine erişen özellikleri ile bebek patlaması kuşağını da etkisi altına almayı başarmıştır.

1. Gündemi Kaçırma Korkusu Olgusu (FOMO)

Yeni bir bağımlılık türü ve sosyal kaygı olarak addedilen, gelişmeleri (anı) kaçırma korkusu (Fear of Missing Out, FoMO), 2010 yılında Voboril tarafından ilk defa kavramsallaştırılmıştır. James Walter Thompson Intelligence (JWT) tarafından 2012 yılında hazırlanan raporda FOMO kavramının davranışa etkileri incelenmiştir. Günceli kaçırma korkusu temelde, bireylerin yaşamlarında gelişen önemli olaylardan haberdar olamama endişelerinden kaynaklanan ve kaygı bozukluğuna sebebiyet veren bir tutum olarak tanımlanmaktadır. Gün geçtikçe daha yüksek düzeyde sosyalleşme faaliyetini beraberinde getiren ve bilgi alışverişi deneyimlerini artıran, günümüzün gelişen teknolojik gelişmelerine koşut olarak sosyal bilgi eldesini mümkün

kılan ve bireylerin sayıları hızla artan yeni medya (internet) araçlarını kullanmaya teşvik eden gelişmeleri kaçırma korkusunu, bireylerin fiziksel olarak yer almadıkları ortamlarda, kendilerinden başka bireylerin farklı ve doyurucu deneyimler yaşadıklarını ve kendilerinin ilgili deneyimlerden mahrum kalma endişesinin ifadesi olarak tanımlamak mümkündür. Günlük yaşam pratikleri dahilinde mevcut olan gelişmelerden geri kalma endişesine sahip bireyi, başkaları ile bağlantıda kalmaya ve onların yapıp ettiklerine dair (tutum ve davranışlarıyla) merak hissiyatı oluşturmalarına sebebiyet veren gündemi kaçırma korkusu ve etkileri yıllardır bilinmekle birlikte, bireylerin yeni deneyimlere sahip olmaktan geri kalma ve beğenebilecekleri fırsatları kaçırma ihtimali üzerine temellenen ve bir tür sosyal ihtiyaçları giderme güdüsü olması sebebi ile özellikle pazarlama ve iletişim disiplinleri bağlamında irdelenme hissiyatı taşıyan bir olgu haline almıştır.

“İnternetin 90’lı yıllarda sivil kullanıma yönelik genişlemesi ve dünyayı bir ağ hâlinde çevirmesiyle birlikte internet etkili bir araç hâline gelmiştir” (Demirkıran, 2020: 158). “İnternetin hayatımıza girmesi ve sonrasında Web 2.0’ın etkinliğini arttırmasıyla birlikte sosyal medya hayatımızın hemen hemen her alanında kullanılabilir hale gelmiştir” (Sayar, 2019: 289). Bireylerin yaşamlarının hemen her alanına sirayet eden ve hızlı bir erişim imkanı sağlayan ve yoğun etkileşimi mümkün kılan sosyal ağlar, günümüzün yeni bir bağımlılık türü olarak addedilmektedir. Bireylerin “internet bağımlılığı, tüketim toplumunun getirmiş olduğu bir tüketim şekli olarak da ele alınmaktadır (Mumyıkılmaz, 2018: 76), “We are social 2020 mobil, internet ve sosyal medya kullanıcı istatistiklerini içeren ikinci çeyrek raporuna göre, dünya nüfusunun %59’u internet kullanıcısı, %66’sı mobil kullanıcısı ve %49’u ise sosyal medya kullanıcısı-

dır. Aynı rapora göre, Facebook, Youtube ve Instagram kullanıcı sayısı en yüksek sosyal medya platformlarıdır” (Genel, 2021:2149). İlgili platformlar “internet üzerinden de birçok izleyiciye ulaşabilir durumdadır” (Demirkıran, 2020: 72). “Öyle ki hızla artan kullanıcı sayısı sebebiyle güçlü bir etkiye sahip olan” (Darı, 2018: 1). sosyal medya ağlarını takip edemediklerinde rahatsızlık hisseden, başka bireylerin yaşam kesitlerini öğrenme ihtiyacı hisseden, tanışlarının kendilerinden daha yoğun, daha fazla ve daha iyi anlara, şartlara, yeteneklere, güce ve örneklerinin çoğaltılması mümkün olan olanaklara sahip oldukları hissiyatını bilhassa sosyal ağlar aracılığı ile edinen bireyin edindiği huzursuz hisler bütünü olan gündemi kaçırma korkusu, bireyin kendisi ile kıyas ettiği bireylerin sosyal ağlarda üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımları kaçırdıklarını düşündüklerinde ortaya çıkan karşılaştırma/kıyaslama davranışlarının yansması olan bir rahatsızlık durumudur.

“Sosyal ağların bir uzantısı olan sosyal medya; varlık ve yokluk, zaman ve mekân, kontrol ve özgürlük, bireysel iletişim ve kitle iletişimi, özel ve kamusal, sanal ve gerçek arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır” (Cizmeci, 2014: 2). Bireylerin bulunmadığı veya bulunmak istediği ortamlarda başka bireylerin yaşayacakları doyurucu deneyim ve edinecekleri hazdan kendilerinin mahrum kalacağı endişesi, bireyleri gündemi takip etme davranışına (sürekli bağlantıda kalma istediği) yoğun bir şekilde itmekte ve toplumsal karşılaştırma olgusunu da gündeme getirmektedir. “Sosyal karşılaştırma kuramı temelinde, bireylerin kendileri hakkındaki doğru bilgiyi, ancak başkalarının sahip olduğu yetenekler ve özellikler ile kıyaslaması sonucunda elde ettiği düşüncesi yatmaktadır” (Festinger, 1954: 118). Aslında ortaya çıkan temel duygu, bireylerin sahip olmadıklarına diğerlerinin sahip olmaları ve diğerlerinin sahip

oldukları öğeler sebebi ile yansıttıkları mutluluk ifadesi olan göstergelerin izlenme isteğidir. İlgili izleme isteği, yoksunluk hissiyatını yaşayan bireyler, sürekli olarak eksikliklerini hissettikleri öğelerin peşinden giderek duygu dünyalarında mevcut olan açığı kapatmaya çalışmaktadırlar. İlgili karşılaştırma durumu, bireyin başkalarının sahip oldukları yaşam koşullarına özenme duygusu üzerine temellendirilmekte, bireyin kendisinin bir yer almadığı ve parçası olmadığı olay ve koşulları yaşamalarına taşıma isteminden kaynaklanan yansımalar olarak tanımlanmaktadır. Kendisine sürekli olarak “anı yaşa”, “hayatın tadını çıkar”, “maksimumu iste” telkininde bulunulan ve içindeki boşluğu ve tatminsizliği maddiyat ve hazla doldurmaya çalışan günümüz insanı diğer insanların mutluluklarını hasetle ve imrenerek takip etmektedir (Işık&Küçükalkan, 2018:202).

Bir duygu konsepti olarak tanımlanan gelişmeleri kaçırma korkusu, bireyden bireye yoğunluk düzeyi farklılık göstermek ile birlikte, sosyal ilişkiler bağlamında endişe hissiyatına yol açan sosyal dışlanma korkusunu da beraberinde getirmektedir. Zamanla genel bir kişilik özelliği haline dönüşen gündemi kaçırma korkusu, “Bireylerin diğer bireyler ile yüz yüze iletişim kuramadığı durumlarda ve neler yaptıklarını bilmediklerinde ortaya çıkan olumsuz duygulardır” (Sharma, 2015: 55). Günümüzün teknolojik gelişmelerine koşut olarak yoğun bir kullanım düzeyine erişen sosyal medya kullanımı ile etkileri ve yansımaları artan gündemi kaçırma korkusu, heyecan duygusu uyandırabilecek veya yeniliğe sebebiyet verebilecek bir fırsat veya faydanın ilgi çekici getirilerini deneyimlemekten geri kalma ve güncel yaşam pratikleri dahilinde zaman ve kaynak kısıtlamaları sebebi ile güncel gelişmeleri kaçırma bir anlamda da kaybetme hissiyatına dayanmaktadır. Gelişmeleri kaçırma korkusunu Hato (2013: 4), sosyal medyada süresiz olarak aktif

kalma (online ya da çevrimiçi) ve sürekli olarak kendini yenileme (paylaşımında bulunma, yorum yapma, beğenme ve türevleri) olarak tanımlamaktadır.

Sosyal medya aracılığı ile paylaşılan verilerden haberdar olamama, bir şeyler kaçırma ve başkalarının deneyimleriyle ilişki kurma motivasyonu bireylerin sosyal medya hesaplarına katılma isteklerini ve sosyal medyada sarf ettiklerini zamanı artırmaktadır. Sosyal medya deneyimlerinin çekiciliği ile doğru orantılı olarak gelişen bireylerin sosyal medya ağlarında geçirdikleri sürenin artması ile birlikte, kendilerini başkalarıyla karşılaştırmaları ve geçmiş, mevcut durum ve gelecek ile planlarının sorgulanması ile ortaya çıkan kıyaslama durumlarını yaşamaları gündemi kaçırma korkusu olgusunun en temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. İlgili çıkış noktası bireylerin yaşamlarında yetersiz kaldıklarını düşündükleri alanların ortaya çıkmasına sebebiyet veren bir bilişsel algı olarak addedilmektedir. Bireylerin yaşamlarını takip etme istediği, sosyal medyada sarf edilen zamanın artması ile birlikte, daha çekici hale gelmekte, takip ettikleri yaşamların gelişimlerinin seyrini izleme konusunda merak duygusunu da artırmaktadır. İlgili merak motivasyonu zamanla, bireylerin gündemi kaçırma algısını daha fazla şiddetlendirmektedir. Şiddetlenen takip isteği bireylerin sosyal medya ağlarında harcadıkları zaman dilimlerinden artan kalan süreler içerisinde yalnız hissetmelerine ve dışlanmışlık algısına kapılmalarına yol açmaktadır.

“Sosyal medya, içeriğin bizzat tüketici tarafından ücretsiz ve gönüllü bir şekilde oluşturulması sayesinde oldukça verimlidir. Zaman ve mekân açısından sunulan verimlilik ise yine yeni medyanın bir özelliğidir” (Yalın, 2018: 84). Bir yandan diğer bireylerin yaşantılarında mevcut olan ancak kendi yaşamlarında yoksunluğunu hissettikleri eksikliklerin huzursuzluğu-

nu duyarken, öte yandan da başka bireylerin kendi yaşamlarına dair detayları merak edebileceklerini ve diğerlerinin neler düşündüklerini bilme isteği, bilişsel ve duygusal manada ortaya çıkmaktadır. Bilişsel ve duygusal manada birey, kendinden farklı bireyler ile kendi sahip olduklarını kıyaslayarak, yaşamsal bağlamda elde ettiği tatmin düzeyini de sorgulamaktadır. Diğerleri tarafından ne şekilde algılandıkları ile ilgilenen bireyler, başkalarını etkilemek adına gündemi takip ederek, olumlu ve ideal bir imaja bürünme ihtiyacı hissetmektedirler. Sosyal medya ağlarını kullanarak, takip etme merak ve isteğine sahip oldukları bireylerin yaşamlarına kolay şekilde erişim sağlayarak, duygusal destek hissiyatına sahip oldukları sosyal medya ağlarını çevreleri ile iletişim düzeylerini artıran ve ilişki yoğunluğunu güçlendiren bir sosyal sermaye eldesi de söz konusu olmaktadır. Sürekli bağlı kalma ihtiyacı ile yüksek oranda internet kullanımının başat nedenlerinden birini oluşturan gündemi kaçırma korkusu, bireylerin bir yandan yaşam kaliteleri anlamında farkındalık oluşturmalarını sağlarken öte yandan da kullanıcıları adına duygusal destek olgusu olarak da addedilmektedir.

Anlık bilgilere erişim imkanı tanıyan sosyal medya ağları, bireylerde sosyal ve duygusal destek sağlama faydaları ile birlikte, başkalarının bireyleri olumlu değerlendirmeleri durumunda dahi olumlu sürecin sürdürülebilirliği ve performans motivasyonunun sürekliliği adına baskı kaynaklı stres faktörünü yaratmaktadır. Dijital çağın getirilerinden biri olan gündemi kaçırma korkusunu hisseden bireye dair başkaları nezdinde olumsuz algının ortaya çıkmasında ise endişe, korku, üzüntü, suçluluk ve örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok duygu varyasyonları ile karşılaşılması mümkündür. “Sanal ortamlardaki tartışma panoları vasıtasıyla” (Sepetçioğlu, 2014:

74). bireylerin referans olarak gördükleri bireylerin dijital ortamlardaki paylaşımlarını ve deneyimlerini takip ederek sosyalleştikleri sanal gerçeklik, çevrimiçi olmaktan uzak oldukları süreler dahilinde gündemi kaçırma korkusu yaşamalarına sebep olmakta, bireyler üzerinde eksiklik, yetersizlik ve doyum-suzluk hissiyatları yaratmaktadır. “Yaşam doyumu, bir bireyin yaşamını bir bütün olarak değerlendirdiği derecedir” (Yinanç, A., Kırıcı Çevik, N., Kantar, G., 2020:51). Bu sebeple, “mobil teknolojilerin yarattığı kültürel değişim üzerinden” (Ceylan, 2021, 512), gündemi kaçırma korkusunun bireylerin gerçek yaşamlarında ihtiyacını hissettikleri yeterlilik hazzını tam anlamı ile karşılayamamaları ve yaşama dair motivasyonlarını yitirmeleri sonucunu doğurmaktadır.

2. Pandemi Sürecinde Gündemi Kaçırma Korkusu Olgusuna Bir Bakış

Tarihsel süreçte iletişimin ihtiyaçlar doğrultusunda daima güncellenerek şekil ve yöntem değiştirdiği görülmektedir (Yalın, 2021: 58). Tüm dünyada hızla artmakta olan dijitalleşme olgusu, günümüzde toplumların özlerine doğrudan etki etmeye başlamıştır (Sayar, 2018: 37). Yaşadığımız çağda medyanın ve özellikle internet teknolojisinin hayatın tüm katmanlarına etki etmesiyle beraber birey ve toplum adeta sanal gerçeklik tarafından esir alınmış durumdadır (Genel, 2017: 18). “Bütün dünya ekrana kilitlenmiş” halde yaşamakta, “sanal bir zamansallık ve mekansallık dünyayı sarmakta, dünya sanallaşmaktadır.” (Küçükalkan&Öztürk, 2018:32). “İnternet teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte hayatımıza giren sosyal medya sıradan bir iletişim aracı olmanın ötesine geçerek hayatımızın her alanında dijitalle doğru bir dönüşüm yaşanmasına sebep olmuştur” (Darı, 2017: 731). “Sosyal medya, bilginin dünya genelinde üretilip

paylaşıldığı, en yaygın kullanılan iletişim ortamı haline gelmiştir (Ergin Çevik, 2020: 491).

Günümüzde giderek artan bir ivmeye sahip olan ve sosyal bir varlık olan bireyin, sosyal bilgi ediniminde büyük rol oynayan sosyal medya araçları, yaşadığımız çağa koşut olan yeni bir bağımlılık ve dahi hastalık türünü de taşımışlardır. Yabancı literatürde Fear of Missing Out-FOMO- ismi ile yer alan, dilimize gündemi kaçırma korkusu olarak tercüme edilen ve günümüzde, dünya üzerinde mevcut olan her bir coğrafyada varlık gösteren her bir toplumun günlük yaşam pratiklerini etkileyen Pandemi (Covit-19) süreci, birey ve toplumların yaşam biçimlerini, koşullarını ve düzeylerini değişen oranlarda olmak ile birlikte farklılaştırmıştır.

Sınırlı sayıda akademik çalışmaya konu olan anı kaçırma endişesi, pandemi süreci ile birlikte, bireyler adına farklı sosyal ağlarda gerçekleşen faaliyetleri gerçek zamanlı olarak takip etme ihtiyacını artırmıştır. Bu sebeple, teknolojinin gelişimine koşut olarak artış gösteren sosyal medya kullanım yoğunluğu, pandemi süreci dahilinde daha da popüler hale gelmiştir. Sosyal medya kullanımının artan popülaritesi, gündemi kaçırma korkusu olgusunun da farklı yönleri ile tartışılmasına sebebiyet vermiştir. Bireylerin arkadaşlarının, tanışlarının, akraba ve dostlarının ve dahi yabancı bireylerin yaşamlarında meydana gelen gelişmeleri hakkında bilgi edinme isteği, “yeni normal” olarak nitelenen süreçte, internet kullanımının artması ile birlikte, tüm iletişim kanallarından en üst seviyede yararlanma isteğini de uyandırmıştır. Radyo, televizyon ve sinema gibi geçmiş yıllarda etkinliği en üst düzeyde olan kitle iletişim araçları yerini günümüzde yeni medya olarak addedilen sosyal medyaya bırakmıştır. Günlük yaşam pratiklerinin sekteye uğradığı, pek çok kısıtlamanın hüküm sürdüğü ve sosyal bir varlık

olan bireyin sosyal iletişim alanlarının engellere tabi olduğu pandemi sürecinde, sosyal medya mecraları başta olmak üzere internet kullanımının arttığını ifade etmek mümkündür. Yine geçmiş yıllarda günlük gelişmelerden haberdar olmak adına günlük gazeteleri takip eden, haber programları saatlerini bekleyen, ajans bilgilerini merak eden bireylerden günümüzün anlık haberdar olma ihtiyacını hisseden bireyleri, kolay erişim imkanlarının beraberinde getirdiği gelişmeleri kaçırma korkusu olarak addedilen kaygı ve tatminsizlik duygularını da gün yüzüne çıkarmışlardır. Bireylerin kendi yaşamları ile sosyal medya aracılığı ile edindikleri farklı yaşam biçimlerini karşılaştırmalarına sebebiyet veren akabinde de yaşam şartları, davranış biçimleri ve kişilerarası iletişim düzeylerinin sorgulandığı sürecin ifadesi olan gündemi kaçırma korkusu, bireyin yaşam şartlarına dair tatminsizliği hissiyatını görünür kılmaktadır.

“2019 yılının Aralık ayında ilk örneklerinin Çin Halk Cumhuriyeti’nin Hubei eyaletinin Wuhan kentinde” (Kantar, Güler, 2021: 174). tespit edildiği, ülkemizde de 11 Mart 2020 tarihinde ilk vakanın görüldüğü ve kısa bir süre içerisinde tüm dünyaya yayılan SARS-CoV-2’nin neden olduğu yoğun derecede bulaşıcı ve patojenik (hastalık sebebi ile ilerleme) mahiyette bir viral enfeksiyon olan koronavirüs salgını varlık gösterdiğimiz çağda tüm birey ve toplumları etkisi altına almıştır. İlk vaka sayılarının görülmesinin ardından çok sayıda yaşam kaybına sebebiyet veren ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından Pandemi olarak bildirilen, etiyolojisi hakkında bilgi sahibi olunmayan pnömoni vakaları bildirilmiştir. Dünya üzerinde mevcut her bir coğrafyayı etkileyen ve varlık gösteren her bir birey ve toplumu, sosyal, psikolojik, ekonomik, kültürel ve siyasal bağlamda tesir eden Covid-19, yaşadığımız çağın gündemini değiştiren ve göz ardı edilmesinin mümkün olmadığı bir ger-

çeklik olarak bireylerin yaşamlarına yerleşmiştir. Covid-19 salgını, bireylerin görünürde fiziksel ancak arka planda psikolojik bağlamda sağlık durumlarını etkileyen ve bir anda dünya milletlerinin gündemine yerleşen göz ardı edilmesi mümkün olmayan bir tehdit olarak addedilmektedir. Ortaya çıktığı gün itibarıyla, yaşam şekillerinden temel ihtiyaç alanlarına, değişen iş ve yaşam koşullarından finansal düzeye, tüketim alışkanlıklarından iletişim şekillerine örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok unsura değin süregelen yapıya geri dönüşün kısa zamanda mümkün olmadığı evrensel bir kriz olarak nitelenen pandemi süreci, “Sıklığı, türü ve maruz kalma seviyesi, doğal, insan yapımı veya teknolojik felaket ve türevleri farklılıklar arz ediyor olsa da dikkat çekici seviyede artmaya devam eden.” günümüzün gerçekliği olarak addedilen ve küresel bir travmaya dönüşen pandemi süreci, birey ve toplumların yaşamlarını genel geçer yaşam tarzlarından farklılaştırmıştır.

“Sosyal, ekonomik ve siyasi açıdan bütün dünyayı daha önce görülmemiş bir krize sokan bu yeni COVID-19 (Yeni Tip Korona Virüs) durumu “yeni düzen” tartışmalarını yeniden başlatmıştır.” Bireylerin ve toplumların yaşamlarına bir anda yerleşen, fiziksel rahatsızlıklara ve can kayıplarına sebep olması ile birlikte, psikolojik sağlığı tehdit eden ve dünya üzerinde varlık gösteren tüm bireyleri potansiyel risk altına alan Covid-19 salgını, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Mart 2020 tarihinde Pandemi (küresel salgın) ilan edilmesine yol açmıştır. Dünya Sağlık Örgütü tarafından gerçekleştirilen tanım ile pandemi, “dünya üzerinde eşzamanlı şekilde ve yaygın olarak çok fazla bireyi tehdit eden nitelikte bulaşıcı hastalıklara verilen isimdir.” Dünya üzerinde farklı coğrafyalarda varlık gösteren bireyler üzerinde daha önce tespit edilememiş yeni bir koronavirüs (2019-nCoV), 7 Ocak 2020 tarihinde Covid-19

(SARS-CoV-2) ismi ile tanımlanmıştır. Ortaya çıkış nedeni konusunda kavram karmaşasının yaşandığı kontrol edilmesi güç mevsimsel salgınların ötesinde tasnif olan Covit-19 virüsü küresel düzeyde travmatik etkilere sebebiyet vermiştir.

Tarihsel süreç içerisinde dünyayı etkisi altına alan HIV, H1N1, H5N1, SARS ve MERS salgınlarında olduğu gibi Covit-19 virüsü de kıta sınırlarını hızla aşan ve küresel manada tüm coğrafyaları etkisi altına alan, solunum yolu enfeksiyonuna neden olarak ilk aşamada bireylerin fiziksel sağlıkları üzerine etki eden ancak psikolojik, ekonomik, kültürel, sanatsal ve sosyal tesirleri de beraberinde getiren ve insanlığı tehdit eden süreç olarak addedilmektedir. Covit-19 ve türevleri salgın hastalıklar, yoğun düzeyde insanı enfekte ederek, geniş bir popülasyonu etkileyerek, can kayıpları ile sonuçlanan yıkıcı ve hayati hastalıklara ve hastalıkların uzun süreli etkilerine neden olma potansiyeli sahiptir. Fiziksel unsurlarının dışında pandemi, salgın ile başa çıkmanın yükselen doğrudan maliyetleri, ekonomik istikrarsızlıklar, doğrudan ve dolaylı maliyetler ile uzun vadeli oluşması muhtemel yükler ve türevleri gibi örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu ekonomik etkiler bırakmaktadır. Aniden gelişme ve hızla yayılım gösterme karakteristikleri sebebi ile pandemi, birey ve toplumların olağan yaşam akışlarını, davranış tarzlarını ve günlük alışkanlıklarını da değiştirerek, sosyal bağlamda etkiler oluşturmaktadır. Seyahat kısıtlamalarının getirilmesi, eğitim kurumlarının kapanarak uzaktan eğitim sistemi ile eğitim ve öğretim süreçlerinin yürütülmesi, sosyal bir varlık olan bireyin sosyalleşme ortamlarına kısıtlamalara tabi tutulması, nüfus hareketliliğinin (mobilitenin) en aza indirme çabası dahilinde yürütülen uzaktan çalışma uygulamaları ile çalışma yaşamının yeniden düzenlenmesi sosyal etkilerin şiddetini de tanımlar niteliktedir.

Birey ve toplumların gelişme sürecinde başat rol üstlenen kültür ve sanat aktivitelerinin askıya alınması da pandemi sürecinin olumsuz deneyimlerinden birini oluşturmaktadır. Covid-19 Koronavirüs pandemi sürecinde her bir coğrafyada varlık gösteren uluslar bağlamında karantina süreçlerinin uygulanma ihtiyacı duyulmaktadır. Uygulanan karantina süreçleri dahilinde karşılaşılan finansal ve iktisadi sorunlar sebebiyle, ekonomik kalkınmanın sekteye uğraması, istihdamın kritik şekilde daralması ve üretim hatlarının yavaşlaması sonucunda, işsizlik olgusunun artması kaçınılmaz bir hal almaktadır. Yaşamlarını idame ettirmek durumunda kalan bireylerin, üretim ve hizmet sektörleri başta olmak üzere, yeterli gelir kaynaklarını elde edemediklerinden psikolojik yıkımlar yaşamaları da pandemi sürecinin olası etkileri arasında yer edinmektedir. Ekonomik bağlamda sıkıntı yaşayan birey ve toplumların varlığı, refah düzeylerinde belirgin oranlarda düşüşlerin yaşanmasına da sebebiyet vermektedir. Mevcut yaşam koşullarının (rutin) ve standartlarının değişimi, Covid-19 korona virüsünün ortaya çıkma nedeninin net olarak bilinmemesi, virüsün kontrol edilmesi güç şekilde ilerlemesi, dünya üzerinde her bir coğrafyada varlık gösteren bireyin hastalık riski taşıyor olması, tanıklık edilen çok sayıda ölüm vakalarının varlığı, güvenli yaşam alanları algısının sarsılması, sürecin tamamlanma tarihine dair öngörülerin karmaşası, temelde pek çok solunum yolu enfeksiyonuna sebep olan Covid-19 virüsünün yıkıcı ve hayati bedensel etkileri kadar kaygı, anksiyete, huzursuzluk, yalnızlık, depresyon, stres düzeylerinin artması ve türevleri başta olmak üzere örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok uzun süreli etkileri de beraberinde getirmektedir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

3.1. Araştırmanın Temel Araştırmanın Temel Problemi, Amacı ve Önemi

Çalışma, bebek patlaması kuşağına mensup bireylerin pandemi sürecinde değişen tutum ve davranışları tespit edilerek, analiz etmeye yönelik bir araştırmadır. Çalışmanın temel problemini oluşturan bebek patlaması (Baby Boomer) kuşağına mensup bireylerin, özellikle pandemi sürecinde geliştirdikleri yeni iletişim alışkanlıkları, çağımızın güncel gelişmeleri göz önüne alındığında, yadsınamaz bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin anı kaçırma korkusunun (FOMO) etkileri ile geliştirdikleri iletişim alışkanlıklarının pandemi sürecinde saptanması, bireylerin sosyal çevreleri dahilinde yaşadıkları değişimlere de ışık tutması adına önem arz etmektedir. Araştırma dahilinde, anı kaçırma korkusunun (FOMO) etkisi altında olduğu tespit edilen bireylerin ilgili yaklaşıma uygunluklarının saptanması isteği araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Çalışma farklı motivasyonlara, sosyal statülere, tercihlere, zevklere, beğenilere, isteklere, ideallere ve motivasyonlara sahip bireylerin, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının tespit edilmesi, pandemi sürecinin de etkisi ile birlikte, dijitalleşmenin yoğun olarak yaşandığı günümüzde gündemi kaçırma korkusuna karşı eleştirel bir bakış geliştirilmesi adına da önem arz etmektedir. Bu sebeple, çalışmanın literatüre nitelikli katkı sağlayacağı inancı hakimdir. Ayrıca çalışmanın, yeni medya konusunda çalışmalar yürüten araştırmacılara da katkı sunacağı motivasyonu mevcuttur.

Yalova ilinin Merkez ilçesinde ikamet eden ve gündem kaçırma korkusu hissiyatını taşıyan, meslek sahibi veya emekli, geliri 5.000 TL'nin üzerinde olan, Lisans ve üzeri eğitim seviyesinde ölçeklenen, bebek patlaması kuşağı olarak (1946-1964)

addedilen, yaşları 57 ve 75 arasında değişen, erkek ve kadın popülasyonunun, sosyal medya kullanım deneyimlerini irdelemeye yönelik olan araştırmada, verimli tespitlerin elde edildiğini ifade etmek mümkündür. Özellikle, günümüzde yaşadığımız pandemi süreci ile yeni normal olarak adlandırılan yeni bir yaşam şekli toplumlar tarafından deneyimlenmektedir. Yeni normal yaşam koşullarında geliştirilen davranış ve tutumların sosyal medya aracılığı ile yeni iletişim alışkanlıklarına evrilmesi, çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Sosyal medya araçlarının yaygın şekilde kullanımı ile dikkat çeken yeni iletişim alışkanlıkları, farklı boyutları ile gündem oluşturmaya devam etmektedir. Sosyal medya kullanım alışkanlıkları kapsamında benzer nitelikteki araştırmalar irdelendiğinde, literatür kapsamında mevcut olan kısıtlı çalışmalarda, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının farklı bakış açıları ile incelendiğini ancak özellikle pandemi süreci bağlamında yürütülen çalışmaların geliştirilmesi gerekliliğini ifade etmek mümkündür. “Bu sorumluluk bilinciyle hazırlanan bu çalışmada” (Çolak, Türkmen, Hanilçe, 2017: 88). ayrıca, bebek patlaması kuşağı olarak sınıflandırılan popülasyonun pandemi sürecinde yeni medya olgusunu deneyimlerini belirleme hedefi taşıdığından, önem arz etmektedir. İlgili hedefe yönelik akademik bir araştırmanın bulunmaması, çalışmaya ayrı bir kıymet addedilmesini sağlamaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, çıkış noktasını oluşturan olgunun sorgulanmasını, verilerin değerlendirilerek doğru okumalar gerçekleştirilmesini ve bulguları irdelenmesini sağlayan, verimli ve etkin araştırmalara olanak sağlayan sosyal bilimler disiplinleri tarafından sıklıkla kullanılan nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.

tirilmiştir. Nitel araştırma yöntemi bireylerin yaşamsal öykülerini, tutumlarını, alışkanlıklarını, varlık gösterdikleri toplumu ve mensubu oldukları kültürü anlamaya ve betimlemeye yönelik gerçekleştirilen okumaların bütünüdür. Toplumsal değişimlerin seyrini anlamaya dönük bilgi edinme yöntemlerinden biri olan nitel araştırma metodu, toplumsal ve kültürel yapıların okunmasına dair önemli katkılar sunmaktadır. Bilimsel bilgi üretimi çabalarının başat destekçilerinden biri olan nitel araştırma yöntemi, toplumsal, kültürel ve örgütsel yapıları tahlil etme imkanı sunan yöntem, bireylerin iç dünyalarını betimlemeye de olanak tanımaktadır. Sorgulanma ihtiyacı hissedilen çalışma alanı ile araştırılan toplum, örgüt veya kültürün bileşenlerini, ilişkilerini ve kodlarını ilgili grupların bakış açıları ile irdelemeyi mümkün kılan nitel araştırma yöntemi, sorgulama çözümlerinin etkin yaklaşımlar ile anlamların tanımlanmasını gerçekleştirerek, disiplinlerarası bütüncül bakış açıları sunan çok yönlü bir yöntemdir.

Gündem kaçırma korkusu bağlamında gerçekleştirilen çalışma, etnografik araştırma modeli ile yürütülmüştür. Evren ve örnekleme oluşturan bireylerden, araştırma ve gözleme dayalı olan etnografik araştırma modeli ile ayrı ayrı veya birlikte görüş ve bilgi edinme imkanı mevcuttur. Kalitatif nitelikte bir araştırma yöntemi olan etnografik araştırma modeli, elde edilen verilerin kıyaslanmasını ve bileşenler arasındaki ilişkilerin karşılaştırılmasını sağlayarak, yöntemsel bir çerçeve oluşturulmasını da mümkün kılmaktadır. Araştırma dahilinde yer alan bileşenlerin farklı bileşenler ile ilişkileri değerlendirilerek analizlerin gerçekleştirildiği etnografi, elde edilen bulguların yorumlanması ile sorunsalın yeniden anlamlandırılmasını ve açıklanmasını sağlamaktadır. Günlük yaşam pratiklerinin gözlemlenmesi ile insanı anlamaya ve yorumlamaya yönelen bi-

reysel, grupsal ve örgütsel nitelikteki çözümlere kaynak teşkil eden etnografi, metinsel, gözlemsel, yorumsal ve betimsel çözümlenmelere kaynak teşkil etmektedir. Birey, grup, örgüt ve kültür bağlamında mevcut anlamlar sistemini açıklama amacını taşıyan etnografi, olguları iç dinamikleri ile okuma hedefini temel almaktadır. Etnografinin en önemli amacı “belirli bir sosyal olgunun doğasını keşfetmektir; onunla ilgili hipotezleri sınamak değildir” (Atkinson ve Hammersley, 1998: 248).

Etnografik araştırma yöntemi, birey ve grupların kültürel değerlerini, güncel yaşam pratiklerini, inanç ve algılarını, bakış açılarını, iletişim biçimlerini, yaşamsal ihtiyaçlarını, ilişkilerinin boyutlarını, günün olağan koşullarını, dünya görüşlerini, sosyo-kültürel dönüşümlerini ve ilişki ile iletişim değişimlerini doğru okuyabilmek amacı ile uygulanmaktadır. Etnografik araştırma modeli, katılımcıları doğal yaşamları dahilinde gözlemele esasına dayalı olan bir veri toplama aracıdır. “Katılımcı gözlem metodu ile veri toplamada araştırmacı grup içerisinde aktif olarak yer alır” (Becker, 1958: 652). Gözlem metodu ile gerçekleştirilen etnografik model, birey ve grupların iletişim süreçlerine dair de detaylı bilgilerin edinilmesi adına önem arz etmektedir. Çalışma etnografik araştırma yönteminin doğasına koşut olarak, iki ayı kapsayan bir zaman diliminde, 5 katılımlı gözlem sürecini ihtiva etmektedir. Çalışma grubu ise, bebek patlaması kuşağı olarak (1946-1964) addedilen, biyolojik yaşları 57 ve 75 arasında değişen, 5 erkek ve 5 kadın olmak üzere toplam 10 kişiden oluşmaktadır. Araştırma sürecinde pandemi döneminde bebek patlaması kuşağına mensup olan gönüllü katılımcıların günlük yaşam pratikleri, anı kaçırma korkusu olgusunu anlamlandırma motivasyonları, sosyal medya kullanım ve deneyimleri tecrübeleri ve ilgili motivasyondan hareketle pandemi sürecindeki alışkanlıkları bulgulanmış ve incelenmiştir.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bebek patlaması kuşağı kavramının tanımına uygun olarak addedilen bireylerin pandemi süreci içerisinde gündemi kaçırma korkusu bağlamında incelenerek, özdeş tutum ve davranış kalıplarının tespit edilmesine yönelik sorunsalın araştırıldığı çalışmanın evrenini, Yalova ilinin Merkez ilçesinde ikamet eden ve gündem kaçırma korkusu hissiyatını taşıyan, meslek sahibi veya emekli, geliri 5.000 TL'nin üzerinde olan, Lisans ve üzeri eğitim seviyesinde ölçeklenen, bebek patlaması kuşağı olarak (1946-1964) addedilen, yaşları 57 ve 75 arasında değişen, erkek ve kadın popülasyonu ve örneklemi de 10 kişi oluşturmaktadır. Çalışmanın evrenini oluşturan Yalova ilinin Merkez ilçesinde ikamet eden katılımcıların gönüllülük esasına göre katılımları hedeflenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, katılımcıların gönüllülük düsturuna dayalı olarak katılımları varsayımı, araştırmanın sayıltılarını oluşturmaktadır. Bir sorunsalın tespit edildiği araştırmada, nesnelliğin sağlanması adına belirlenen evren, sorgulanmak istenen ve araştırmanın başat konusunu oluşturan konuda verilerin toplanmasına ışık tutmaktadır.

Her bir çalışma dahilinde, araştırma evreninin bütününe inceleme ve irdeleme imkanı olanaklar dahilinde olmadığından, araştırma evreninin çerçevesini çizilemek, verilerin net olarak tespit edilmesinde ve okumaların doğru olarak gerçekleştirilmesinde önem arz etmektedir. Sorunsal teşkil eden bir araştırma alanında, araştırmanın veri ve bulgularının genellenmesi ile elde edilebilecek çıkarımlar, geniş ölçekli bir araştırma alanının izdüşümü olma niteliğini haizdir. Araştırma konusunu kapsayan evrenin nicel ve nitel ölçütleri, birçok sınırlılığa ve sayılıya sahip olacağından, evrenin bütüncül özelliklerini uhdesinde barındıran bir yapıya sahip olan örneklem seçimi ile de çalışmanın yürütülmesi mümkündür. Evreni temsil ettiği kanı-

sına hakim olarak seçilen örneklem, evren dahilinde yer alan unsurlardan biri olarak addedilmekte olup, araştırmanın sorunsalına yanıt verebilecek bir küme olma özelliğine sahiptir. Bu sebeple, büyük ölçekte tanımlanan evrenin araştırılması esnasında, zaman, enerji, ekonomik ve türevleri örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok alanda evrenin temsili olarak addedilen örneklem, evrenin bir yansıması niteliğini haizdir.

Belirli ölçütler dahilinde seçilen örneklem, bir yandan araştırma alanını sayıtlılar ve sınırlılıklar bağlamında birçok zorluğun bertarafını sağlar iken öte yandan da araştırmacı/lara enerji, alan, zaman, hız ve ekonomik bağlamda pek çok kazanımı da beraberinde getirmektedir. Evren, araştırılmakta olan sorunsalı “seçilen öğelerin bütünü oluşturulan çerçeve”, olarak addedildiğinden, etkin analizler ile gerçekleştirilen ve doğru okumalar ile tespit edilen verimli bir örneklem, geniş ölçekli bir evrenden elde edilebilecek veri ve bulgulara kıyasla daha net, özgün ve yalın sonuçlar elde edilmesini de mümkün kılmaktadır. Bu sebeple, evreni temsil edebilecek örneklem grubunun en uygun şekilde seçilmesi, çalışmanın amacını, sorunsalın kapsamını ve verilerin doğru okunmasını da mümkün kılacaktır. Örneklem grubunun en doğal şekli ile tespit edilmesi, “bulguların hangi birimlerden elde edileceğini ve araştırma sonucunda yapılacak genellemelerin kimleri veya neleri kapsayacağını saptamak anlamını taşımaktadır” (Ural&Kılıç, 2006:33).

Araştırmanın alan çalışmalarının yürütülmesinde kullanılan etnografik araştırma yöntemine eşlik eden ve en doğru verilerin tespit edilmesi hedefine ulaşılmasını sağlayacağına inanılan amaçlı örneklem yöntemden biri olan kartopu (zincirleme), çalışmanın örneklem metodunu oluşturmaktadır. Sık rastlanmayan ve nadir özellikleri uhdesinde barındıran örneklerin

tespit edilmesini mümkün kılan zincirleme (kartopu) örnekleme metodu, tespit edilen deneklerin araştırmannın sürdürülebilirliği adına referanslar sağladıkları bir örnekleme tekniği olarak addedilmektedir. Bu yönü ile yönlendirmeli örnekleme yöntemi olarak da tanımlanan kartopu örnekleme, araştırmannın sorunsalını analiz etmek adına yeterli olabilecek veriye ulaşana değin kaynak teşkil edebilecek çıkarımların elde edilme sürecine değin bir kartopu misali büyümeye devam edebilmektedir.

Araştırmannın temel sorunsalını teşkil eden verilerin temin edilmesi kapsamında, etnografik araştırma yönteminin yürütülmesi sürecine uygun olarak gerçekleştirilen ve katılımcıların da gönüllü olarak hazır oldukları görüşmelerde, çalışma sorularını doğru ve net olarak anladıkları aynı zamanda da samimi şekilde yanıtladıkları varsayımı (sayılısı) mevcuttur. Çalışma, kartopu metoduna uygun olarak seçilen katılımcıların rahat hissettikleri doğal ortamlarında gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında yürütülen etnografik araştırma, Yalova ilinin Merkez ilçesinde 3 aylık bir zaman diliminde gerçekleştirilen alan araştırması olması sebebi ile sınırlanmaktadır. Bu yönü ile zaman kısıtı araştırmannın farklı bir sınırlılığını oluşturmaktadır.

4. Araştırmannın Veri Analizi ve Bulguları

Araştırmannın sorunsalını teşkil eden sorgulamaların gerçekleştirilmesi hedefini taşıyan çalışma kapsamında, katılımcıların gönüllülük esasıyla dahil oldukları alan araştırmasında, çalışmanın soruları, yarı yapılandırılmış soru formunda şu şekilde yer almakta olup, araştırmannın bulgularını da yarı yapılandırılmış forma bağlı olarak aşağıdaki şekilde analiz etmek mümkündür.

1. Sosyal medya sitelerine üyeliklerine (Sosyal medyayı kullanma alışkanlıklarına) yönelik veriler;

K.1. Twitter sosyal medya mı? Evet, kullanıyorum. Sadece bir sosyal medya hesabım var, onu da pandemi döneminde daha fazla evde olduğumuz için hesabı açtım.

K.2. Hepsine üyeyim ne var ne yok, her siteye mutlaka üye oluyorum ve aktif olarak da takip ediyorum.

K.3. Sosyal medya benim hayatım. Ne var ne yok, her bir sosyal medya sitesine üyeyim.

K.4. Evet, nerede ise her bir sosyal medya sitesine üyeyim.

K.5. Sosyal medya sitelerinin nerede ise tamamına üyeyim.

K.6. Sosyal medya hesaplarım var, severek kullanıyorum.

K.7. Evet, üyeyim, birçok siteyi takip ediyorum.

K.8. Sosyal medya sitelerinin hepsine üyeyim.

K.9. Birden fazla sosyal medya sitelerine üyeliğim vardır.

K.10. Sosyal medya sitelerine üyeyim, zor da olsa takip etmeyi öğrendim.

2. Sosyal medya sitelerini kullanma sıklığına yönelik veriler;

K.1. Günde 3-4 kere hesabımı kontrol ediyorum. Twitter hesabımı daha çok kullanıyorum. Facebook ve Instagram hesaplarımı daha az kullanıyorum.

K.2. Her aklıma geldiğinde sosyal medya sitelerine giriyorum, her gelişmeyi takip ediyorum. Günde en az 10-15 kere giriyorum.

K.3. Sosyal medyadan hiç çıkmıyorum desem yeridir. Sürekli telefonumda veya bilgisayarımda açıktır.

K.4. Sosyal medyayı çok kullanırım, bilgisayar başında sürekli hesaplarım açıktır. Nerede ise girmedığım an yok diyebilirim.

K.5. Her aklıma geldiğinde mutlaka hesaplarıma girerim. Saat başı şöyle bir bakarım.

K.6. Her gün mutlaka sosyal medyaya yoklamamı veriyorum.

K.7. Sıklıkla sosyal medyayı takip ederim, gelişmeleri izlerim.

K.8. Sosyal medya sitelerine her vaktim olduğunda girerim.

K.9. Her gün vaktim oldukça siteleri takip ederim. Paylaşımları okurum.

K.10. Çok sık sosyal medya sitelerine girerim, her gün birkaç saatte bir bağlanırım.

3. Sosyal medya paylaşım alışkanlıklarına yönelik veriler;

K.1. Çok az paylaşım yapıyorum, genelde takipçi olarak kalıyorum.

K.2. Çok sık paylaşıyorum, isim, resim, fotoğraf, yorum, beğeni, haber, her şeyi paylaşıyorum. Millete laf atıyorum, kim kime ne yazmış mutlaka bakıyorum.

K.3. Sürekli paylaşımlar yaparım. Her anımı paylaşıyorum desem yeridir.

K.4. Sabah uyanır uyanmaz kendime çeki düzen verip, günaydın manasında bir selfie paylaşıyorum. Gün içerisinde de her farklı durumu mutlaka paylaşmaya özen gösteriyorum.

K.5. Yemek yapsam paylaşırım, misafirim gelse paylaşırım, nerede ise tüm günümü paylaşırım. Adı üzerinde paylaşım siteleri.

K.6. Fazla bir paylaşım yapmıyorum. Çok nadir.

K.7. Özel hayatımı fazla paylaşmam ama yine de beğendiğim detayları paylaşmayı severim.

K.8. Sıklıkla paylaşımlar yaparım.

K.9. Hemen hemen her gün paylaşım yaparım. Yani mümkün olduğunda sık paylaşırım.

K.10. Sıklıklar paylaşımlar da yaparım, beğendiğim anekdotları ve hayatıma dair detayları paylaşırım.

4. Sosyal medya sitelerini kullanma sürelerine yönelik veriler;

K.1. Günde yaklaşık 1-2 saat kadar kalıyorum. Eskiden yani pandemi öncesinde ne olduklarını bile bilmiyordum.

K.2. Hiç saat tutmuyorum ama günde 4-5 saatim sosyal medyada geçiyor.

K.3. Tüm gün nerede ise gözüm kulağım sosyal medyadadır.

K.4. Tam bir süre veremiyorum ama nerede ise günümün tamamına yakın bir zamanı sosyal medyada geçiyor.

K.5. Yani hiç saate bakmadım ama günde 3-4 saat mutlaka girerim.

K.6. Süre olarak değişken ancak sıklıkla sosyal medyayı kullanırım.

K.7. Eğer sosyal mesajlar vermem gerekirse daha uzun süreler sitelerde kalabiliyorum. İlgimi çeken paylaşımlar da olur ise daha fazla süre ile takip ediyorum.

K.8. Sosyal medya sitelerinde çok fazla süreler kalırım. Saat veremem ama her fırsat bulduğumda giriş yaparım.

K.9. Şimdi zaman veremiyorum ama oldukça yoğun olarak kullanırım.

K.10. Süre tutmadım ama oldukça sık süreleri sosyal medyaya ayırırım.

5. Pandemi döneminde sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik veriler;

K.1. Tabi, değişti, daha fazla giriyorum. Hatta geçmişte kullanmayı bile bilmiyordum.

K.2. Pandemi öncesinde de sosyal medya kullanırdım, ama bugünlerde daha çok kullanıyorum, hep evdeyiz, ne yapalım, oyalanıyorum, aklım dağılıyor.

K.3. Pandemi döneminde sosyal medya kullanım oranım arttı, geçmişte bu kadar ilgilenmezdim.

K.4. Sosyal medyayı ilk günden beri sürekli kullanırım, ama pandemi döneminde evde daha fazla olduğumuz için daha fazla vakit buluyorum.

K.5. Pandemi döneminde sosyal medya ile tanıştım. Öncesinde uzak duruyordum.

K.6. Tabi, pandemi döneminde alışkanlıklarımız değişti, daha fazla kullanıyorum.

K.7. Pandemi döneminde daha fazla süreler takip ediyorum. Geçmiş zamanlarda bu denli fazla kalmıyordum. Pandemi bizleri evlerimize kapadı, zamanımız sosyal medyaya kaldı.

K.8. Pandemi döneminde sosyal medyayı daha fazla kullanıyorum.

K.9. Tabi, arttı, daha sık sosyal medya araçlarını kullanıyorum.

K.10. Pandemi döneminde sosyal medyayı daha çok kullanıyorum, daha fazla vakit oluyor.

6. Sosyal medyayı kullanım amacına yönelik veriler;

K.1. En çok haber almak için kullanıyorum. Hemen her şeyden haberdar olabiliyorum.

K.2. Ben de bilmiyorum, her amaçla, haber almak, insanların ne yaptıklarını öğrenmek, gelişmeleri takip etmek, her anlamda aklım sosyal medyada kalıyor.

K.3. Her amaçla giriyorum. Kim ne yapmış ne etmiş ne yemiş nereleri gezmiş merak ederim ben. Her gelişmeyi takip etmek isterim.

K.4. Çok amaçlı kullanıyorum. Bilgi edinme, haber alma, sosyal çevremın yaşamlarındaki gelişmeleri öğrenme gibi hemen her amaçla sosyal medyayı kullanıyorum.

K.5. Merak amaçlı kullanıyorum. İnsanların yaşamlarını merak ediyorum.

K.6. Bilgi alma, haberleri takip etme amacı ile kullanıyorum. Tabi listemdeki arkadaşlarımı da takip ediyorum.

K.7. İnsanları bilinçlendirmek ve toplumsal duyarlılık oluşturma amacı ile kullanıyorum.

K.8. Başkalarının ne yaptığını görmek, bilgi almak, gündemi takip etmek ve paylaşım yapmak amaçları ile kullanırım.

K.9. Çok amaçla kullanıyorum, paylaşım yapmak, insanları takip etmek, haber almak gibi.

K.10. Arkadaşlarımı takip etmek, yaşamıma dair detayları paylaşmak amaçları vardır.

7. Sosyal medya kullanımının kişilik özelliklerini etkileme durumuna yönelik veriler;

K.1. Beni yani kişilik özelliklerimi değiştirmede. Hatta bazı tanıdıkların kişilik özelliklerini değiştirdiklerini görüyorum, aman ben de etkilenmeyeyim diye kendi kendime düşünüyorum.

K.2. Hiç düşünmedim ama sanırım etkiliyor, şöyle bir güzel yere gideyim de bir fotoğrafımı paylaşayım diyorum veya daha güzel giyineyim de fotoğrafımı sosyal medyaya eklerim diye düşünüyorum. Daha özenli giyiniyorum, daha çok insanla iletişim kuruyorum.

K.3. Tabi, kesinlikle. Özgüvenim tazelendi. Sosyal medya ufkumu açtı.

K.4. Bana göre kişilik özelliklerim değişmedi ama çevremdekiler değiştiğimi söylüyorlar. Bence ben hep aynıyım ama renkli bir hayatım var. İnsanların dikkatini çekiyor.

K.5. Kişilik özelliklerim değişmedi, 20'li yaşlarımda nasılsam 60'lı yaşlarımda da aynı şekildeyim. İnsanlar çok değişti ama ben değişmedim.

K.6. Hayır, kişilik özelliklerimi sosyal medya kesinlikle değiştirmedim.

K.7. Benim değiştirmedim ama çevremdeki insanların kişilik özelliklerini değiştirdi.

K.8. Sosyal medyanın kişilik özelliklerini değiştirdiğine inanırım ama beni değiştirmedim.

K.9. İnsanların kişilik özellikleri değişti ama ben aynı kaldım.

K.10. İnsanların kişilik özelliklerini değiştirdi, beni de az da olsa değiştirdi.

8. Sosyal medya kullanımının yaşam tarzını değiştirme durumuna yönelik veriler;

K.1. Benim yaşam tarzımı değiştirmedim ama başkalarının yaşam tarzını değiştirdi. İnsanlar yaşamlarını reklam yapmak için sosyal medyayı kullanıyorlar.

K.2. Benim yaşam tarzımı da başkalarının yaşam tarzlarını sosyal medya çok değiştirdi. Ben de daha renkli giyiniyorum mesela, fotoğraflarda daha güzel çıkıyor.

K.3. Tabi, değiştirdi. Sosyal medyaya fotoğraf ekleyebilmek için daha fazla hareket eder oldum. Daha fazla çevreme dikkat eder oldum.

K.4. Sosyal medya yaşam tarzımı değiştirmede, ben yaşam tarzımı değiştirdim, sonra sosyal medyada paylaşmaya başladım.

K.5. Benim yaşam tarzım değişmedi. Yaşam tarzı ekonomik durum değiştiğinde değişir. Ben emekliyim, en fazla neyi değiştirebilirim. Para var, huzur var.

K.6. İnsanların yaşam tarzı sosyal medya ile değişti ancak benim yaşam tarzım değişmedi.

K.7. Benim yaşam tarzım ve yaşam amacım yıllardır aynı, mutlu olmak için yaşıyorum. Başkalarının yaşamaları adına yorum yapamam. Herkesin kendi tercihidir.

K.8. Yaşam tarzlarını değiştirdi, insanlar daha çok iletişim kurar oldu, gerçi pek çoğu sanal dostluklar oldu ama yine de yaşam biçimlerini değiştirdi. Benim yaşamımı değiştirmede.

K.9. Benim yaşam tarzım hep aynı, ama insanların yaşam alışkanlıkları çok değişti.

K.10. Daha bir özenle yaşamaya başladık, sosyal medyada paylaşacağımız durumlar çoğalsın diye bazen değişik ne yapsak diye düşünür olduk.

9. Sosyal medyaya ulaşım olanaklarına sahip olunmadığında yaşanan kaygıya yönelik veriler;

K.1. Hayır, sıkıntım olmuyor, bağlanabildiğimde tabi daha güzel oluyor, ancak ulaşamadığımda kendimi üzmiyorum.

K.2. Yani tabi merak ediyorum, ne oluyor diye hafif ürpe-riyorum. Bir boşluk oluyor tabi.

K.3. Sosyal medyaya kullanamadığımda bağımlılar gibi kendimi kötü hissediyorum. Yoksunluk duyuyorum, merak ediyorum, üzülüyorum.

K.4. Sosyal medyaya ulaşamadığımda anksiyetem tutar, rahatsız olurum.

K.5. Kendimi kötü hissederim, torunlarıma, çocuklarıma, paylaşımlarına bakıyorum. Bazen telefonumdan sosyal medyaya bağlanamıyorum, hemen torunlardan yardım istiyorum. Sosyal medya beni meşgul ediyor, aklımı dağıtıyor, aksi halde hayat daha sıkıcı oluyor.

K.6. Tabi bir eksiklik hissediyorum, kaygı duymuyorum ancak yine de olmayınca ihtiyacını hissediyorum.

K.7. Kendimi kötü hissederim, eksiklik duyarım. Merak ederim, bağlanmak isterim.

K.8. Merak ederim, yoksunluk hissederim. Elim sürekli telefonuma gider.

K.9. Kaygı yaşamıyorum da bir merak hissi uyanıyor tabi.

K.10. Kendimi yalnız hissediyorum, canım sıkılıyor, merak ediyorum.

10. İletişim içerisinde olunan bireylerin yaşam süreçlerini öğrenme motivasyonlarına yönelik veriler;

K.1. Tabi var, merak ediyorum, kim evlenmiş, kim nişanlanmış, kim hangi işe girmiş veya hayatlarında ne değişmiş, merak ediyorum.

K.2. Başkalarının yaşamlarını merak ediyorum, ki ne yapmış ne etmiş, nereye gitmiş, kim kiminle arkadaş, kim kime ne yorumlar yazmış, merak ediyorum.

K.3. Takip ettiğim kişilerin yaşamlarını öğrenmek için zaten sosyal medya kullanıyorum.

K.4. Takip ettiğim insanların yaşamlarını merak ediyorum tabi, paylaşımlarını takip ediyorum, yorumlar yazıyorum. Yakın çevremi, ünlülerden daha çok merak ediyorum.

K.5. Takip ettiğim kişilerin yaşamlarını tabi merak ediyorum. Zaten o yüzden takip ediyorum, merak etmesem takip etmem. Kim kiminle görüşüyor, kim kime ne yorum yazmış, mutlaka okurum, incelerim.

K.6. İnsanların yaşamlarını takip ediyorum, çok detaylı olmasa da göz gezdiriyorum.

K.7. Kişiden kişiye değişir, bazı insanların yaşam süreçlerini merak ve takip ediyorum.

K.8. İnsanların yaşam döngülerini merak ediyorum. Neler olup bittiğini takip ediyorum.

K.9. Takip ettiğim insanları merak ediyorum, o sebeple takip ediyorum. Kim nereye gitmiş, kim evlenmiş, kim iş değiştirmiş, hastalanmış gibi süreçleri sosyal medyadan öğreniyorum.

K.10. İnsanların yaşam süreçlerini merak ediyorum ama farklı paylaşımları daha çok seviyorum. Farklı kültürleri tanımayı seviyorum, çok bilgi ediniyorum.

11. Takip edilen bireylerin günlük yaşam pratiklerini öğrenme motivasyonuna yönelik veriler;

K.1. İnsanlar çok abartıyor, yemek yedikleri sofraları paylaşıyorlar, alamayanlar için kötü oluyor tabi. Ama daha empatik yaklaşımlar ile paylaşımlar yapılmalıdır.

K.2. İnsanların günlük yaşamlarında neler yaptıklarını merak ediyorum tabi.

K.3. Takip ettiğim kişilerin sosyal çevrelerini de çok merak ediyorum, bende bağımlılık yaptı.

K.4. Paylaşılan fotoğraflardan ve yorumlardan dahi insanların yaşamlarının gidişatını tahmin edebiliyorum. Farklı paylaşımlar ile daha fazla ilgileniyorum.

K.5. Tabi, insanlar günlerini nasıl geçiriyor? Merak ediyorum.

K.6. Sadece yaşamlarını merak ettiğim insanları takip ediyorum.

K.7. Bu da kişiden kişiye değişir, bazı insanların günlük yaşamlarını merak ve takip ederim.

K.8. Takip ettiğim herkesi sosyal medya ile daha iyi tanır oldum.

K.9. Günlük yaşama dair pek çok farklılığı sosyal medyadan öğreniyorum.

K.10. Sosyal medyada zaten insanlar günlük yaşamlarını sıklıkla paylaştıkları için bizler de ister istemez öğrenmiş oluyoruz.

12. Güncel gelişmelerden haberdar olma motivasyonuna yönelik veriler;

K.1. Güncel gelişmeleri sıklıkla takip ediyorum, merak ediyorum hem yakın çevremle ilgili hem de ülke ve dünya gündemini, yeni akımları her zaman takip ediyorum. Ama mutlaka haberdar oluyorum, o kadar vakit yaratıyorum.

K.2. Sağlıkta, ekonomide, siyasette, bilimde hangi gelişmeler olmuş, merak ederim, takip ederim hem ülkemizde hem de dünyada olan gelişmeleri gözlemlerim.

K.3. Özellikle pandemi döneminde güncel gelişmeleri daha çok merak eder oldum.

K.4. Tabi, güncel gelişmeleri takip ederim, merak ederim, insanların tepkilerini ve yorumlarını da merak ederim.

K.5. Daha çok ekonomik ve politik olayları takip ediyorum ama genel olarak her konuda da bilgi sahibi oluyorum. Eskiden de gazetelerden ve haberlerden takip ederdim.

K.6. Tabi güncel gelişmeleri takip ediyorum. Merak ettiğim konuları arıyorum.

K.7. Güncel gelişmeleri kendimi bildim bileli merak ederim ve takip ederim.

K.8. Dünya, ülke ve çevremi gelişmelerini sosyal medya ile güncel olarak takip ediyorum.

K.9. Güncel gelişmeleri takip ederim, merak ederim. Çevremde olup biteni bilmek isterim.

K.10. Güncel kalmak, bilgi edinmek, gelişmeleri öğrenmek önemli tabi, ilgileniyorum.

13. Takip edilen bireylerin yaşam doyum düzeylerinin katılımcılara oranla yüksek olmasına dair gelişen hissiyata yönelik veriler;

K.1. Herkes kendini sosyal medyada çok mutlu, çok zengin, çok özgür ve her şeyin en çoğu olarak gösteriyorlar. Bence çok fazla yalan söylemiş oluyorlar.

K.2. İnsan ister istemez kendi hayatını ve çevresini kıyas ediyor.

K.3. Kendimi kötü hissederim, bu durumda başkalarının yaşamlarını daha dikkatli bir şekilde mercek altına alırım. Ben de bir şeyler yapmalıyım diyorum.

K.4. İnsanların yaşamlarını takip ederim ama günün sonunda kendi hayatıma bakarım. Önemli olan benim mutluluğum ve yaşam doyum oranımdır.

K.5. İnsanların yaşam doyum olayını abarttığını düşünüyorum, herkes paylaştığı gibi mutlu, huzurlu ve şen değil. Sosyal medya maskeli balo gibi, herkes olmak istediği yüzünü gösteriyor. O kadarını yapamıyorum. Sosyal medyada sahte insanlar ve sahte gülüşler çok.

K.6. Herkesin kendi hayatı, ben kendi hayatıma bakarım, istediğim hayatı yaşamıyorum ama yine de yaşamdan zevk almaya ve mutlu olmaya çalışıyorum. Kimsede gözüm yok.

K.7. Başkalarını takip ederken arada bir kıskanırım, kendi hayatım ile kıyas ediyorum.

K.8. Başkalarını gördükçe genelde kendimi kötü hissediyorum, kendimle kıyas ediyorum.

K.9. Kendimi kötü hissederim, kendi yaşantımla kıyas ederim, bazen başkalarına özenirim.

K.10. Yaşamlarını dolu yaşayan insanlara özenirim, keşke ben de yapabilsen derim.

14. Takip edilen bireylerin sosyal medya paylaşımlarının, katılımcıların deneyimlerinden farklı olmasına yönelik veriler;

K.1. E insanız başkalarının yaşamları ile ister istemez kendi yaşamlarımızı kıyas ediyoruz, farklı deneyimler yaşayanları görünce gözüm gidiyor.

K.2. Tabi bazı deneyimler için geç kaldığımı düşünüyorum, keşke daha önce yapsa idim diyorum.

K.3. Ben başkalarından çok etkileniyorum, belki kötü bir durum ama ben de hemen kendimi kıyas edip, yeni fikirlerle ve yeni ortamlarla kendi deneyimlerimi paylaşmaya çalışıyorum. Sosyal medyada ben de varım diyorum.

K.4. Kıskanırım diyemem ama ben de kendi hayatıma renk katmaya çalışırım, yeni deneyimler kazanmaya gayret gösteririm.

K.5. Herkesin kendi hayatı, kendi deneyimleri var. Ben de bazen onlar gibi olmak istiyorum, evde börek yapmak yerine başkaları gibi sık restoranlara gitmek için içim gidiyor. Bazen de hak ettiğim hayatı yaşamadığımı düşünerek, üzülüyorum. Sonra kabulleniyorum.

K.6. Kendi deneyimlerim ile yaşadığım hayatımı kimse ile kıyas etmiyorum.

K.7. İnsan ister istemez farklı hayatları merak ediyor ve kendi hayatı ile sorguluyor.

K.8. Bazen takip ettiğim insanların hayatlarına gıpta ediyorum, onlar gibi olmak istiyorum.

K.9. Kendimi mutsuz hissedirim, tekdüze hayatımı renklendirmeye çalışırım.

K.10. Farklı deneyimleri paylaşanları ilgi ile takip ediyorum, hayatıma renk katıyorlar.

15. Gündemi kaçırma hissiyatı ile hayatı kaçırma kaygısının özdeşliğine yönelik veriler;

K.1. Tabi, insan psikolojisi, ben de çevremdeki insanlardan geri kalmak istemiyorum. Gündem ne ise görmek, bilmek ve takip etmek istiyorum. Hayatı kaçırmak istemem.

K.2. Tabi, gündemi kaçırınca insan kendini eksik hissediyor, hayatı da kaçırıyor bir şekilde.

K.3. Gündemi kaçırdığımda hayatı kaçırdığımı düşünüyorum, sosyal medyasız bir hayat düşünemiyorum.

K.4. Gündemi kaçırma istemem. Sosyal çevrem ile iletişim halinde olduğumda gündemi bilmiyor isem eksiklik duyarım.

K.5. Hayatı zaten kaçırmışım, sosyal medya ile bu hisse bazen daha çok kapılıyorum.

K.6. Gündemi takip etmek insan olarak bir ihtiyaç. Dünyada ve çevremizde neler olup bittiğini öğrenmek gerekiyor, gelişmelerin gerisinde kalmamak gerekir. Önemli bir durum.

K.7. Gündemi kaçırma insana kendini eksik hissettiriyor. Sürekli değişen gündemi takip etmek gerekir. Hayatı kaçırmak durumunun parametreleri başkadır bana göre. Gündemi kaçırma ise insanlarla olan iletişim süreçlerini etkileyen bir durumdur.

K.8. Sosyal medya bana hayatı bir oranda yakalama şansını veriyor. Bu sebeple, sitelere giremez isem hayatı ve gündemi kaçırıyorum gibi hissediyorum.

K.9. Gündemi kaçırma ile hayatı kaçırma eş değil ama özellikle pandemi süreci ile birlikte hayatlarımız da sosyal medyadan ibaret oldu. Bu sebeple artık hayatı yakalamak ancak sosyal medyayı takip etmek ile mümkün olabiliyor.

K.10. Gündemi kaçırdığımda ister istemez kendimi eksik hissediyorum, hayatı kaçırmıyorum ama sosyal çevremdeki ortamlardan geride kalmış oluyorum.

5. Araştırmanın Bulgularına Dair Tartışmalar

Yalova ilinin Merkez ilçesinde ikamet eden ve Gündemi Kaçırma Korkusu (FOMO) hissiyatı yaşadıkları düşünülen, meslek sahibi ve çalışan, geliri 5.000 TL'nin üzerinde olan, Lisans ve üzeri eğitim seviyesinde ölçeklenen, bebek patlaması kuşağı olarak (1946-1964) addedilen, yaşları 57 ve 75 arasında değişen, erkek ve kadın popülasyonunun, sosyal medya kullanım deneyimlerini irdelemeye yönelik olan araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda, etkin ve verimli bulgular edinilmiştir. Verilerin bulgularını şu şekilde analiz etmek mümkündür;

Sosyal medya sitelerine üyeliklerine (Sosyal medyayı kullanma alışkanlıklarına) yönelik veriler; Katılımcıların her birinin birden fazla sosyal medya hesaplarının oldukları, bilhassa pandemi döneminde daha etkin kullandıkları, aktif olarak takip ettikleri elde edilen bulgular arasında yer almaktadır.

Sosyal medya sitelerini kullanma sıklığına yönelik veriler; Katılımcıların günde en az 3-4 ila 10-15 kere hesaplarını kontrol ettikleri, nerede ise saat başı süreler ile sosyal medya hesaplarına bağlandıkları ifadeleri ile sosyal medya kullanım alışkanlıklarının yoğun olduğu tespit edilen veriler arasında yer almaktadır.

Sosyal medya paylaşım alışkanlıklarına yönelik veriler; Katılımcıların bir kısmı az düzeyde paylaşım yaparak, genelde takipçi olarak kaldıklarını ifade ederlerken diğer bir kısmı da çok sık paylaşım yaptıklarını, nerede ise her anlarını paylaştıklarını ifade eden veriler bulgulanmıştır.

Sosyal medya sitelerini kullanma sürelerine yönelik veriler; Katılımcıların gün içerisinde en az 1 saatlerini sosyal medya hesaplarına ayırdıklarını, sık aralıklar ile nerede ise uyanık oldukları süreler içerisinde yoğun şekilde zaman ayırdıklarını ifade eden tespitler gerçekleştirilmiştir.

Pandemi döneminde sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik veriler; Pandemi dönemi öncesinde sosyal medya hesaplarını kullanmayı bilmeyen katılımcıların dahi, pandemi döneminde sosyal medya hesapları açtıklarını ve ağırlıklı olarak tüm katılımcıların pandemi döneminde sosyal medya hesaplarını kullandıklarını ifade etmeleri bulgular arasında yerini almaktadır.

Sosyal medyayı kullanım amacına yönelik veriler; Katılımcılar haber almak, haber almak, insanların ne yaptıklarını öğrenmek, gelişmeleri takip etmek, bilgi edinmek, sosyal çevrenin yaşamlarındaki gelişmeleri öğrenmek, meraklarını gidermek, insanları bilinçlendirmek, toplumsal duyarlılık oluşturmak, gündemi takip etmek ve paylaşım yapmak amaçları ile sosyal medya kullanımları elde edilen veriler arasındadır.

Sosyal medya kullanımının kişilik özelliklerini etkileme durumuna yönelik veriler; Katılımcıların ağırlıklı olarak kişilik özelliklerinin değişmediğini ancak sosyal çevrelerinde iletişim halinde buldukları sosyal medya kullanıcıları olan tanışlarının kişilik özelliklerinin değiştiğini ifade etmeleri dikkat çeken bulgular arasında yer edinmektedir. Nadir olarak, daha çok insanla iletişim kurduklarını, özgüvenlerinin tazelen-

diğini, sosyal medyanın ufuklarını açtığını belirten katılımcıların varlık göstermesi araştırmanın çıktıları arasında yerini almaktadır.

Sosyal medya kullanımının yaşam tarzını değiştirme durumuna yönelik veriler; Katılımcılar ağırlıklı olarak sosyal medyanın kendi yaşam tarzlarını değiştirmediğini, ancak tanış oldukları sosyal medya kullanıcılarının yaşam tarzlarının değiştiğini, bir kısmının başkaları ile birlikte kendi yaşam tarzlarının da değiştiğini ifade ederken, yaşam tarzını değiştirdikten sonra sosyal medyada paylaşımlar yapmakta olduğunu ifade eden katılımcının varlığı da elde edilen bulgular arasında yerini almaktadır.

Sosyal medyaya ulaşım olanaklarına sahip olunmadığında yaşanan kaygıya yönelik veriler; Katılımcılar ağırlıklı olarak sosyal medyaya ulaşım olanaklarına sahip olmadıklarında huzursuzluk, yoksunluk, rahatsızlık, eksiklik ve mutsuzluk hissettiklerini ifade ederken, sıkıntı yaşamadıklarını dile getiren katılımcıların varlığı da bulguların arasında yer almaktadır.

İletişim içerisinde olunan bireylerin yaşam süreçlerini öğrenme motivasyonlarına yönelik veriler; Katılımcıların ağırlıklı olarak iletişim halinde oldukları bireylerin yaşam döngülerini merak ettikleri ve bu sebeple sosyal medyayı kullandıkları yönündeki görüşleri elde edilen verilerin odağında toplanmaktadır.

Takip edilen bireylerin günlük yaşam pratiklerini öğrenme motivasyonuna yönelik veriler; Sadece yaşamları merak edilen insanları takip eden katılımcıların varlığı ile birlikte, günlük yaşama dair pek çok farklılığı sosyal medyadan öğrendiklerini ve zaten insanlar günlük yaşamlarını sıklıkla paylaştıkları için ister istemez öğrenmiş olduklarını ifade eden katılımcıların ağırlıkta olması elde edilen veriler arasında yerini almaktadır.

Güncel gelişmelerden haberdar olma motivasyonuna yönelik veriler; Güncel gelişmeleri sıklıkla takip eden, merak eden, hem yakın çevre ilgili hem de ülke ve dünya gündemini, yeni akımları öğrenme motivasyonunu taşıyan, insanların tepkilerini ve yorumlarını öğrenerek, güncel kalmak ve bilgi edinmek amacını taşıyan katılımcıların ifadeleri araştırmanın tespit edilen diğer bulguları arasında yer almaktadır.

Takip edilen bireylerin yaşam doyum düzeylerinin katılımcılara oranla yüksek olmasına dair gelişen hissiyata yönelik veriler; Herkesin kendilerini sosyal medyada çok mutlu, çok zengin, çok özgür ve her şeyin en çoğu olarak gösterdiklerini, böylece çok fazla yalan söylenmiş olduğunu, kendi hayatları ile sosyal çevrelerinin yaşamlarının kıyas noktasına geldiğini, insanların yaşamlarını takip etmek ile birlikte günün sonunda kendi hayatlarını dikkate aldıkları, kendi mutluluk ve yaşam doyumlarının ön planda olduğunu, kendi yaşamları ile farklı yaşam tarzlarını kıyasladıklarını, başkalarına özendiklerini ifade eden katılımcıların görüşleri araştırmanın bulguları arasında yerini almaktadır.

Takip edilen bireylerin sosyal medya paylaşımlarının, katılımcıların deneyimlerinden farklı olmasına yönelik veriler; Başkalarının yaşamları ile kendi yaşamlarının kıyas edildiğini, bazı deneyimler için geç kalındığının düşünüldüğü, kendi hayatlarına renk katmaya çalışıldığını, yeni deneyimler kazanmaya gayret gösterildiğini, bazı zamanlarda hak ettiklerini düşündükleri yaşam şartlarına erişemediklerini, hayatı sorguladıklarını, farklı yaşamlara gıpta edildiğini, takip ettikleri bireyler gibi olmak istediklerini ve mutsuz hissettiklerini ifade eden görüşlerin yanı sıra kendi deneyimleri ile yaşadıkları hayatını kimse ile kıyas etmediklerini ifade eden katılımcıların varlığı, araştırmanın bulgulan verilerdir.

Gündemi kaçırma hissiyatı ile hayatı kaçırma kaygısının özdeşliğine yönelik veriler; Katılımcıların ağırlıklı olarak sosyal medya paylaşımları ile gündemi kaçırma endişelerinin hayatı kaçırma olgusu ile özdeşleştiği ifadelerinin yanı sıra, hayatı kaçırmak durumunun parametrelerinin farklı olduğunu savunan görüşlerin varlığı, tespit edilen veriler arasında yer almaktadır. Ayrıca özellikle pandemi süreci ile birlikte hayatlarımızın sosyal medyadan ibaret olduğu görüşü de yaygın kanaati oluşturmaktadır. Bu sebeple artık hayatı yakalamanın ancak sosyal medyayı takip etmek ile mümkün olabileceği görüşü araştırmanın diğer bulguları arasında yerini almaktadır.

Sonuç

Çağcıl toplumların ortak sorunu olarak addedilen günümüzün önemli problemlerinden biri olan pandemi süreci, vaka sayılarının dünya genelinde artarak devam etmesi, yakın geleceğe dair olumlu düşüncelerin kurgulanmasına olanak tanımamaktadır. Pandemi sürecinin birey ve toplumlar üzerinde bıraktığı olumsuz psikolojik etkilerin toplumsal bellek üzerinde bir korku durumunu beraberinde getirdiği açıktır. Bu sebeple, salgın olaylarının belirgin olduğu dönemlerin yaralarının sarılması tarihsel süreç içerisinde uzun zaman dilimlerini kapsadığını ifade etmek mümkündür. Tarihsel süreç dahilinde birçok salgın ile karşı karşıya kalan insanoğlu, yaşadığımız yüzyılda Covid-19 Koronavirüs pandemisi ile mücadele etmektedir. Pandemi döneminde alınan tedbirler gereği uzun zaman dilimlerini kapsayan süreçlerde evlerinde kalmak durumunda olan çağcıl toplumlar, sosyal bir varlık olma dürtüsünden hareketle ev dışı yaşamlarından kısıtlanmaları sebebi ile yaşam şekillerini değiştirmek ve dönüştürmek durumunda kalmışlardır. Kapalı ortamlarda uzun süreler hareketsiz kalan ve birçok sağlık

sorununu yaşamaya gebe bırakılan insanlar, zamanlarını yeni medya olarak addedilen sosyal medya mecralarına nakletmişlerdir. Yeni normal olarak isimlendirilen pandemi sürecinde iletişim yapılarını da tıpkı yaşamları gibi dönüştürmek durumunda kalan bireyler, insani etkileşimin kaçınılmaz bir sonucu olarak, iletişim yapılarını süreçlerini online platformlara taşımışlardır. Pandemi döneminde karantina altında birlikte bulunan aile bireyleri ile iletişim süreçleri kısıtlı olan bireyler, sınırlı iletişim yapılarını sosyal medya üzerinden çeşitlendirme yolu seçmişlerdir.

Pandemi döneminde sosyal medya kullanım alışkanlıklarının arttığı ve yoğunlaştığı açıktır. Olumsuz duygular ile başa çıkma yöntemlerinden biri olarak görülen sosyal medya, pandemi döneminde çağcıl toplumların imdadına yetişmiştir. Elbette ilgili kaçış, bir yandan olumsuz duyguların bertarafını mümkün kılar iken öte yandan farklı boyutları ihtiva eden alışkanlıkları, bağımlılıkları ve korkuları da beraberinde getirmektedir. İnternet teknolojisinin gelişimi ile başlayan, ulaşım ve iletişim teknolojilerinin de artan desteği ile gelişen yeni medya argümanları günümüzde, hızına yetişmenin zorlaştığı bir gelişim sürecini beraberinde getirmiştir. Sosyal medya araçlarını daha yoğun, sık ve aktif olarak kullanan bireylerde gündemi takip etme, gelişmelerden haberdar olabilme, iletişim süreçlerinin dışında kalma ve türevleri örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok durumdan uzakta veya geride kaldıklarında oluşan kaygı semptomları, depresif belirtileri ve olumsuz duygulanımların varlığı baş göstermektedir. İlgili durumlar ülkemiz literatüründe yeni bir araştırma konusu olarak addedilmesine rağmen dünya literatüründe yoğun bir araştırma konusu olarak yer edinen gündemi kaçırma korkusu çerçevesinde ifade bulmaktadır. Bireyler üzerinde bıraktığı olumsuz

etkileri sorgulanan gündemi kaçırma korkusu günümüzde davranış bilimlerinden işletmeye, pazarlama disiplininin iletişim bilimlerine değin birçok ana bilim dalının çalışma konusu olarak literatür dahilinde yer edinmiştir.

Varlık gösterdiğimiz, sürekli gelişim ve değişim içerisinde olan günümüzün dijital çağında, sosyalleşme ihtiyacı salt fiziksel ortamlarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda sosyal medya aracılığı ile de gerçekleşmektedir. Bireylerin sosyal medya araçlarına bilhassa pandemi döneminde daha aktif şekilde katılım sağladıklarını ifade etmek mümkündür. Ve dahi sosyal medya platformlarına geçmiş yıllarda uzak kalmaları durumu da pandemi sürecinde değişimlere uğramıştır. Pandemi sürecinde, sanal iletişim olgusu ile tanışan bireyler, sosyal medya üzerinden gelişmeleri takip etme, gündemi yakalama, sosyalleşme, aidiyet ihtiyacını karşılama ve kendini gerçekleştirme güdülerini tatmin etmişlerdir. İlgili güdülerin tatmini bir yandan bireylerin yaşamlarına olumlu özellikler katmakta iken öte yandan da sosyal medya mecralarından uzak kalma durumlarında ise kaygı, endişe ve korku motivasyonlarını taşımalarına sebebiyet vermiştir. Dijital çağın yeniliklerinden biri olan sosyalleşme ihtiyacının fiziksel ortamlardan sanal ortamlara taşınması durumu, bireylerin başkaları hakkında hızlı, sürekli, zaman mevhumundan bağımsız olarak bilgi sahibi olma ve takip etme güdüsünü uyandırmaktadır. İlgili güdülenme, sosyal medya mecralarına erişimlerinin mümkün olmadığı veya kısıtlı olduğu durumlarda ise yerini gelişmeleri kaçırma korkusuna bırakmaktadır. Gündemi kaçırma korkusu bireyin sürekli olarak sosyalleşme ihtiyacını tetiklemektedir. Sürekli olarak uyarılan birey, sosyal medya arkadaşları ile etkileşim halinde olma gerektiği düşüncesine kapılarak huzursuzluk hissetmektedir. Gelişmelerden yoksun kalma düşüncesi, sosyal mecralarda sü-

rekli olarak etkileşim içerisinde olma motivasyonunu da artırmaktadır. Gündemi kaçırma korkusunu yüksek seviyede yaşayan bireyler, iletişim içerisinde oldukları gruplara ve bireylere dair yüksek düzeyde aidiyet duygularını da geliştirmektedirler. Bu durum ilgili korkuyu yaşayan bireylerin iletişim içerisinde oldukları bireylerden ve gruplardan kabul görme ihtiyaçları da yüksek seviyelere erişmektedir. Benimsenmeye ve önemsenmeye dair gelişen gereksinim, çevrimiçi olmadıkları süre zarfında gruplardan dışlanabilecekleri hissiyatını da beraberinde getirmektedir. Gündemi kaçırma korkusu yaşayan bireyler ayrıca, aidiyet hissettikleri gruplardan dışlanmamak adına da gruplar ile iletişim süreçlerinde benzer tercihleri kabul ederek, kendini gerçekleştirme evresine eriştikleri hissiyatını da geliştirmiş olmaktadır. İlgili çalışma ve literatür dahilinde yürütülen çalışmalarda gündemi kaçırma korkusunun pandemi süreci ile birlikte artış eğilimi gösterdiğini ifade etmek gereklidir.

Kaynakça

“Pandemi Nedir, Ülkeleri Nasıl Etkiler? - Dünya Sağlık Örgütü Koronavirüsü Pandemi İlan Etti” (12 Mart 2020) <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51614548> E.T. 27.11.2021.

Atkinson, P. ve Hammersley, M. (1998). *Ethnography and Participant Observation*. Denzin ve Lincoln (Eds.), *Strategies of qualitative inquiry* (ss. 110-136). Thousand Oaks, CA: Sage.

Becker, B.S. (1958). *Problems of Inference and Proof in Participant Observation*”, *American Sociology Review*, 23 (6).

Ceylan, A. (2021). *Toplumsal Yapı Çözümlemeleri ve Bilgi Toplumu*, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 9 (1), 502-533. DOI: 10.19145/e-gifder.835368, 23.04.2021.

Çizmeci, Esra (2014). “Danah Boyd’da Sosyal Ağlar ve Gençlik”, Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar. (Der) Mukadder Çakır. İstanbul: Doğu Kitabevi. 383-411.

Çolak, M., Türkmen, İ. & Hanılçe, M. (2017). Halkın Tarihi ve Kültürel Bilinç Durumu: “Tokat Örneği”. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 12 (1), 81-102. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/gopsbad/issue/48586/617216>

Demirkıran, C. (2020)., Çift Dil ve Çift Kültür Yayıncılığı “Arte”, Ankara: İksad Yayınevi.

Demirkıran, C. (2020). Kısa Dalga Savaştan Soğuk Savaşa, Uluslararası Radyo Yayıncılığı. TRT Akademi, 5 (9), 146-161. Retrieved from: <https://dergipark.org.tr/en/pub/trta/issue/52035/647762>

Darı, A. B. (2017). Sosyal Medya ve Sağlık. 21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6 (18), 731-758. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/egitimvetoplum/issue/36222/407951>

Darı, A. B. (2018). Sosyal Medya ve Siyaset Türkiye’deki Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı, Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (1), 1-10. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/farabi/issue/33998/370664>.

Ergin, Çevik, T. (2020). Dijital(in) Ritmi, İletişim, Medya ve Kültür Alanlarında Yeni Perspektifler, (Editör) Selma Koç Akgül, Betül Pazarbaşı, İstanbul: Hiper Yayın, Kitabı İçinde Kitap Bölümü, “Sosyal Medyada Risk ve Kriz İletişimi Bağlamında Bilginin Dönüşümü ve Filtrelenmesi: ‘Covid 19 Pandemi Örneği’, S: 490-513.

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. Human Relations, 7(2), 117-140.

Genel, M.G. (2017). Türk İnsanının Değişen Tatil Anlayışında Medyanın Etkisi, https://tidsad.com/index.jsp?mod=tammetin&makaleadi=&makaleurl=2116690341_1431%20Mehmet%20G%C3%B6khan%20GENEL.pdf&key=30653 (E. T. 13. 12. 2021).

Genel, M.G. (2021). Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları ve Yalnızlık Algıları: Lise ve Ön lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1619269> (E.T. 18. 12. 2021).

Hato, B. (2013). (Compulsive) Mobile Phone Checking Behavior Out of a Fear of Missing Out: Development, Psychometric Properties and Test-Retest Reliability of a C-FoMO-Scale.

Işık, M.& Küçükalkan, Y. (2018). “Güzel”in Arayışında Bir Yönetmen: Paolo Sorrentino, B. Eryılmaz&K. Özlü&Y. B. Öztürk&C. Yüçetürk (Ed.). “Sosyal Bilimlerde Güncel Akademik Çalışmalar- 2018” içinde (195-205). Ankara, Gece Kitaplığı.

Kantar, G., Güler M. (2021). Pandemi Döneminde Türkiye'nin Uyguladığı Rumi Merkezli Yumuşak Güç Stratejisi, 157-180, Covid-19 İzdüşümünde Ekonomik, Sosyal ve Politik Yazılar, Editör: Doç. Dr. Gamze Yıldız Şeren.

Kılıç, İ., Ural A. (2006), Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi, Beta Yayıncılık, Ankara.

Küçükalkan, Y., Öztürk, S. (2018). İnsandan Makineye Belleğin Serüveni. M.G.Genel (Ed.) “İletişim Çağında Dijital Kültür” içinde (9-36) Konya, Eğitim Yayınevi.

Özel, B., Mumyalmaz, A. (2018), Max Horkheimer ve Theodor W. Adorno'da İnsan ve Tüketim İdeolojisi, Akademik Hassasiyetler, C. 5, S. 10, s. 61-82

Sayar, T.E. (2018). Dijitalleşen Dil: Emoji ve Kısaltmalar Dilimizi Değiş (Geliş) tirecek mi?, M.G. Genel (Ed.) “İletişim Çağında Dijital Kültür” içinde (37-56. ss). Konya, Eğitim Yayınevi.

Sayar, T.E. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Online Alışverişte Instagram Kullanımı: Yalova Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Örneği, C. Kandemir (Ed.) “Dijital Çağda Televizyon ve Medya” içinde (289-309. ss). İstanbul, Der Yayınları.

Sepetçioğlu, T. (2014). İki Tarihsel “Eski” Kavram, Bir Sosyo-Kültürel “Yeni” Kimlik: Mübadele Nedir, Mübadiller Kimdir?, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 180(180), 49-84. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/tsadergisi/issue/21490/230360>, 23.04.2021.

Sharma, S. (2015). Disengagement Behavior on Online Social Network: The Impact of Fear of Missing Out and Addiction, (Yayımlanmış Doktora Tezi). USA: Mississippi State University.

Tuncer, F. (2020). Öngörülemeyen Bir Küresel Düzen ve COVID-19: COVID-19 Karikatürleri ile Yeni Düzen Okuması, Gaziantep University Journal of Social Sciences, Vol 19 COVID-19 Special Issue, 42-58. DOI: 10.21547/jss.748641

Yalın, A. (2018). Yeni Medya ve Kültür: ‘Z’ Kuşağından İzlenimler, M.G. Genel (Ed.) “İletişim Çağında Dijital Kültür” içinde (79-90. ss). Konya, Eğitim Yayınevi.

Yalın, A. (2021). Covid-19 Salgınında Kültürlerarası Yeni Selamlaşma Arayışları Bir Çözüm Önerisi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 16 (1), 56-65. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/download/issue,file/48560>

Yaman, F. & Ayrancı, E. (2020). The Role Of Human Resources Management Within Business Continuity Management During The Pandemia, Human and Business Oriented Academic Research Assist. Prof. Gürkan KALKAN, SRA Academic Publishing, Lithuania.

Yinanç, A., Kırıcı Çevik, N. & Kantar, G. (2020). Türkiye’de Eğitim ve Sosyal Göstergelerin Mutluluk ile İlişkisi. JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy, 5 (2), 50-60. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/joeep/issue/55982/750667>.