T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Sosyoloji Anabilim Dalı

INSTAGRAM KULLANIMININ GENÇLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İRAN BELUCİSTAN İLİ ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Mustafa SHAHOUZAHI MOGHADDAM

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Nazar BAL

İstanbul – 2025

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı	**:**	Mustafa SHAHOUZAHI MOGHADDAM
Tezin Dili	**:**	Türkçe
Tezin Adı	**:**	Instagram Kullanımının Gençler Üzerindeki Etkisi: İran Belucistan İli Örrneği
Enstitü	**:**	İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Anabilim Dalı	**:**	Sosyoloji
Tezin Türü	**:**	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	**:**	09.05.2025
Sayfa Sayısı	**:**	125
Tez Danışmanları	**:**	Dr. Öğr. Üyesi Nazar BAL
Dizin Terimleri	**:**	Instagram, Sosyal İlişkiler, Dijital Kültür, İran, Gençler
Türkçe Özet	**:**	Bu araştırmada, Instagram'ın gençler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri incelenmiştir.
Dağıtım Listesi	**:**	1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne 2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Mustafa SHAHOUZAHI MOGHADDAM

T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Sosyoloji Anabilim Dalı

INSTAGRAM KULLANIMININ GENÇLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İRAN BELUCİSTAN İLİ ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Mustafa SHAHOUZAHI MOGHADDAM

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Nazar BAL

İstanbul – 2025

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Mustafa SHAHOUZAHI MOGHADDAM

…/…/2025

T.C.

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Mustafa SHAHOUZAHI MOGHADDAM' ın **"Instagram Kullanımının Gençler Üzerindeki Etkisi: İran Belucistan İli Örrneği"** adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalı Sosyoloji Bilim Dalı YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan _____

Doç. Dr. Mira ASSADI

Üye _____

Dr. Öğr. Üyesi Nazar BAL

(Danışman)

_____

Üye *Dr. Öğr. Üyesi Raheb MOHAMMADI GHANBARLOU*

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.... / .... / 20..

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Günümüzde sosyal medya, gençlerin günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Özellikle Instagram, bireylere hem kendilerini ifade etme hem de farklı yaşam tarzlarıyla etkileşim kurma imkânı sunarak dijital kimlik inşasında önemli bir rol oynamaktadır. Instagram'ın yoğun kullanımı; sosyal karşılaştırma, bağımlılık ve kültürel değerlerin zayıflaması gibi olumsuz sonuçlara yol açabileceğinden, bu etkilerin daha ayrıntılı biçimde incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu araştırma, Instagram'ın gençler üzerindeki sosyal, kültürel ve psikolojik etkilerini incelemeyi amaçlamakta olup, İran'ın Sistan ve Belucistan ili (eyaleti) sınırlarında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın hedef grubunu, 17-22 yaş aralığında bulunan İranlı Beluç genç bireyler oluşturmaktadır. Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen çalışmada, toplam 20 katılımcı ile görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılara ulaşmak için amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, Instagram'ın yaratıcılığı artırma ve sosyal bağları güçlendirme gibi olumlu etkilerinin yanı sıra; özgüven kaybı, sosyal karşılaştırma ve sosyal medya bağımlılığı gibi olumsuz sonuçlara da yol açtığını ortaya koymuştur. Ayrıca, Instagram'ın küresel kültürel trendlerin hızlı yayılımını teşvik etmesinin, gençlerin yerel kültürel değerlerinden uzaklaşmalarına neden olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda, Instagram'ın gençler üzerindeki çok yönlü etkileri ortaya konulurken, sosyal medya kullanımının bilinçli ve dengeli bir şekilde yönetilmesinin önemi vurgulanmaktadır. Araştırma bulguları, aileler, eğitimciler ve politika yapıcılar için; sosyal medya kullanımının olası zararlarını en aza indirme ve gençlerin bu platformdan daha sağlıklı biçimde yararlanmasını sağlama noktasında çeşitli öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Instagram, Sosyal İlişkiler, Dijital Kültür, İran, Gençler

SUMMARY

Nowadays, social media has become an integral part of young people's daily lives. Instagram, in particular, plays a significant role in digital identity construction by providing individuals with opportunities both to express themselves and to engage with different lifestyles. Due to the intensive use of Instagram, which can lead to negative consequences such as social comparison, addiction, and the weakening of cultural values, the need to examine these effects in more detail has emerged. This study aims to examine the social, cultural, and psychological effects of Instagram on young people and was conducted in the Sistan and Baluchestan province of Iran. The target group of the research consists of young Iranian Baluch individuals aged between 17 and 22. Using a qualitative research method, in-depth interviews were conducted with a total of 20 participants. Purposeful and snowball sampling methods were employed to reach the participants. The findings indicate that, alongside its positive effects such as enhancing creativity and strengthening social bonds, Instagram also leads to negative outcomes, including loss of self-confidence, social comparison, and social media addiction. Additionally, it was observed that Instagram's encouragement of the rapid spread of global cultural trends causes young people to distance themselves from local cultural values. In this context, while revealing Instagram's multifaceted effects on young people, the study emphasizes the importance of managing social media use in a conscious and balanced manner. The research findings offer various recommendations for families, educators, and policymakers to minimize the potential harms of social media use and to ensure that young people benefit from these platforms in a healthier way.

Keywords: Instagram, Social Relationships, Digital Culture, İran,Youth

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**
SUMMARY ..... **ii**
İÇİNDEKİLER ..... **iii**
KISALTMALAR ..... **v**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **vi**
HARİTALAR LİSTESİ ..... **vii**
ÖNSÖZ ..... **viii**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
ARAŞTIRMANIN KONUSU VE KAPSAMI

1.1. Araştırmanın Problemi 4
1.2. Araştırmanın Amacı 7
1.3. Araştırmanın Önemi 9
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları 10

İKİNCİ BÖLÜM
KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sembolik Etkileşimcilik Teorisi 11
2.1.1. Dil ve Semboller 12
2.1.2. Etkileşim 12
2.1.3. Sosyal Geri Bildirim 13
2.2. Dramaturjik Teorisi 13
2.2.1. Kimlik Oluşumu 14
2.2.2. Rol 14
2.2.3. Rol Türleri 15
2.3. Gidens Yapılandırma Teorisi (Structuration Theory) 16
2.3.1. Kontrol Mekanizmaları 18
2.3.2. Sosyal ve Kültürel Faktörler 18
2.4. Teknoloji Kabul ve Taahhüt Teorisi 18
2.5. Gösterişçi Tüketim Teorisi 20
2.5.1. Sosyal Rekabet 21
2.5.2. Sosyal Statü ve Kimlik 22
2.5.3. Taklit Davranışları ve Türleri 22
2.6. Kullanım ve Memnuniyet Teorisi 23
2.6.1. Bilgi Edinme 25
2.7. Sosyal Öğrenme Teorisi 25
2.8. Sosyal Medya 27
2.8.1. Sosyal Medyanın Tanımı 27

2.8.2. Sosyal Medyanın Özellikleri 29
2.8.3. Sosyal Medya Türleri 30
2.9. Instagram 31
2.9.1. Instagram'ın Temel Özellikleri 31
2.9.2. Sosyal Medya ve Instagram Bağımlığı 33
2.10. İran'ın Toplumsal Yapısı 33
2.10.1. Sosyal Medyanın İran Kültürüne Etkisi 34
2.10.2. Sosyal Medyanın Dindeki Etkisi 35
2.10.3. Modernite ve Yeni Zorluklar 36
2.10.4. Belucistan'ın Kültürel Yapısı ve Sosyal Medya 37
2.10.5. İranlı Gençler Üzerindeki Instagram'ın Etkileri 39

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Yöntemi 41
3.1.1. Araştırmanın Deseni 42
3.1.2. Katılımcılar 43
3.1.3. Veri Toplama Tekniği 45
3.1.4. Veri Toplama Süreci 46
3.1.5. Veri Analizi Süreci 47
3.1.6. Geçerlik ve Güvenirlik 48
3.1.7. Görüşmelerde Karşılaşılan Güçlükler 48

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Instagram'ı Kullanmanın Nedenleri 50
4.2. Instagram'ın Sosyal İlişkilere Etkisi 56
4.3. Instagram'ın Gençlerin Yaşam Tarzlarına Etkisi 63
4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı 70
4.5. Aile İçerisinde Artan Gerginlik ve Şiddet 76
4.6. Kültürel Değişimler 81

SONUÇLAR VE ÖNERİLER 89
KAYNAKÇA 99
EKLER 109

KISALTMALAR

GPD	**:**	Goffman'ın Dramatik Performans Teorisi
GTT	**:**	Giddens'ın İnşa Teorisi
IG	**:**	Instagram
SIT	**:**	Sosyal Etkileşim Kuramı
SMB	**:**	Sosyal Medya Bağımlılığı
TAM	**:**	Teknoloji Kabul ve Taahhüt Teorisi
UGT	**:**	Kullanım ve Memnuniyet Teorisi
vb.	**:**	ve benzeri
vd.	:	ve diğerleri

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-demografik Özelikleri.....46

HARİTALAR LİSTESİ

Harita 1. İran haritsı-Sistan ve Belucistan Bölgesi 40

ÖNSÖZ

Çalışmayı hazırlarken bana destek olan ve yol gösteren birçok kişiye teşekkür etmek istiyorum. Öncelikle, araştırmayı gerçekleştirmem için bana ilham veren, bilimsel bakış açımı geliştiren ve her adımda değerli rehberliğiyle yanımda olan saygıdeğer danışman hocam **Dr. Nazar Bal**'a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca, bu tez çalışmasının jüri üyeliğini kabul ederek, titiz değerlendirmeleri, bilimsel yönlendirmeleri ve değerli katkılarıyla tezimin gelişimine önemli ölçüde katkı sağlayan Sayın **Dr. Raheb Mohammadi** ve Sayın **Dr. Mira Assadi**'ye en içten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca, araştırmam boyunca bana destek olan aileme ve arkadaşlarıma da minnettarım. Onların sevgisi, anlayışı ve motivasyonu, bu sürecin zorluklarını aşmamda en büyük dayanağım oldu. Özellikle zorlu zamanlarda beni cesaretlendiren ve çalışmalarımı destekleyen herkese gönülden teşekkür ederim. Son olarak, çalışmanın hazırlanmasında katkı sağlayan ve değerli vakitlerini ayırarak görüşlerini paylaşan tüm katılımcılara teşekkür ederim. Onların samimi paylaşımları, araştırmamın anlamlı bir şekilde şekillenmesine olanak sağladı.Çalışmanın, akademik alanda küçük de olsa bir katkı sağlamasını ve bu alanda çalışan diğer araştırmacılar için faydalı bir kaynak olmasını dilerim.

Saygılarımla,

Mustafa SHAHOUZAHI MOGHADDAM

GİRİŞ

Sosyal ağların varlığı insanlık tarihine kadar uzanmaktadır ancak sanal sosyal ağlar son birkaç on yılda anlam kazanan bir olgudur. Öyle ki günümüzde pek çok kullanıcının hayatında kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmiştir (Cachia, 2008). Birçok genç sosyal ağ faaliyetlerine katılıp ve yaşam tarzlarını seçerken internet ilişkilerini kullanmaktadır (Hilberman, 2009). İran'da gerçekleştirilen bu araştırma, Instagram'ın gençler üzerindeki çeşitli etkilerini incelemeye odaklanmıştır.

İnovasyon ve teknolojinin gelişimiyle birlikte, sosyal medya ağları günlük hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu ağlardan biri olan Instagram, özellikle gençler ve gençler arasında en popüler ve yaygın olarak kullanılanlardan biridir. Bu sosyal platform, fotoğraf, video ve hikâye paylaşımı, arkadaşlarla iletişim kurma, sanatçıları ve ünlü kişileri takip etme ve ilgi çekici içerik sunma gibi geniş imkânlar sunarak, gençlerin sanal yaşamlarında hızla özel bir yer edinmiştir. Her teknoloji gibi, Instagram kullanımının da gençlerin zihinsel ve davranışsal durumları üzerinde çeşitli etkileri olabilmektedir. Instagram'ın gençlerin kimlik gelişimi üzerindeki etkileri, yalnızca bireysel düzeyde değil, toplumsal düzeyde de önemli bir yer tutmaktadır. Instagram'ın kültürel değişimlere yol açarak yerel değerlerin zayıflamasına neden olması, Instagram kullanımının sosyolojik boyutunu öne çıkarmaktadır. Aynı zamanda, sosyal medya platformlarının aşırı kullanımı gençlerin tüketim alışkanlıklarını, zaman yönetim becerilerini ve sosyal ilişkilerindeki dengeyi etkileyebilmektedir.

Bu konu hızla psikolojik ve sosyal çalışmaların tartıştığı ve dikkatini çektiği bir konu haline gelmiştir. Bir yandan, aktif Instagram kullanımı sosyal ilişkilerin geliştirilmesine, yaratıcılığın artmasına ve gençlerin özgüveninin yükselmesine katkıda bulunabilmektedir. Diğer yandan, bu deneyim gençler arasında stres, kaygı ve rekabet baskısı hissini artırabilir ve bazı durumlarda psikolojik ve sosyal sorunlara neden olabilmektedir.

Gelişen teknolojiyle birlikte, Instagram gibi sosyal platformlar, bireylerin kendilerini ifade etmeleri ve yaratıcı yönlerini keşfetmeleri için fırsatlar sunsa da, aynı zamanda bireylerin zihinsel sağlıkları üzerinde uzun vadeli etkiler bırakabilmektedir. Özellikle, gençler arasında platformun popülerliği, onları sosyal karşılaştırma, yetersizlik hissi ve bağımlılık gibi olumsuz duygulara sürükleyebilmektedir.

Araştırma, gençlerin Instagram kullanım alışkanlıklarını, dijital dünyadaki kimlik inşa süreçlerini ve bu süreçlerin günlük yaşamlarına olan yansımalarını kapsamlı bir şekilde ele almayı hedeflemektedir. Sosyal medyanın bireylerin kendi imajlarını sunmaları üzerindeki etkisi, sadece bireysel düzeyde değil, aynı zamanda toplumsal bağlamda da önemli değişimlere neden olabilmektedir. Özellikle, gençlerin platformda kendilerini nasıl temsil ettikleri ve başkalarının algılarını şekillendirme çabalarının, bireysel kimlikten sosyal kimliğe geçişlerini nasıl etkilediği araştırmanın önemli bir odak noktasıdır (Mead, 1934).

Instagram'ın bireylerin sosyal rollerini nasıl tanımladığını ve toplumsal normlar çerçevesinde kendilerini ifade etmelerini nasıl etkilediğini anlamak da araştırmanın amaçlarından biridir. Özellikle İran gibi kültürel olarak geleneksel değerlere sahip, ancak modern dijital etkileşim biçimlerinin de hızla yaygınlaştığı bir toplumda, gençlerin Instagram gibi platformlarda kendilerini nasıl temsil ettikleri ve başkalarının algılarını nasıl yönlendirdikleri, sosyal kimliğin dönüşümü açısından dikkat çekicidir. Giderek artan sosyal medya kullanımı, İranlı gençlerin bir yandan yerel normlara uyum sağlama, diğer yandan ise küresel dijital kültürle bütünleşme çabaları arasında sıkışmış ikili bir kimlik deneyimi yaşamalarına neden olmaktadır. Özellikle, dijital ortamların sunduğu imkânlar ve sınırlamalar, bireylerin kimliklerini sergileme biçimlerini şekillendirmekte ve bu durum, bireylerin içsel kimlik algılarını dönüştürebilmektedir (Turkle, 2011).

Araştırma, Instagram kullanımının gençlerin zihinsel ve davranışsal durumları üzerindeki etkilerini sosyolojik bir bağlamda incelenmekte ve platformun daha verimli yönetilmesi için çözüm önerileri ve rehberlik sunmaktadır. Çalışma, Instagram'ın gençlerin büyümesi ve gelişimi için nasıl faydalı bir araç olarak kullanılabileceğini daha iyi anlamaya katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Birinci bölümde, araştırma sorunu tanımlanmış ve Instagram sosyal medya platformunun Beluç gençleri üzerindeki etkilerine odaklanılmıştır. Araştırmanın hedefleri, bu olgunun sosyal, kültürel ve psikolojik boyutlarını incelemeyi içermekte olup, Beluçistan bölgesinin kültürel dinamiklerini anlamadaki önemi vurgulanmıştır. Ayrıca, araştırmanın coğrafi ve metodolojik sınırlılıkları ayrıntılı olarak ele alınmış ve temel araştırma soruları bu bölümde sunulmuştur.

İkinci bölümde, kuramsal ve kavramsal çerçeve sembolik etkileşimcilik, Goffman'ın dramaturji kuramı, Giddens'ın yapılandırma kuramı, teknoloji kabul modeli, gösterişçi tüketim, ve sosyal öğrenme gibi çağdaş sosyoloji teorilerine dayandırılmıştır. Bu teoriler, Instagram kullanıcılarının kimlik inşası, sosyal etkileşimleri ve kültürel etkilerini yorumlamak için analitik araçlar olarak kullanılmıştır. Bu bölümde, Instagram gibi sosyal medya platformlarının toplumsal etkilerini analiz edebilmek amacıyla İran'ın kültürel, sosyal ve dini yapısı incelenmiştir. Ayrıca, sosyal medyanın kültürel ve dini dönüşümler üzerindeki rolü ile modernitenin ortaya çıkardığı zorluklar ele alınmış; bu çerçevede, Sistan ve Belucistan Eyaleti[1] ile İran Beluç toplumunun sosyal yapısı, sosyal medya kullanımı bağlamında değerlendirilmiştir.

Üçüncü bölümde, araştırmanın metodolojisi ayrıntılı olarak açıklanmış; nitel araştırma yöntemi çerçevesinde alışma grubu, veri toplama teknikleri ve veri analiz süreci detaylandırılmıştır. Araştırmada, Beluçistan'da yaşayan 17 ila 22 yaş arasındaki 20 genç, amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemleriyle seçilmiştir. Veri toplama aracı yarı yapılandırılmış görüşmeler olup, veri analiz yöntemi tema analizidir. Görüşme sürecindeki zorluklar, özellikle İran'da Instagram'a erişim sınırlılıkları da bu bölümde değerlendirilmiştir.

Dördüncü bölümde, araştırma bulguları; Instagram kullanım nedenleri, sosyal ilişkiler üzerindeki etkileri, yaşam tarzındaki değişimler, sosyal medya bağımlılığı, aile içi gerginlikler ve kültürel dönüşümler gibi temel temalar çerçevesinde sunulmuştur. Veriler, katılımcılardan alıntılarla desteklenmiş ve önceki araştırmalarla karşılaştırılmıştır. Yaratıcılığın gelişmesi, sosyal ilişkilerin artması, etkiler ile sosyal karşılaştırma ve özgüven azalması gibi etkiler kapsamlı biçimde analiz edilmiştir.

[1]İran'ın idari yapısında **"Sistan ve Belucistan" birlikte bir eyalet (ostan)** olarak yer almakla birlikte, **bu çalışmada** dil kolaylığı açısından **"Belucistan ili"** ifadesi **başlıkta** tercih edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KONUSU VE KAPSAMI

1.1. Araştırmanın Problemi

Gençlerin temel çatışması kimlik bunalımı ve değerlendirme yapamama olduğundan (Vega, 2021), sosyal medyaya anında erişim yeterli alan ve sosyal ortam sağlanması nedeniyle başkalarıyla iletişimin ve sosyal dünyaya girmenin daha önemli hale gelmesi beklenmektedir. Araştırmalar, önceki yıllara kıyasla sosyal izolasyonun azaltılması ve daha kolay destek alınmasıyla ilişkilendirilmiştir (Clarke, Banerjee ve Amertunga, 2020). Örneğin, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'nde (sayı 36) yayımlanan bir araştırmaya göre, Instagram gibi sosyal medya platformları, sosyal destek kaynaklarına erişimi kolaylaştırmaktadır. Araştırma, nicel araştırma yöntemi kullanılarak 315 katılımcıdan çevrimiçi anket yoluyla veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Bulgular, sosyal medyada algılanan sosyal desteğin özellikle gençler arasında yaşam memnuniyetini artırabileceğini göstermektedir. Bireylerin çevrimiçi ortamda başkalarıyla bağlantı kurarak duygusal ve maddi ihtiyaçlarını karşılaması, sosyal izolasyon hissini azaltmaktadır.

Instagram kullanımı, gençler arasında yaygınlaştıkça, toplumsal baskıların ve dış görünüşle ilgili rekabetlerin artmasına neden olabilir, bu da gençlerde özgüven kaybına yol açabilmektedir. Gülnur Yenilmez Kaçar'ın İstanbul Üniversitesi'nde hazırladığı "Sosyal Ağlarda Benlik Sunumu: Gençlerin Instagram Kullanımı Üzerine Bir İnceleme" başlıklı tezine göre, Türkiye'de gençler Instagram'ı dikkat çekmek, kendilerini ifade etmek ve sosyal onay almak için kullanıyorlar. Araştırma, grup görüşmeleri ve anketlerle yapılmış ve gençlerin Instagram'ın farklı bölümlerini (gönderiler ve hikâyeler) kimliklerini göstermek için nasıl kullandıklarını incelemiştir. Araştırma, Goffman'ın İzlenim Yönetimi teorisini kullanarak, Instagram'ın gençler için sadece bir sosyal medya platformu olmadığını, aynı zamanda kimliklerini sergilemek ve onay almak için bir araç olduğunu ortaya koymuştur (Yenilmez Kaçar, 2020). Araştırmalar, Instagram kullanıcılarının, özellikle üniversite öğrencilerinin, filtreler ve izlenim yönetimi gibi araçlar kullanarak gerçek benliklerinden farklı idealize edilmiş bir imaj sunduklarını göstermektedir. Bu durumun, bireylerin kimlik oluşumu ve öz-değerlendirme süreçleri üzerinde etkili olduğu, özellikle ergenlerde gerçeklik algısını zorlaştırabileceği belirtilmektedir (Gündüz vd., 2018).

Instagram'da ideal vücut görsellerine bakarak çok fazla zaman harcayan gençlerin sıklıkla ideal vücutlu erkek ve kadınların örnek görselleriyle karşılaştıklarını göstermiştir. Sosyal medya platformlarında özellikle Instagram'da beden imajına ilişkin ideal görsellerle sürekli karşılaşmanın, özellikle genç kadınlar arasında sosyal karşılaştırmaları artırarak özgüven kaybına ve beden memnuniyetsizliğine yol açtığını ortaya koymuştur. Araştırmanın sonuçları, bu tür içeriklerden bir süre uzak kalmanın, bireylerin beden algısında olumlu bir değişim yarattığını ve özellikle zayıflık ideallerini içselleştirmiş bireylerde daha olumlu bir beden imajının geliştiğini göstermektedir (Smith, Mills Ve Samson, 2024). Bu karşılaştırma kişinin kendi bedenini kabul edememesine ve ona saygı duymamasına ve bunun sonucunda da özgüveninin azalmasına neden olabilir (Vartanian, Fardouly, 2016). Başkalarının dış görünüşleri ve kişisel yaşamları hakkındaki yorumlara ve eleştirilere karşı artan stres ve endişe, platformdaki etkileşimleri zorlaştırabilmektedir. Beğeniler ve takipçiler gibi toplumsal baskılar, istenmeyen rekabetlere ve toplumun standartlarına uyum sağlayamamanın yıkıcı etkilerine neden olabilmektedir. Boyd'a göre, sosyal medya gençler için yalnızca bir eğlence aracı değil, aynı zamanda bir kimlik inşa etme ve sosyal bağ kurma alanı olarak hizmet etmektedir (Boyd, 2014).

Bu platformlar, gençlerin kendilerini ifade etme ve sosyal kabul görme ihtiyaçlarını karşılamak için temel bir araç haline gelmiştir. Okul Ergenlerinin Uluslararası Davranışsal Sağlık Raporu'na göre (akt. Inchley ve diğerleri, 2020), 17-23 yaşlarındaki ergenlerin %35'i, diğer çevrimiçi kullanıcılarla sürekli iletişim halinde olan yoğun sosyal medya kullanıcıları olarak tanımlanmaktadır. Son yıllarda gençlerin %45'i Instagram'da daha hızlı çevrimiçi olmaktadır ve başkalarıyla iletişim kurmaktadır (Anderson ve Jiang, 2018). Bunlar arasında gençlerin %7'si sorunlu Instagram kullanımına sahiptir ve bu da onlarda ciddi davranış sorunlarına neden olmaktadır (Inchley ve ark., 2020). Chicago Üniversitesi'nde 2017 yılında yapılan bir araştırmaya göre "Instagram" ve "Snapchat" platformları gençler arasında giderek daha popüler hale gelmekte ve platformlar, gençlerin yaşam tarzları üzerinde çeşitli etkiler oluşturmaktadır (Chicago Üniversitesi Ulusal Görüş Araştırma Merkezi, 2017).

Instagram bağımlılığı, gençleri önemli diğer faaliyetlerden, örneğin eğitimden ve fiziksel aktivitelerden uzaklaştırabilmektedir. Bu bağımlılık, günlük görevlere dikkati azaltabilir ve stres ve endişe seviyelerini artırabilmektedir. Bazı durumlarda, kişiler diğerlerinin Instagram gönderilerine aldıkları olumlu tepkilerden giderek daha

fazla bağımlı hale gelebilirler. Buna ek olarak, gençler Instagram'da uygunsuz içeriklere ve güvenlik risklerine maruz kalabilirler, bu da çevrimiçi güvenlikleriyle ilgili riskleri artırabilmektedir. Bu, kişisel bilgilere erişim, şiddet içeren içeriklere maruz kalma veya son derece zararlı uyarıcılarla karşılaşma gibi durumları içerebilmektedir. Son zamanlarda yapılan araştırmaların bulgularından biri, çevrimiçi sosyal ortamda daha aktif olan gençlerin daha yüksek düzeyde zorbalığa maruz kalmasıdır. Livingstone ve Sefton-Green, sosyal medyanın kültürel bağlam üzerindeki etkilerini ele almış ve platformların gençlerin küresel kültürlerle hızlı bir şekilde etkileşim kurmasını sağladığını, ancak bu durumun yerel kültürel değerlerin aşınmasına neden olabileceğini ifade etmiştir (Livingstone, Sefton-Green, 2016).

Bu konulara dikkat çekmek ve gençlere Instagram'ı sorumlu ve güvenli bir şekilde nasıl kullanacaklarını öğretmek önemlidir. Bu, okullarda öğrencilere ve ailelerle diğer çevrelerdeki yetişkinlere eğitim vermekle kalmaz, aynı zamanda gençlerin sosyal medya platformlarına bilinçli bir şekilde yaklaşmalarına yardımcı olur. Araştırmalar, Instagram'ın gençler arasında sosyal ilişkileri güçlendirmeye ve sosyal desteği artırmaya yardımcı olabileceğini göstermektedir. 2016 yılında Toronto Üniversitesi tarafından yapılan bir araştırmada, Instagram'ın olumlu ve yapıcı kullanımının kişiler arası ilişkileri geliştirebileceğini ve sosyal aidiyet duygusunu artırabileceğini göstermiştir. Kaliforniya Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Enstitüsü tarafından yapılan araştırmalar, Instagram'ın gençlere farklı kültürler ve kimlikler hakkında bilgi edinme fırsatı sunduğunu ve bu sayede kültürel anlayışlarını artırmalarına ve kişisel kimliklerini güçlendirmelerine yardımcı olduğunu göstermiştir.

Önceki yapılan araştırmalara göre beğeniler ve olumlu yorumlar, sosyal onayı güçlendirebilir, ancak bu onay genellikle geçicidir ve gençleri sürekli bir onay arayışı döngüsüne sokabilmektedir. Örneğin, Zhao ve arkadaşları (2022) tarafından kaleme alınan “Understanding Teenage Perceptions and Configurations of Privacy on Instagram” başlıklı çalışmada, gençlerin Instagram’da sosyal onay arayışı içerisinde oldukları vurgulanmaktadır. Araştırma, beğeni ve yorumlar gibi etkileşimlerin sağladığı sosyal onayın geçici nitelikte olduğunu ve bu durumun gençleri sürekli olarak yeni içerik üretmeye teşvik ettiğini ortaya koymaktadır. Sürekli onay ve popülerlik arayışı, gençlerin görünüşlerine ve paylaşımlarına daha fazla dikkat etmelerine neden olabilir ve hatta davranışlarını ve sosyal değerlerini başkalarının

beklentilerine göre değiştirmelerine yol açabilmektedir. Sonuçlar, Instagram'ın gençler üzerindeki etkilerinin karmaşık ve çok yönlü olabileceğini göstermektedir.

Ankara Üniversitesi'nde yürütülen "Türkiye'de Ergenlik Çağındaki Öğrencilerin Instagram Kullanma Pratikleri Üzerine Bir Saha Araştırması" (2019) adlı yüksek lisans tezi, lise öğrencilerinin Instagram kullanım alışkanlıklarını ve platformun sosyal ilişkileri üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelemiştir. Çalışmanın bulguları, Instagram'ın gençlerin kimlik sunumu, sosyal onay ihtiyacı ve grup aidiyeti gibi psikososyal dinamiklerini önemli ölçüde şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmada, Instagram'ın genç bireyler üzerindeki etkisi; benlik saygısı ve özgüvenin şekillenmesi kadar, toplumsal değerler ve normlar bağlamında taşıdığı yönleriyle ele alınmakta; sosyal medya platformlarının gençlerin kişisel ve toplumsal kimlik inşa süreçlerine nasıl etki ettiği sosyolojik bir perspektiften incelenmektedir. İran bağlamında değerlendirildiğinde, Instagram gençler için sadece bireysel ifade alanı değil, aynı zamanda geleneksel normlarla dijital kültür arasında kimlik inşasının gerçekleştiği bir ortamdır. Özellikle kültürel çeşitliliğiyle öne çıkan İran'ın güneydoğusunda yer alan Beluç toplumu bağlamında, sosyal medya, gençlerin kimlik oluşturma süreçlerinde daha da kritik bir rol üstlenmektedir. Toplumsal baskılar ve kültürel kısıtlamalar nedeniyle, Instagram hem İranlı gençler genelinde hem de Beluç gençleri özelinde alternatif kimlik biçimlerinin geliştirilmesine olanak tanımakta; böylece dijital etkileşimler, onların değer algılarını ve sosyalleşme pratiklerini derinden etkilemektedir. Sosyal medya, bireyin hem kendisiyle hem de toplumla kurduğu ilişkiyi dönüştürmekte; bu durum, özellikle geleneksel yapılarla daha yoğun biçimde çevrelenmiş olan Beluç gençlerinin sosyal etkileşim biçimlerini, kendilik algılarını ve kültürel aidiyetlerini yeniden üretmelerine zemin hazırlamaktadır. Bu çerçevede, araştırmanın temel problemi; Instagram kullanımının İranlı Beluç gençlerin toplumsal kimlik oluşumu, değer algıları ve sosyalleşme pratikleri üzerindeki etkilerini sosyolojik bir bakış açısıyla ortaya koymaktır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, Instagram'ın gençler üzerindeki sosyal, kültürel ve psikolojik etkilerini kavrayarak, bu etkilerin onların psikolojik ve toplumsal sağlığı üzerindeki olası sonuçlarını nitel araştırma yöntemi ve e-görüşme tekniği aracılığıyla

ortaya koymaktır. E-görüşmeler, katılımcıların internet üzerinden görüntülü veya yazılı biçimde araştırmacıyla etkileşime geçmesine olanak tanıyan esnek bir veri toplama yöntemidir ve özellikle fiziksel erişimin kısıtlı olduğu durumlarda tercih edilmektedir (Janghorban, Roudsari ve Taghipour, 2014). Bu doğrultuda, Erving Goffman'ın "Kendini Sunma" kuramı (Dramaturjik Teori), gençlerin Instagram'da idealize edilmiş bir benlik sergileyerek sosyal onay arayışlarını değerlendirmede temel kuramsal çerçeveyi sunmuştur. Anthony Giddens'ın Yapılandırma Teorisi, bireylerin sosyal medya kullanımı yoluyla toplumsal yapıları nasıl yeniden şekillendirdiğini açıklamada kullanılmıştır. Ayrıca, Teknoloji Kabul ve Taahhüt Teorisi, gençlerin Instagram'a yönelme motivasyonlarını anlamada; Gösterişçi Tüketim Teorisi, platform üzerindeki tüketim davranışlarını yorumlamada; Sembolik Etkileşimcilik Teorisi, bireylerin sosyal ilişkilerde kimliklerini nasıl inşa ettiklerini incelemede; Kullanım ve Memnuniyet Teorisi, Instagram'ın hangi beklentilere yanıt verdiğini çözümlemede; ve Sosyal Öğrenme Teorisi, kullanıcıların platformda sergilenen davranışları nasıl benimsediğini değerlendirmede kuramsal temel sağlamıştır.

Araştırma, sosyal medyanın gençler üzerindeki etkilerini sadece bireysel bir çerçevede değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bağlamda da değerlendirmeyi hedeflemektedir. Böylece, Instagram kullanımının bireylerin kimlik inşa süreçlerine olan etkileri, toplumsal beklentiler ve dijital çağın getirdiği yenilikler ışığında daha derinlemesine anlaşılabilecektir (Boyd, 2014).

Araştırmada Instagram'ın gençler üzerindeki etkisi incelenerek aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır:

1-Gençlerin sosyal medya, özellikle Instagram'da fazla zaman harcaması ne gibi etkilere sahiptir?

2-Instagram kullanımı, gençler arasındaki sosyal iletişimi nasıl etkilemektedir?

3-Instagram kullanımının gençlerin duygusal ve psikolojik durumları üzerindeki etkileri nelerdir?

4-Instagram kullanıcıların yaşam tarzları ve onların paylaştıkları içerikler (reklamlar gibi) gençlerin yaşamını nasıl değiştirmektedir?

5-Instagram, gençlerin özsaygı, karar verme ve tehlikeli davranışlar gibi davranışları üzerinde etkili olabilir mi?

1.3. Araştırmanın Önemi

Instagram, günümüz gençliği arasında en yaygın kullanılan sosyal medya mecralarından biri olduğundan, araştırma söz konusu platformun gençler üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik önemli bir sosyolojik katkı sunmaktadır. Özellikle gençlerin hayatlarında önemli bir yere sahip olan Instagram'ın, onların psikolojik durumlarını, sosyal ilişkilerini ve davranışlarını nasıl etkilediği giderek daha fazla merak konusu haline gelmiştir. Araştırmanın İran'ın Beluç toplumu özelinde yürütülmüş olması, bulgulara kültürel bağlamda önemli bir derinlik kazandırmaktadır. İran'da sosyal medya kullanımı resmi kısıtlamalara rağmen hızla yaygınlaşmakta, özellikle gençler arasında dijital platformlar kimlik arayışının ve toplumsal aidiyetin bir aracı haline gelmektedir. Instagram gibi sosyal medya araçlarının, gençlerin kimlik gelişimi, özgüven düzeyleri ve toplumsal normlara uyum süreçleri üzerinde etkileri olabilmektedir. Araştırma, gençlerin platformu kullanma biçimlerini ve sonuçlarını daha ayrıntılı bir şekilde anlamamıza olanak sağlayabilmektedir. Aynı zamanda, gençlerin psikolojik ve sosyal sağlıklarını desteklemek için etkili stratejiler geliştirmeye katkı sunabilmektedir.

Bunun yanı sıra, araştırma, okul yöneticileri, ebeveynler ve sosyal çalışmacılar için değerli bir bilgi kaynağı olarak hizmet edebilmektedir. Gençlerin sosyal medyada karşılaştığı riskleri ve zorlukları daha iyi anlamak, bu risklere karşı koruyucu önlemler almak ve onları bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı haline getirmek için bu tür çalışmalar son derece önemlidir. Araştırmadan elde edilen bulgular, eğitim programlarının geliştirilmesine, ebeveynlerin çocuklarını dijital dünyada nasıl yönlendirebileceğini anlamalarına ve sosyal hizmet uzmanlarının gençlere daha etkili destek sunmalarına yardımcı olabilmektedir. Araştırma, Instagram'ın gençler üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlamaya yönelik yeni veriler sunmakta; hem gelecekteki çalışmalara kuramsal bir temel oluşturmakta hem de gençlere yönelik destekleyici strateji ve çözüm önerilerinin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

Çalışma, sadece gençlerin bireysel hayatlarına değil, toplumsal yapının bütününe de katkılar sağlayabilmektedir. Gençlerin çevrimiçi davranışlarını anlamak, onları sağlıklı dijital alışkanlıklar kazanmaya teşvik etmek ve olumsuz etkilerden korumak için daha bilinçli politikalar ve uygulamalar geliştirilmesi gerekmektedir. Araştırma bulguları, hem bireyler hem de kurumlar için bir rehber niteliği taşıyarak,

gençlerin ruh sağlığını ve toplumsal uyumlarını güçlendirmek için somut adımlar atılmasını sağlayabilmektedir. Bu nedenle, araştırmanın sonuçlarının gençlerin daha sağlıklı çevrimiçi alışkanlıklar geliştirmelerine yardımcı olması beklenmektedir.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma bazı kısıtlamalara sahiptir ve bunları göz önünde bulundurmak sonuçların doğru yorumlanması için önemlidir. İlk olarak, araştırma belirli bir bölge, yaş grubu ya da toplulukla sınırlı olabilmektedir. Özel olarak İran'ın Sistan ve Belucistan eyaletinde yaşayan Beluç gençlerini incelemektedir; dolayısıyla elde edilen sonuçlar bu topluluğa özgüdür ve genelleştirilmesi sınırlı olabilmektedir. Instagram kullanımı kırsal bir bölgede yaşayan gençlerle şehirde yaşayan gençler arasında farklılık gösterebilmektedir.

İkinci olarak, araştırma süresi sınırlı olduğu için verilerin tam anlamıyla toplanması veya derinlemesine incelenmesi mümkün olmayabilmektedir. Kısa bir süre içinde yapılan bir çalışma, Instagram kullanım alışkanlıklarındaki uzun vadeli değişimleri göz ardı edebilmektedir. Ayrıca, kullanılan yöntemlerin de kendi içinde bazı sınırlamaları olabilmektedir. Örnek olarak, görüşmelerde katılımcılar bazen dürüst cevaplar vermek yerine sosyal açıdan kabul edilebilir cevaplar verebilmektedir.

İran gibi Instagram'ın yasak olduğu ülkelerde araştırma yapmak daha da zor olabilmektedir. Yasaklar, hem araştırmacıların hem de katılımcıların bilgiye erişimini kısıtlayabilmektedir. Örneğin, bazı gençlerin Instagram'a erişim sağlamak için VPN kullanması, platformdaki gerçek kullanım alışkanlıklarını etkileyebilmektedir. Bir diğer kısıtlama, katılımcıların mahremiyet kaygılarıdır. Bazı katılımcıların görüşme sırasında kendilerini tam olarak ifade edememeleri, elde edilen verilerin bütünlüğünü ve derinliğini sınırlayabilmektedir. Ayrıca, araştırmada tüm etkilerin kontrol edilmesi her zaman mümkün olmadığından, sonuçların farklı yorumlanmasına yol açabilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sembolik Etkileşimcilik Teorisi

George Herbert Mead tarafından temelleri atılan ve Herbert Blumer tarafından geliştirilen Sembolik Etkileşimcilik Teorisi, insan etkileşimlerinin nasıl anlam yarattığını ve bu anlamların bireylerin kimlik ve davranışlarını nasıl etkilediğini açıklayan önemli bir yaklaşımdır. Teori insanların diğer bireylerle olan etkileşimleri sonucunda nesnelere, olaylara ve durumlara anlam yüklediğini savunur. Ancak bu anlamlar, bireylerin kendi başına oluşturduğu şeyler değildir; toplumsal etkileşimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkar (Mead, 1934; Blumer, 1969).

Teori üç temel ilkeye dayanır. İlk olarak, bireyler, nesnelere ve insanlara yükledikleri anlamlara göre hareket eder. İkinci olarak, bu anlamlar bireyler arasındaki sosyal etkileşimlerle oluşur. Üçüncü olarak ise bireyler, bu anlamları yorumlama sürecinde değiştirir ve yeniden şekillendirir (Blumer, 1969). Bu ilkeler, bireylerin çevrelerini algılama biçimlerinin dinamik ve sürekli bir değişim içinde olduğunu gösterir.

Dil ve semboller, süreçte temel bir rol oynar. Dil, bireylerin düşüncelerini ve anlamlarını ifade etmesini sağlayan bir araçtır. Sembolik Etkileşimcilik, bireylerin davranışlarının yalnızca bir tepki olmadığını, aynı zamanda sosyal etkileşimlerden çıkardıkları anlamların bir yansıması olduğunu savunur. Yani insanlar, sadece toplumsal anlamları kabul etmekle kalmaz; aynı zamanda bu anlamları yaratır ve değiştirir (Mead, 1934).

Teori, bireylerin kimliklerini nasıl şekillendirdiğini ve sosyal etkileşimlerin günlük yaşam üzerindeki etkisini anlamak için etkili bir çerçeve sunar. Bireyler, sosyal etkileşimler sırasında aldıkları geri bildirimler aracılığıyla hem kişisel hem de toplumsal kimliklerini oluşturur. Örneğin, gençler Instagram gibi sosyal medya platformlarında paylaştıkları içeriklere gelen beğeni ve yorumlar aracılığıyla çevrimiçi kimlikleri hakkında geri bildirim alır. Geri bildirimler, bireylerin tutum ve davranışlarını doğrudan etkiler.

Sembolik Etkileşimcilik Teorisi, bireysel davranışları anlamanın yanı sıra toplumsal yapıların bu davranışlar üzerindeki etkisini de açıklar. Toplumsal yapılar,

bireylerin sosyal etkileşimlerinden oluşur ve bu etkileşimler yoluyla sürekli olarak yeniden üretilir. Bu bağlamda teori, bireylerin davranışları ile toplumsal yapılar arasındaki karşılıklı ilişkiyi açıklayan güçlü bir çerçeve sunar ve çevrimiçi platformlardaki sosyal davranışların analizinde etkili bir şekilde kullanılabilmektedir.

Sembolik Etkileşimcilik Teorisi, insan davranışlarının yalnızca çevresel koşullardan kaynaklanmadığını, aynı zamanda bireylerin sosyal etkileşimler yoluyla sürekli olarak anlam yaratma sürecinin bir ürünü olduğunu açık bir şekilde ortaya koyar (Blumer, 1969).

2.1.1. Dil ve Semboller

Dil ve semboller, bireylerin düşüncelerini ifade etmek ve başkalarıyla paylaşmak için kullandıkları araçlardır. Dil, bireylerin sosyal anlamları oluşturmasını ve aktarmasını sağlar. Örnek olarak bir jest ya da bir kelime, sosyal etkileşimde farklı anlamlar taşıyabilir (Mead, 1934). Bu bağlamda, dil ve semboller yalnızca iletişimin araçları olmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal yapının da inşasında kritik bir rol oynamaktadır. İnsanlar, dil aracılığıyla kimliklerini şekillendirir ve sosyal normları pekiştirirler.

2.1.2. Etkileşim

Etkileşim, bireylerin bir araya geldiklerinde verdikleri karşılıklı tepkiler ve bu süreçte gerçekleştirdikleri iletişimsel davranışlar bütünüdür. İnsanlar günlük yaşamda birbirleriyle yalnızca sözlü iletişim kurmaz; jestler, mimikler, bakışlar, duruşlar ve fiziksel mesafe gibi sözsüz ifadelerle de sosyal mesajlar iletirler. Etkileşim, bireylerin toplumsal ortamda kendilerini nasıl sunduklarını, başkalarının varlığına göre davranışlarını nasıl düzenlediklerini ve sosyal ilişkileri nasıl inşa ettiklerini anlamamıza yardımcı olur (Goffman, 1967).

Bireyler sosyal etkileşim sırasında sadece bir şey söylemezler; aynı zamanda “bir izlenim” sunarlar ve başkalarından gelen izlenimlere göre davranışlarını ayarlarlar. Bu süreç, bireyin sosyal kimliğini şekillendirdiği ve toplumsal rollerini sergilediği bir alan sunar.

2.1.3. Sosyal Geri Bildirim

Sosyal geri bildirim, bireylerin diğer insanlardan aldığı olumlu ya da olumsuz tepkilerdir. Geri bildirimler, bireylerin davranışlarını ve tutumlarını etkiler. Örneğin Instagram'da bir paylaşımın aldığı beğeniler ve yorumlar, bireyin kendisi hakkındaki algısını değiştirebilir (Blumer, 1969).

2.2. Dramaturjik Teorisi

Erving Goffman tarafından 1950'lerde ortaya koyan teori, insanların sosyal rolünü farklı durumlarda ayarlama çabalarını ve kendilerine özgü bir görünüş sunmalarını öne sürer(Goffman,1959). Dramaturjik teori, Erving Goffman'ın "Gündelik Hayatta Kendini Sunma" adlı kitabında ortaya koyduğu ve sosyal davranışları tiyatro metaforu ile açıklayacak bir yaklaşımdır. Goffman'a göre bireyler, sosyal durumlarda tıpkı bir tiyatro oyuncusu gibi, kendilerini diğer insanlara belirli bir şekilde sunacaklar ve sunumun etkili olması için belirli bir görünüş yaratmaya çalışacaklardır. Kimlik sunumu, bireylerin sosyal durumlarda kendilerini belirli bir şekilde ifade etme çabalarını ifade eder. İnsanlar, başkalarının kendilerini nasıl algıladığını etkilemek için davranışlarını şekillendirir. Sosyal medya platformları, bu süreci daha belirgin hale getirir. Bireyler, kendilerini daha çekici, başarılı veya sosyal göstermek için çeşitli yöntemler kullanır. Paylaşılan içerikler genellikle özenle seçilir ve düzenlenir. Bu süreç, bireylerin toplumsal kabul görme ve olumlu bir imaj oluşturma arzusunu yansıtır. Ancak bu çaba, birey üzerinde baskı oluşturabilir ve gerçek kimlik ile sergilenen imaj arasında bir gerilime yol açabilir (Goffman, 1959; Turkle, 2011). Sosyal etkileşimler, insanların farklı alanlarda farklı roller sergilediği bir tiyatro sahnesi gibi düşünülebilmektedir. Ön sahne, bireylerin toplumsal normlara ve beklentilere uygun davranış sergiledikleri sosyal bir performans alanı olarak tanımlanabilmektedir. Bu alanda, bireylerin benlik sunumları Goffman'ın ifade ettiği üzere, bilinçli bir şekilde düzenlenir ve toplumsal onayı maksimize edecek stratejiler üzerine inşa edilmektedir. İş yaşamındaki resmi tutumlar, sosyal etkinliklerdeki kabul görmüş davranış kalıpları veya kamusal alandaki ölçülü iletişim biçimleri, ön sahnede sergilenen tipik performans örneklerindendir. Arka sahne ise, bireyin toplumsal rollerden sıyrılarak otantik davranışlar sergileyebildiği, sosyal kısıtlamaların minimize edildiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alan, genellikle mahremiyetin korunduğu özel mekânlar (ev, yakın arkadaş çevresi vb.) veya bireyin kendini

gözlemden uzak hissettiği anlarda şekillenir. Örneğin, profesyonel kimliğiyle ön planda katı bir disiplin sergileyen bir birey, arka sahnede bu performansı terk ederek daha gayri resmi bir tutum benimseyebilmektedir. Sosyal medya, insanların ön sahne rollerini yoğun bir şekilde sergilediği bir platformdur. Paylaşımlar genellikle daha iyi gösterilmeye çalışılan bir kimliği yansıtırken, daha doğal ve gerçek anlar genellikle arka planda kalır. Bu tez çalışmasında, dramaturjik teori Instagram kullanımını analiz etmek için bir çerçeve sunacaktır. Instagram, kullanıcıların kendilerini daha iyi gösterilmeye çalışılan bir şekilde sunmalarına olanak tanıyan bir platform olarak ele alınacaktır. Örneğin, filtreler ve düzenlemelerle yapılacak içerik paylaşımları, Goffman'ın "insanların kendilerini başkalarına göstermek için görünüşlerini dikkatlice yönetme çabası" olarak tanımladığı etki yönetimine bir örnek olarak değerlendirilecektir (Goffman, 1959).

Dramaturjik Teorisi, gençlerin Instagram'da neden genellikle ideal bir kimlik sergilemeye çalışacaklarını ve bu durumun sosyal ilişkiler, toplumsal etkileşimler ve kimlik oluşumu üzerindeki etkilerini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Goffman, "Her sosyal sunum, bireysel ve toplumsal kimliğimizi şekillendirme potansiyeline sahiptir" diyerek bu dinamikleri açıklamaktadır (Goffman, 1959).

2.2.1. Kimlik Oluşumu

Kimlik oluşumu, bireylerin sosyal etkileşimler yoluyla kendilerini nasıl tanımladıklarını ifade eder. İnsanlar, başkalarından aldıkları geri bildirimlere göre kişisel ve sosyal kimliklerini şekillendirir. Bu süreç, bireyin toplumsal hayattaki yerini belirler (Buckingham, 2008). Kimlik oluşumu, bireylerin çevrelerindeki toplumsal normlarla ve kültürel değerlerle etkileşimde bulunarak kendilerini nasıl algıladıklarını belirler. Bu süreç, genellikle aile, arkadaşlar ve sosyal medya gibi çeşitli etkileşim alanlarında şekillenir. Bireyler, başkalarının bakış açılarına ve toplumsal beklentilere göre davranışlarını ve inançlarını düzenlerler. Hem de kimlik gelişimi sürekli bir değişim sürecidir; birey, farklı sosyal çevrelerde farklı kimlikler sergileyebilir ve bu da onların toplumsal rollerini ve ilişkilerini dinamik bir şekilde biçimlendirir.

2.2.2. Rol

"Rol" kavramı, toplumsal etkileşimin temel yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. Goffman, toplumu bir tiyatro sahnesine benzetir ve bireyleri, bu sahnede

çeşitli roller üstlenen aktörler olarak görür. Her birey, belirli bir sosyal durumda kabul görmek veya istenilen bir izlenimi yaratmak amacıyla, duruma uygun bir rol seçerek bunu sergiler. Bu roller, bireyin "gerçek kimliği"nin bir yansıması olmak zorunda değildir; aksine, sosyal etkiyi yönetmek için bilinçli olarak düzenlenmiş davranışlardır (Goffman, 1959).

Goffman'a göre roller, "sahne alanı"na bağlıdır; yani birey, başkalarının varlığında (ön sahnede) oynadığı rol ile yalnız kaldığında (arka sahnede) sahip olduğu tavır farklılık gösterebilmektedir. Örneğin, bir birey aile ortamında sakin ve destekleyici bir rol üstlenirken, üniversite ortamında ciddi ve rekabetçi bir kimliği yansıtabilmektedir. Bu rol değişimleri, izleyicilerin beklentileri, sosyal kurallar ve bireyin hedefleri doğrultusunda şekillenir (Goffman, 1959).

2.2.3. Rol Türleri

2.2.3.1. Ana Rolü

Goffman'a (1959) göre birey, sosyal etkileşimlerde belirli bir "ön sahne" performansı sergileyerek, belirli bir ana rolü üstlenir. Bu ana rol, izlenim yönetiminin odak noktasıdır. Örneğin, bir öğretmenin sınıftaki "öğretici" rolü, o bağlamdaki temel kimlik sunumunu temsil eder.

2.2.3.2. Yardımcı Rolü

Ana rolü destekleyen ve sosyal etkileşimin sürekliliğini sağlayan rollerdir. Goffman (1959), bu tür destekleyici rolleri "takım üyeleri"nin (team members) oynadığı roller olarak tanımlar. Örneğin, bir öğrencinin sınıfta "dikkatli dinleyici" rolünü benimsemesi, öğretmenin öğretici rolünü tamamlar.

2.2.3.3. Rol Mesafesi

Bireyin, oynadığı role tam olarak içselleştirmeden katılım göstermesi durumudur. Bu, bireyin role karşı bir mesafe koyduğunu ve onu yalnızca toplumsal beklentileri karşılamak amacıyla üstlendiğini gösterir. Goffman (1959), bu durumu "rol mesafesi" (role distance) kavramı ile açıklar. Örneğin, bir garsonun "sadece burada çalışıyorum" şeklindeki tavrı, rolünü benimsemediğini ima eder.

2.2.3.4. Sahte Rolü

Bireyin, sosyal kabul görmek ya da olumlu bir izlenim yaratmak amacıyla gerçekte olmadığı biri gibi davranmasıdır. Goffman (1959), bu tür davranışları "sahne performansları" içerisinde değerlendirir. Sosyal medyada kendini olduğundan daha başarılı, mutlu ya da popüler gösteren bir genç, bu sahte rolün güncel bir örneğini sunar.

2.3. Gidens Yapılandırma Teorisi (Structuration Theory)

Anthony Giddens'ın yapılandırma teorisi, toplumsal yapılar ile bireylerin eylemleri arasındaki karşılıklı ilişkiyi anlamaya yönelik bir yaklaşım sunar. Giddens'a göre toplumsal yapılar, bireylerin günlük yaşamda sergilediği eylemlerden bağımsız olarak var olan durağan sistemler değildir. Aksine, bu yapılar bireylerin eylemleriyle sürekli olarak yeniden üretilir ve dönüştürülür. Yapı ve birey arasındaki bu dinamik ilişki, yapılandırma teorisinin temelini oluşturur. Giddens, yapıyı bireylerin eylemlerini yönlendiren kurallar ve kaynaklar bütünü olarak tanımlar ve bireylerin bu yapılar içinde sahip oldukları özgürlük sayesinde yapıyı şekillendirme gücüne sahip olduğunu vurgular (Giddens, 1984). Eylem, bireylerin toplumsal yapılar içinde özgürce hareket etme ve kendi kararlarını verme yeteneğini ifade eder. Giddens, bireylerin sadece toplumsal yapılar tarafından şekillendirilmediğini, aynı zamanda bu yapıları dönüştürebilme gücüne sahip olduğunu belirtir. Bu bakış açısına göre, bireyler pasif alıcılar değil, aktif aktörlerdir. Bir kullanıcı Instagram'da kendi kimliğini özgün bir şekilde ifade etmek için paylaşımlar yaptığında, bu eylem hem sosyal medyanın normlarına uyum gösterir hem de bu normları dönüştürebilmektedir. Eylem, bireylerin bilinçli bir şekilde hareket ederek hem kendi hayatlarını hem de toplumsal yapıları etkileyebileceğini vurgular. Giddens, bireylerin yaptıkları seçimlerin ve sergiledikleri davranışların toplumsal düzeni yeniden üretmekte ya da değiştirmekte önemli bir rol oynadığını savunur (Giddens, 1984).

Teori'ye göre, Instagram bireylerin sosyal bağlamda nasıl hareket ettiğini ve hareketlerin toplumsal düzeyde nasıl etkiler yarattığını anlamayı amaçlar. Giddens'a göre yapı, bireylerin eylemlerini sınırlandıran bir unsur olduğu kadar, aynı zamanda onlara belirli bir hareket alanı da sunar. Bir toplumsal norm, bireylerin davranışlarını belirli bir çerçeveye oturtarak onları kısıtlayabilmektedir. Ancak aynı zamanda bu norm, bireylerin toplumsal bir bağlam içinde anlamlı eylemler gerçekleştirebilmesini

mümkün kılar. Bu açıdan yapı, yalnızca bireyleri şekillendiren değil, bireyler tarafından sürekli yeniden üretilen dinamik bir süreçtir (Giddens, 1984).

Yapılandırma teorisi, bireylerin toplumsal yapılar içindeki rollerini ve bu yapılarla kurdukları etkileşimleri anlamada "ajans" kavramını ön plana çıkarır. Ajans, bireylerin özgür iradeleriyle hareket edebilme ve mevcut yapıları dönüştürebilme kapasitesini ifade eder. Giddens'a göre bireyler, toplumun dayattığı kurallara uymakla kalmaz, aynı zamanda kuralları sorgular, yorumlar ve gerektiğinde değiştirir. Bu durum, bireylerin toplumsal yapılar karşısında pasif olmadığını, aksine aktif birer özne olarak bu yapıları dönüştürme gücüne sahip olduğunu gösterir (Giddens, 1984).

Yapılandırma teorisi, özellikle toplumsal değişim süreçlerini anlamada önemli bir teorik çerçeve sunar. Bireylerin günlük yaşamda sergilediği küçük ölçekli eylemler, uzun vadede toplumsal yapılar üzerinde büyük çaplı etkiler yaratabilmektedir. Örnek olarak bir teknolojik yenilik ya da sosyal medya platformunun bireyler tarafından nasıl kullanıldığı, başlangıçta bireysel bir tercih gibi görünebilmektedir. Ancak bu tercihler zamanla bir norm haline gelerek toplumsal yapıları yeniden şekillendirebilmektedir. Giddens bu durumu "çift yönlü yapı" olarak adlandırır; yani bireyler toplumsal yapıyı yaratırken aynı zamanda bu yapı tarafından şekillendirilirler (Giddens, 1984). Bu kavram, toplumsal yapıların bireylerin davranışlarını hem sınırlandırdığını hem de onlara eylem imkânı sunduğunu ifade eder. Bir yandan yapılar, bireylere belirli kurallar ve kaynaklar sağlarken, diğer yandan bu yapılar bireylerin eylemleriyle sürekli olarak yeniden üretilir. Giddens, yapıların statik olmadığını, dinamik ve değişken süreçler olduğunu vurgular (Giddens, 1984).

Bu fikir, bireylerin toplumsal yapılar tarafından şekillendirildiği kadar, aynı zamanda bu yapıları dönüştüren aktif aktörler olduğunu gösterir. Başka bir deyişle, bireyler yapıların sınırları içinde hareket ederken, aynı zamanda kendi iradeleri ve seçimleriyle bu yapıları yeniden şekillendirirler. Birey ve yapı arasındaki karşılıklı ilişki, toplumsal yaşamın sürekli değişim içinde olmasını sağlayan temel mekanizmalardan biridir (Giddens, 1984). Sürekli değişim, bireylerin ve toplumsal yapıların zamanla dönüşmesi sürecidir. İnsanlar, etkileşimleri sırasında mevcut anlamları ve kuralları yeniden yorumlar ve değiştirir. Bu, toplumsal hayatın dinamik bir yapıya sahip olmasını sağlar (Blumer, 1969).

Yapılandırma teorisi, bireylerin eylemleri ile toplumsal yapı arasındaki karşılıklı ilişkiyi anlamak için kapsamlı bir analiz çerçevesi sunmaktadır. Teori, bireylerin yalnızca toplumsal yapılar tarafından şekillendirilmediğini, aynı zamanda bu yapıları bilinçli ve aktif bir şekilde dönüştürdüklerini vurgulamaktadır. Yapılandırma teorisi, sosyal medya kullanımının bireyler ve toplumsal normlar üzerindeki etkisini anlamak için de oldukça elverişli bir yaklaşım sunmaktadır.

2.3.1. Kontrol Mekanizmaları

Toplumun düzenini sağlamak ve bireyleri belirli davranış kalıplarına yönlendirmek için çeşitli kontrol mekanizmaları kullanılmaktadır. Hukuk sistemleri, eğitim, medya ve sosyal normlar bu mekanizmalara örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu mekanizmalar aracılığıyla bireyler, farkında olmadan belirli düşünce ve davranış kalıplarına uyum sağlamaktadır (Marcuse, 1964). Kontrol mekanizmaları, bireylerin toplumsal normlara ve değerler sistemine uygun davranmalarını teşvik eder. Medyanın ve eğitimin süreçteki rolü, bireylerin hangi davranışların kabul edilebilir olduğunu öğrenmelerini ve bu davranışları içselleştirmelerini sağlamaktadır.

2.3.2. Sosyal ve Kültürel Faktörler

Sosyal ve kültürel faktörler, bireylerin medya kullanımını şekillendiren toplumsal ve kültürel koşullardır. Bu faktörler, toplumsal normlar, kültürel değerler, teknolojiye erişim düzeyi ve ekonomik koşullar gibi unsurları içerir. Bilgi kaynaklarının sınırlı olduğu veya dijital iletişimin yaygın olduğu toplumlarda, sosyal medya bağımlılığı daha fazla artar. İnternetin kolayca erişilebilir olduğu ve sosyal medyanın günlük yaşamın bir parçası haline geldiği toplumlarda, bireyler platformlarda daha fazla zaman geçirir (Livingstone, 2005; Boyd, 2014).

2.4. Teknoloji Kabul ve Taahhüt Teorisi

Davis'in (1989) Teknoloji Kabul Modeli, insanların bir teknolojiyi neden kullandığını ve kararı etkileyen faktörleri anlamaya yardımcı olur. Bu model, özellikle bilgi sistemlerinin kullanımını açıklamak için geliştirilmiştir ve teknolojinin benimsenmesi üzerine yapılan birçok çalışmada önemli bir yere sahiptir. TAM, Ajzen ve Fishbein'in (1975) Planlı Davranış Teorisi'nden esinlenmiştir ve teknolojiye karşı tutumların, kullanıcıların davranışlarını belirleyen önemli bir faktör olduğunu vurgular. Bilgi sistemleri, bireylerin bilgiye erişimini ve bu bilgiyi kullanarak kararlar

almasını sağlayan dijital platformlardır. Instagram, görsel içeriklere dayalı bir bilgi sistemi olarak düşünülebilmektedir. Kullanıcılar, platformda hem kendi bilgilerini paylaşır hem de diğer kullanıcıların içeriklerini tüketir. Bilgi sistemlerinin kabul edilmesi, sistemin kolay kullanım sunması, faydalı olması ve güvenilir olarak algılanması ile doğrudan ilişkilidir. Teknoloji Kabul ve Taahhüt Teorisi, sistemlerin başarıya ulaşmasında kullanıcıların algılarının kritik bir öneme sahip olduğunu belirtir (Davis, 1993).

Davis (1993), bilgi sistemlerinin temel amacının iş performansını artırmak olduğunu söyler. Ancak kullanıcılar sistemleri benimsemezse, iş performansında düşüş yaşanabilmektedir. Bu nedenle, bir teknolojinin benimsenip benimsenmemesi, bilgi sisteminin başarılı olup olmayacağını belirleyen kritik bir faktördür.

TAM'in önemli bir yönü, insanların bir teknolojiye nasıl yaklaştığını ve bu yaklaşımın kullanım davranışlarını nasıl etkilediğini açıklamasıdır. Özellikle sosyal medya ve dijital platformların kullanımını anlamada TAM güçlü bir araçtır.

TAM, gençlerin Instagram gibi sosyal medya platformlarını neden kullandığını anlamak için de kullanılabilmektedir. Bu bağlamda üç temel faktör öne çıkar: Instagram'ın basit ve kullanıcı dostu ara yüzü, gençlerin platformu kolayca öğrenip kullanmasını sağlar. Instagram, gençlere sosyal bağlantı kurma, bilgi edinme ve eğlence gibi birçok fayda sunar. Kullanıcıların Instagram'ı güvenli bir platform olarak görmesi, platformu benimsemelerinde etkili olur.

Faktörler, bireylerin Instagram'ı kullanmaya karar verirken dikkate aldıkları en önemli unsurlar arasındadır. Davis'in Teknoloji Kabul Modeli, insanların teknolojiye karşı tutumlarını ve bu tutumların kullanım alışkanlıklarını nasıl şekillendirdiğini anlamak için güçlü bir çerçeve sunar.

Sosyal medya, bireylerin dijital ortamda etkileşim kurduğu ve içerik ürettiği platformları ifade eder. Instagram gibi sosyal medya araçları, bireylerin sosyal ilişkilerini genişletmelerine, bilgi paylaşmalarına ve dijital topluluklar oluşturmasına imkân tanır. Teknoloji Kabul ve Taahhüt Teorisi, sosyal medyanın kullanıcı davranışlarını şekillendiren önemli bir etken olduğunu vurgular. Kullanıcılar, sosyal medyayı yalnızca iletişim için değil, aynı zamanda bilgi edinme ve kişisel gelişim amacıyla da kullanır. Sosyal medya, bireylerin sosyal kabul görme ihtiyaçlarını karşılamak için güçlü bir araçtır ve bu nedenle teknolojinin benimsenmesinde önemli

bir role sahiptir (Ajzen Ve Fishbein, 1975). Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının kullanıcı dostu arayüzleri ve etkileşimli özellikleri, bireylerin bu araçları benimsemesini kolaylaştırmaktadır. Kullanıcılar, ilgi alanlarına yönelik içeriklere erişim sağlayarak hem eğlenmekte hem de bilgi düzeylerini artırmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya, bireylerin kimliklerini ifade etmelerine ve dijital varlıklarını inşa etmelerine olanak tanır. Sosyal medya, bireylerin çevrimiçi ortamlarda aidiyet duygusu geliştirmelerini destekler. Sosyal medya araçları, sadece teknolojik yenilikler değil, aynı zamanda sosyal etkileşim ve kişisel tatmin kaynakları olarak da değerlendirilmektedir.

2.5. Gösterişçi Tüketim Teorisi

Gösterişçi Tüketim Teorisi, modern toplumlarda bireylerin mal ve hizmet tüketimlerini yalnızca ihtiyaçlarını karşılamak için yapmadığını, aynı zamanda bu tüketimi sosyal statülerini, kimliklerini ve itibarlarını göstermek için bir araç olarak kullandığını açıklar (Veblen, 1899). Özellikle Instagram gibi sosyal medya platformları, bireylerin gösterişçi tüketim davranışlarını sergilemeleri için geniş bir alan sunar. Instagram, bireylerin tüketim alışkanlıklarını etkileyen bir araçtır. Platformdaki içerikler, bireylerin hangi ürünleri satın alacağını veya hangi yaşam tarzını benimseyeceğini doğrudan etkileyebilmektedir. Yaşam tarzı değişimi, bireylerin medya kullanımıyla birlikte günlük alışkanlıklarının ve tercihlerinin nasıl değiştiğini ifade eder. Instagram gibi platformlar, bireylerin tüketim alışkanlıklarını, eğlence biçimlerini ve sosyal iletişim yollarını dönüştürerek hayatlarının bir parçası haline gelir. Instagram sadece alışveriş ve tüketim alışkanlıklarını değil, aynı zamanda yemek tercihlerini, moda seçimlerini ve seyahat planlarını da etkiler. Kullanıcılar, influencer'ları ve marka sayfalarını takip ederek reklam içeriklerinden etkilenir ve yaşam tarzlarını bu örneklerle uyumlu hale getirir (Abidin, 2016).

Instagram bireylerin sosyal iletişim biçimlerini de değiştirmiştir. Kullanıcılar, gönderiler, hikâyeler ve videolar aracılığıyla arkadaşları ve aileleriyle iletişim kurar ve hatta yeni ilişkiler geliştirir. Bu platformlar, "gösterişçi yaşam" kültürünü de beraberinde getirmiştir. Bu kültürde bireyler, hayatlarının en iyi anlarını sergilemeye ve sosyal onay almaya çalıştığı için bazen kullanıcılar arasında psikolojik baskı ve yetersizlik hissi ortaya çıkabilir (Marwick, 2013). Bu süreç, sosyal medya kullanıcılarının tüketim kalıplarını dönüştürür (Hollenbeck Ve Kaikati, 2012).

Gençler, Instagram‘da fotoğraf, video ve diğer içerikler paylaşarak yaşam tarzlarını ve sahip oldukları şeyleri görünür hale getirir. Bu paylaşımlar genellikle lüks ürünler, egzotik tatiller ya da özel deneyimleri içerir. Bu tür içeriklerin amacı genelde dikkat çekmek ve sosyal çevreden onay almaktır.

Veblen’e göre, gösterişçi tüketim yalnızca bireylerin kendilerini ifade etmelerine olanak tanımaz, aynı zamanda toplumdaki sosyal rekabetin bir parçası haline gelir. İnsanlar sahip oldukları zenginlik veya üstün yaşam tarzlarını sergileyerek toplumdaki konumlarını güçlendirmeye çalıştıkları için, Instagram gençler arasında sürekli karşılaştırmalara yol açmaktadır. Bu karşılaştırmalar, bireylerin değerleri, davranışları ve hatta kendilerine olan bakış açıları üzerinde önemli etkiler bırakabilmektedir.

Günümüz gençleri, özellikle Instagram gibi sosyal medya platformlarında, ünlü kişilerden ister ünlüler, ister influencer’lar ya da yerel olarak popüler figürlerden taklit ederek kendilerine daha cazip bir imaj inşa etmeye çalışmaktadırlar. Bu taklit, genellikle giyim tarzı, makyaj, pozlar veya yazılan açıklamalar gibi unsurları içermektedir. Veblen ayrıca, gösterişçi tüketimin bir sosyal taklit davranışını tetikleyebileceğini de vurgular. Bu, gençlerin Instagram’da gördükleri tüketim kalıplarını kendi yaşamlarına uygulamaya çalışması anlamına gelir. Ancak, bu çaba bazen bireylerin gerçek imkânlarının ötesine geçebilir ve ekonomik veya duygusal zorluklar yaratabilmektedir.

2.5.1. Sosyal Rekabet

Sosyal rekabet, bireylerin kendilerini başkalarıyla kıyaslayarak daha üstün bir konum elde etme çabasıdır. Sosyal medyada bu rekabet, lüks yaşam tarzı ya da etkileyici deneyimlerin sergilenmesiyle daha görünür hale gelmektedir. Bu davranış, bireylerin toplumsal hiyerarşideki yerini güçlendirmek için tüketim alışkanlıklarını şekillendirmesine yol açmaktadır (Veblen, 1899). Bu durum, sosyal medyanın yalnızca bireylerin toplumsal statülerini göstermekle kalmayıp, aynı zamanda tüketim kültürünü de pekiştiren bir mekanizma haline gelmesine neden olmaktadır. İnsanlar, sahip olduklarıyla öne çıkma ve sosyal çevrelerinde daha yüksek bir yer edinme arayışı içinde, markalar ve lüks ürünlerle kendilerini ifade etmeye çalışırlar.

2.5.2. Sosyal Statü ve Kimlik

Sosyal statü, bireyin toplum içindeki konumunu ifade ederken, kimlik bireyin kendini nasıl tanımladığıyla ilgilidir. Sosyal medya, kullanıcıların sosyal statülerini göstermek ve kimliklerini inşa etmek için bir araç sunar. Instagram gibi platformlar, bireylerin kimliklerini görünür kılmasına ve toplumsal algılar oluşturmasına olanak tanır (Buckingham, 2008). Instagram, bireylerin paylaşımlar, hikâyeler ve etkileşimlerle kendilerini ifade etmelerine ve sosyal çevrelerinde nasıl algılandıklarını şekillendirmelerine olanak tanır. Instagram'da paylaşılan fotoğraf ve içerikler, bireylerin sosyal statülerini ve kimliklerini dış dünyaya sunmalarını sağlar. Kullanıcılar, takipçi sayıları ve aldıkları etkileşimlerle sosyal değerlerini ölçebilir ve bu sayede toplumsal algılarını pekiştirebilirler.

2.5.3. Taklit Davranışları ve Türleri

Taklit davranışları, bireylerin başkalarının tüketim alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını benimseme eğilimini ifade eder. Örnek olarak, Instagram'da popüler kullanıcıların paylaşımları, gençlerin bu yaşam tarzlarını kendi hayatlarında uygulamaya çalışmasına neden olabilmektedir. Bu durum, bazen bireylerin gerçek imkânlarının ötesine geçmesine yol açabilir (Simmel, 1957).

2.5.3.1. Bilinçli Taklit:

Bilinçli taklit, bireylerin belirli bir amaçla bilinçli bir şekilde başkalarının davranışlarını, yaşam tarzlarını veya alışkanlıklarını kopyalamasıdır. Bu tür taklit genellikle dikkat çekme, popülerlik kazanma veya sosyal statüyü artırma gibi motivasyonlarla yapılır. Örneğin, gençler popüler ünlüler gibi giyinmeyi veya onların davranışlarını taklit edebilmektedir. Bu tür taklit, Instagram gibi sosyal medya platformlarında sıkça görülür (Bandura, 1977).

2.5.3.2. Bilinçsiz Taklit:

Bilinçsiz taklit, bireylerin farkında olmadan başkalarının davranışlarını kopyalamasıdır. Bu tür taklit genellikle sosyal veya kültürel çevrenin etkisiyle gerçekleşir. İnsanlar farkında olmadan etrafındakilerin aksanını veya beden dilini taklit edebilmektedir. Bu fenomen, sosyal psikolojide "otomatik uyum" olarak bilinir (Chartrand Ve Bargh, 1999).

2.5.3.3. Sosyal Taklit:

Sosyal taklit, bireylerin belirli bir grubun veya toplumun normlarına uyum sağlamak için başkalarının davranışlarını taklit etmesidir. Bu tür taklit genellikle akran gruplarında veya küçük topluluklarda görülür. Örnek olarak, öğrenciler bir gruba kabul edilmek için arkadaşlarının davranışlarını veya ilgi alanlarını taklit edebilmektedir. Bu fenomen, bireylerin grup aidiyeti ve sosyal kabul görme arzusunu yansıtır (Cialdini Ve Goldstein, 2004).

2.5.3.4. Medyatik Taklit:

Medyatik taklit, medya ve sosyal medyanın bireylerin davranışları üzerindeki etkisini ifade eder. Bu tür taklitte, bireyler medyada gösterilen yaşam tarzlarını, alışkanlıkları veya davranışları kopyalar. Örneğin, Instagram'da ünlülerin veya influencer'ların yaşam tarzlarını taklit etmek bu tür taklite örnektir. Bu fenomen özellikle gençler ve ergenler arasında yaygındır (Livingstone, 2005).

2.6. Kullanım ve Memnuniyet Teorisi

Kullanım ve memnuniyet Kuramı, bireylerin medya ve iletişim araçlarını nasıl ve neden kullandıklarını anlamaya yönelik bir yaklaşımdır. Teori, geleneksel pasif izleyici modellerinden farklı olarak, bireyleri medya tüketiminde aktif birer özne olarak ele alır. Bu yaklaşım, 1940'lı ve 1950'li yıllarda ortaya çıkmış olup, özellikle Elihu Katz ve arkadaşları tarafından geliştirilmiştir. Kullanım ve memnuniyet kuramına göre, bireyler medya içeriklerini yalnızca tesadüfen değil, belirli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla seçerek tüketirler (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974).

Kullanım ve Memnuniyet Teorisi, bireylerin medya kullanımını çeşitli ihtiyaçlar ve motivasyonlarla ilişkilendirir. Katz ve diğerlerine (1974) göre bu ihtiyaçlar, genellikle beş temel kategoride incelenebilir: Bilgi edinme ve öğrenme, kişisel kimlik oluşturma, sosyal etkileşim ve entegrasyon, eğlence ve rahatlama, gerçeklikten kaçış. İnsanların medya araçlarını bilgi arayışı için kullanmalarını açıklar. Kullanım ve Memnuniyet Teorisi'ne göre bireyler, medya platformlarını yalnızca eğlenmek için değil, aynı zamanda öğrenmek ve kendilerini geliştirmek için kullanır (Katz ve diğerleri, 1974). Sosyal medya, özellikle günümüzde bu ihtiyacı karşılamak için güçlü bir araç haline gelmiştir. Örneğin, Instagram'da bilimsel içerikler, eğitimle ilgili

paylaşımlar ya da pratik bilgiler bulmak mümkündür. İnsanlar bu tür içeriklerle bilgi seviyelerini artırabilir ve günlük hayatlarında uygulayabilmektedir. Katz ve Foulkes'in (1962) belirttiği gibi medya, bireylere öğrenme ve farkındalık kazandırma konusunda önemli bir rol oynar. Örnek olarak, bireyler bilgi edinmek için haberleri takip ederken, eğlenmek ya da stresten uzaklaşmak için televizyon dizileri veya sosyal medya platformlarını tercih edebilirler. İnsanlar, sosyal medya aracılığıyla gündelik sıkıntılardan bir süreliğine uzaklaşabilir ve kendilerini daha iyi hissedebilmektedir. Katz ve diğeleri (1974), medyanın bireyler için bir kaçış alanı yarattığını ve onların stresli durumlarından bir süreliğine kurtulmalarına yardımcı olduğunu belirtmiştir. Instagram'da hayal gücünü harekete geçiren görseller ya da rahatlatıcı içerikler görmek, bireylerin kendilerini daha huzurlu hissetmesini sağlayabilmektedir. Bu ihtiyaçlar, bireylerin medya tercihlerinde belirleyici bir rol oynar ve her bireyin medya kullanım motivasyonları kişisel deneyimlerine, sosyal çevresine ve psikolojik ihtiyaçlarına bağlı olarak değişebilir.

Bu kuram, özellikle dijital çağda sosyal medya kullanımını anlamak için etkili bir çerçeve sunar. Sosyal medya platformları, bireylere hem bilgi edinme hem de sosyal etkileşim ihtiyaçlarını karşılama fırsatı sunar. Gençler, sosyal medya platformlarını yalnızca eğlenmek için değil, aynı zamanda kimliklerini oluşturmak, arkadaşlarıyla bağlantıda kalmak ve hatta sosyal onay almak için de kullanmaktadır. Bireylerin çevrelerinden beğeni ve onay alma isteği, sosyal medyada paylaşılan içeriklerin temel motivasyonlarından biridir. Instagram'daki "beğeni" ve "yorum" mekanizmaları, kullanıcıların dikkat çekmek ve sosyal çevrelerinden destek almak için içeriklerini nasıl düzenlediğini etkiler (Kim Ve Ko, 2012).

Kullanım ve memnuniyet kuramı, bireylerin medya içeriklerinden nasıl tatmin olduklarını anlamaya yönelik bir analiz çerçevesi sunar. Teoriye göre, bireyler belirli motivasyonlarla medya kullanımına yönelir ve eğer bu motivasyonlar karşılanırsa doyum elde ederler. Ancak motivasyonlar karşılanmadığında hayal kırıklığı yaşayabilir ve farklı medya türlerine yönelebilirler. Bu durum, bireylerin medya tüketim alışkanlıklarını şekillendiren dinamik bir süreç olarak değerlendirilebilir (Katz, Blumler, ve Gurevitch, 1974).

Özellikle sosyal medya çağında, bireylerin hangi içerikleri neden seçtiği ve bu içeriklerden nasıl doyum sağladığı soruları, kullanım ve doyum kuramı çerçevesinde

detaylı bir şekilde analiz edilebilmektedir. Örnek olarak, gençlerin Instagram kullanımı üzerine yapılan bir araştırma, onların platformu nasıl ve neden kullandığını ve kullanımın hangi ihtiyaçlarını karşıladığını anlamamıza yardımcı olabilir (McQuail, 2010).

2.6.1. Bilgi Edinme

Bilgi edinme, bireylerin öğrenmek, araştırmak ve yeni bilgilere ulaşmak için medyayı kullandığı bir süreçtir. Günümüzde sosyal medya platformları, özellikle Instagram, bilgiye erişim için güçlü bir araç haline gelmiştir. Kullanıcılar, platformları dünyadaki olaylardan haberdar olmak, trendleri takip etmek ve farklı konularda bilgi edinmek için kullanır. Instagram, çeşitli içerik türleri (gönderiler, hikâyeler ve videolar) aracılığıyla kullanıcıların hızlı ve kolay bir şekilde bilgiye ulaşmasını sağlar. Bu özellikler, Instagram'ın sadece bir sosyal ağ olarak değil, aynı zamanda önemli bir bilgi kaynağı olarak görülmesine neden olmuştur (Livingstone, 2005; Kaplan Ve Haenlein, 2010).

2.7. Sosyal Öğrenme Teorisi

Albert Bandura'nın sosyal öğrenme teorisi, bireylerin yalnızca kendi deneyimlerinden değil, başkalarının davranışlarını gözlemleyerek ve bu davranışların sonuçlarını değerlendirerek nasıl öğrendiğini açıklar. Sosyal Öğrenme Teorisi, toplumsal süreçlerin birey üzerindeki etkisini anlamak açısından önemli bir çerçeve sunar (Bandura, 1977).

Bandura'ya göre bireyler, çevrelerindeki diğer kişilerin davranışlarını gözlemleyerek toplumsal normları, değerleri ve davranış biçimlerini öğrenirler. Özellikle, bir bireyin davranışı ödüllendirildiğinde veya kabul gördüğünde, o davranışın gözlemciler tarafından daha fazla benimsenme ihtimali artar (Bandura, 1986). Normlar, bir toplumda bireylerin davranışlarını düzenleyen yazılı olmayan kurallar ve sosyal beklentilerdir. Bu normlar, resmi (yasalar gibi) veya gayri resmi (toplumsal gelenekler gibi) olabilmektedir. Örnek, büyüklere saygı göstermek veya sıraya uymak, toplumsal normlara örnek olarak verilebilmektedir. Normlar, toplumda düzen ve uyumun korunmasına yardımcı olur ve bu normların ihlali genellikle cezalandırma veya sosyal dışlanma ile sonuçlanır (Durkheim, 1895).

Sosyal değerler ise bir toplumun önemli ve arzu edilir bulduğu ortak inançlar ve ideallerdir. Bu değerler, toplumun genel yönelimlerini belirler ve bireylerin davranışlarını ve kararlarını değerlendirmek için bir ölçüt olarak işlev görür. Örnek, eşitlik, özgürlük ve adalet birçok toplumun temel değerleridir. Değerler, normlara göre daha kalıcıdır ve değişmeleri daha uzun zaman alır (Parsons, 1951). Bu süreçte, gözlemlenen kişilerin toplumsal konumu, birey üzerindeki etkilerini artırabilmektedir. Bandura'nın (1986) Sosyal Öğrenme Teorisi, bireylerin başkalarını gözlemleyerek yeni davranışlar öğrendiğini vurgular. Bu öğrenme süreci, yalnızca bireylerin doğrudan deneyimlerinden değil, başkalarının davranışlarını ve bu davranışların sonuçlarını izleyerek gerçekleşir. Bir genç, Instagram'da bir influencer'ın spor yapma alışkanlıklarını ve sağlıklı beslenme paylaşımlarını gözlemlediğinde, bu davranışları model alabilmektedir. Ayrıca, bu davranışların beğeni ve olumlu yorumlarla ödüllendirildiğini gördüğünde, aynı türde davranışlar sergilemeye daha istekli hale gelir. Bandura, bu süreçte yalnızca davranışın gözlenmesinin değil, bireyin gözlemlediği davranışı içselleştirmesi ve uygulamaya koymasının da önemli olduğunu belirtir (Bandura, 1986). Sosyal öğrenme bağlamında, popüler figürler veya rol modellerin etkisi oldukça büyüktür. Bandura (1977), bireylerin özellikle sosyal statüsü yüksek olan kişilerin davranışlarını taklit etme eğiliminde olduğunu belirtir. Instagram'da influencer'ların büyük bir takipçi kitlesine sahip olması, onların etkisini daha da artırır. Kişiler, moda, seyahat, yemek veya fitness gibi farklı alanlarda gençler üzerinde önemli bir etki yaratır.

Influencer etkisi üzerine yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanıcılarının bu kişilerin önerilerini daha fazla dikkate aldığını göstermektedir. Örnek olarak Abidin (2016), influencer'ların takipçileri üzerindeki etkisinin, yalnızca reklam ve pazarlama bağlamında değil, aynı zamanda sosyal normların ve davranışların şekillenmesinde de belirleyici olduğunu ifade eder.

Gözlem yoluyla öğrenme, yalnızca bireysel düzeyde değil, toplumsal düzeyde de güçlü bir etkiye sahiptir. Çevrimiçi ortamda sürekli içerik tüketen bireyler, davranışlarını ve alışkanlıklarını sosyal medya aracılığıyla şekillendirebilmektedir. Instagram'daki reklamlar ve ilham verici içerikler, bireylerin yemek seçimlerini, yaşam tarzlarını ve hatta değerlerini etkileyebilmektedir. Bu durum, sosyal medyanın toplumsal davranışları şekillendirmede ne kadar güçlü bir araç olduğunu gösterir (Bandura, 1986; Livingstone, 2008).

Sosyal öğrenme teorisi, toplumsal değişimlerin ve kültürel aktarım süreçlerinin anlaşılmasında etkili bir araç olarak kullanılabilmektedir. Toplumdaki bireyler, sadece doğrudan deneyimler yoluyla değil, aynı zamanda medya, aile, eğitim kurumları ve arkadaş çevresi gibi aracılar yoluyla da toplumsal değerleri ve davranış modellerini benimserler. Örnek, medyanın popüler figürleri aracılığıyla sunduğu davranış modelleri, geniş bir kitle üzerinde etkili olabilir ve bu süreç bireylerin toplumsal kimliklerini şekillendirebilir (Bandura, 1989).

Teorinin toplumsal açıdan önemli bir boyutu da bireyin çevresiyle kurduğu karşılıklı etkileşimdir. Bandura'nın teorisinde karşılıklı etkileşim kavramı, bireyin davranışları ile çevresi arasındaki sürekli ve dinamik bir ilişkiyi ifade eder. Bireyler, çevrelerini gözlemler ve gözlemlerden etkilenir. Aynı zamanda, kendi davranışlarıyla çevrelerini etkiler ve bu döngüsel süreç devam eder. Örneğin, bir Instagram kullanıcısı, takip ettiği kişilerin alışkanlıklarını ve tercihlerini gözlemlerken, kendi içerikleriyle de takipçilerini etkiler.

Sosyal medyada karşılıklı etkileşim, toplumsal yapıları şekillendiren önemli bir faktördür. Sosyal ağların bireyler arasında çift yönlü bir etkileşim alanıdır ve bu etkileşimlerin bireylerin davranışlarını doğrudan etkiliyor (Boyd ve Ellison 2007). Instagram gibi platformlar, bu dinamiklerin yoğun bir şekilde yaşandığı alanlardır. Bandura, bireylerin çevrelerini sadece pasif bir şekilde öğrenmekle kalmadığını, aynı zamanda davranışlarıyla çevreyi şekillendirdiğini belirtir. Bu karşılıklı etkileşim, toplumsal normların nasıl oluştuğu ve değiştiğini anlamak için önemli bir temel sunar.

Bandura'nın sosyal öğrenme teorisi, eğitim, medya çalışmaları ve toplumsal hareketler gibi pek çok alanda uygulanabilmektedir. Eğitim alanında öğretmenler ve rol modellerin davranışları, genç bireylerin toplumsal normları öğrenmelerinde kritik bir rol oynayabilmektedir. Aynı şekilde, toplumsal hareketler ve kampanyalar, geniş kitleleri etkilemek için teorinin ilkelerini kullanabilir (Zimmerman Ve Schunk, 2003).

2.8. Sosyal Medya

2.8.1. Sosyal Medyanın Tanımı

Sosyal medya, 2000'li yılların ortalarından itibaren yüksek hızlı internetin yaygınlaşması ve Web 2.0 teknolojisinin ortaya çıkışıyla birlikte medya alanındaki dönüşümün yeni ve dikkat çekici bir tezahürü olarak kabul edilmektedir. MySpace,

LinkedIn ve Facebook gibi platformlar, kullanıcı katılımını esas alan ilk sosyal medya örnekleri arasında yer almış ve iletişim süreçlerinde köklü değişikliklere yol açmıştır (Boyd ve Ellison, 2007). Zamanla bu medya araçları bireysel kullanımı aşarak sosyal eylem, kültürel faaliyetler ve hatta siyasi seferberlik için önemli birer alan hâline gelmiştir (Van Dijck, 2013).

İran'da sosyal medya, 2000'li yılların sonlarına doğru internetin genel kullanıma açılması ve akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte, iletişim, haberleşme ve toplumsal görüşlerin ifadesi açısından temel araçlardan biri hâline gelmiştir. Telegram, Instagram ve Twitter gibi platformlar, özellikle toplumsal ve siyasi olaylarda kamuoyu oluşturma süreçlerinde belirleyici bir rol oynamıştır (Wojcieszak ve Smith, 2014). Ayrıca, İran'ın daha az merkezi bölgelerinde, özellikle Kürt, Azerbaycanlı ve Beluç halkları gibi etnik gruplar, sosyal medyayı hem kültürel kimliklerini pekiştirme hem de toplumsal ve siyasi taleplerini dile getirme aracı olarak kullanmaktadırlar. Örneğin, Belucistan bölgesindeki toplumsal hareketler, sosyal medyanın etkin bir şekilde kullanılmasıyla daha geniş kitlelere ulaşabilmiştir (Akbari, 2019). Bu gelişmeler, sosyal medyanın sadece bir eğlence aracı değil, aynı zamanda kültürel, eğitsel ve hatta politik bir enstrüman olarak görülmesine yol açmıştır (Khosravi, 2017).

Akademik tanıma göre sosyal medya, "Web 2.0'ın teknik ve ideolojik temellerinden yararlanan, kullanıcıların içerik üretmesine ve bu içerikleri birbirleriyle paylaşmasına imkân tanıyan internet tabanlı uygulamalar bütünüdür" (Kaplan ve Haenlein, 2010). Geleneksel medyada olduğu gibi tek yönlü bir iletişim yapısından farklı olarak, sosyal medya çift yönlü ve kullanıcıların içerik üretim ve dağıtım sürecine aktif olarak katıldığı bir yapıyı esas alır (Kietzmann ve ark., 2011).

Araştırmalar, sosyal medyanın iletişim, güç, kültür ve kimlik kavramlarını yeniden tanımlayarak yatay, ağ tabanlı ve merkezsiz ilişkilerin oluşmasına zemin hazırladığını göstermektedir (Van Dijck, 2013; Rahimi, 2011). Bu durum, özellikle resmi medyanın kısıtlamalarla karşı karşıya kaldığı İran gibi toplumlarda sosyal medyanın taleplerin ifadesi, bilgi paylaşımı ve bağımsız söylemlerin oluşumu açısından önemli bir zemin hâline gelmesini sağlamıştır (Wojcieszak ve Smith, 2014).

2.8.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

2.8.2.1. Kullanıcı Tarafından Üretilen İçerik

Sosyal medya platformlarında içerik üretimi esas olarak kullanıcılar tarafından gerçekleştirilir. Bu özellik, katılım düzeyini artırmakta ve yatay, merkezsiz bir medya yapısının oluşmasını sağlamaktadır (Kietzmann ve diğerleri, 2011).

2.8.2.2. Etkileşim

Sosyal medya, çift yönlü, hızlı ve çok katmanlı iletişime olanak tanır. Kullanıcılar yalnızca mesaj almakla kalmaz, belki içerik üretimi ve geri bildirim süreçlerine aktif olarak katılır (Van Dijck, 2013).

2.8.2.3. Yüksek Yayılım Hızı

Sosyal medyada içeriklerin hızlı bir şekilde üretilip dağıtılması ve yeniden paylaşılması, bu platformları kriz anlarında, haber olaylarında ve toplumsal değişim süreçlerinde etkili araçlar haline getirmektedir. (Hermida, 2010).

2.8.2.4. Geniş Erişilebilirlik

Sosyal medyanın kullanımı için karmaşık ekipmanlara ya da yüksek maliyetlere ihtiyaç yoktur. İnternetin ve dijital cihazların yaygınlaşması sayesinde bu platformlara toplumun büyük kesimi erişebilmektedir (Wojcieszak ve Smith, 2014).

2.8.2.5. Sosyal Ağ Oluşturma

Sosyal medya, bireyler arasında yeni bağların kurulmasına ve mevcut ilişkilerin güçlenmesine imkân tanır. Bu durum sanal toplulukların ve kolektif iş birliklerinin oluşmasına katkı sağlar (Wellman ve ark., 2001).

2.8.2.6. Dinamik ve Esnek Yapı

Sosyal medyada içerik sürekli olarak güncellenir ve değişir. Bu esneklik, sosyal medyanın değişen toplumsal, kültürel ve siyasal koşullara hızlı biçimde uyum sağlamasına yardımcı olur (Rahimi, 2011).

2.8.3. Sosyal Medya Türleri

2.8.3.1. Genel Sosyal Medya Platformları

Bu tür platformlar, kullanıcılar arasında genel iletişim kurmayı amaçlar. Kullanıcılar içerik paylaşabilir, beğeni yapabilir, yorum bırakabilir ve diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunabilir. Örnek olarak, aylık iki milyardan fazla aktif kullanıcıya sahip olan ve en köklü ve büyük sosyal medya platformlarından biri olarak kabul edilen Facebook gösterilebilir (Statista, 2023). Bunun yanı sıra, kısa mesajlar (tweet'ler) paylaşmak ve güncel haberler ile sosyal trendleri takip etmek için bir platform olan Twitter (X) da bu kategoride yer alır.

2.8.3.2. Profesyonel Sosyal Ağlar

Bu platformlar, iş bağlantıları kurmak ve profesyonel gelişim sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Örneğin, LinkedIn kullanıcıların özgeçmişlerini sergilemelerine, iş fırsatları aramalarına ve profesyonel kişilerle ağ oluşturmalarına olanak tanımaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

2.8.3.3. Görsel ve Video Paylaşım Ağları

Görsel içeriklerin paylaşımına odaklanan bu ağlar, kullanıcıların görsel hafızayı kullanarak iletişim kurmalarını sağlar. YouTube, günlük milyarlarca izlenme ile en büyük video paylaşım platformlarından biridir. Pinterest ise moda, dekorasyon ve yemek gibi konularda kullanıcıların ilham alabileceği bir içerik havuzu sunmaktadır (Kietzmann ve diğerleri, 2011).

2.8.3.4. Sosyal Mesajlaşma Uygulamaları

Bu uygulamalar, temel olarak mesajlaşmayı hedeflemekle birlikte grup sohbetleri, medya paylaşımı ve sosyal etkileşim özellikleriyle sosyal medya özelliklerini de içermektedir. WhatsApp, Telegram ve Signal gibi uygulamalar bu kategoriye örnek gösterilebilir (Church ve de Oliveira, 2013).

2.8.3.5. Geçici veya Anlık İçeriklere Dayalı Sosyal Ağlar

Snapchat gibi platformlar, belirli bir süre sonunda kaybolan içerik paylaşımı özelliği sayesinde daha samimi ve anlık deneyimlerin paylaşılmasını teşvik eder. Bu

durum, kullanıcıların daha spontan ve filtrelenmemiş içerikler üretmesine olanak tanır (Bayer ve diğerleri, 2016).

2.8.3.6. İlgi Alanlarına veya Özel Topluluklara Dayalı Ağlar

Reddit gibi platformlarda kullanıcılar, spesifik ilgi alanlarına göre oluşturulan topluluklarda içerik üretir ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurar. Tumblr ise kısa blog yazıları ve multimedya içeriklerin paylaşımı için yaratıcı bir alan sunar (Boyd ve Ellison, 2007).

2.9. Instagram

Instagram, dünyanın önde gelen sosyal medya platformlarından biri olarak, içerik paylaşımı, sosyal etkileşimler ve ticari faaliyetler için bir ortam sunmaktadır. 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan bu platform, kısa sürede dijital iletişimde temel araçlardan biri hâline gelmiştir. Bu makale, Instagram'ın tanımına, temel özelliklerine ve sosyal-kültürel etkileşimlerdeki rolüne odaklanmakta olup, akademik tezlerde kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

Instagram, kullanıcıların görseller, videolar ve çoklu medya içerikleri oluşturmasına, düzenlemesine ve paylaşmasına olanak tanıyan, web ve mobil tabanlı bir sosyal medya ağıdır. Görsel içeriklere, özellikle de fotoğraflar ve kısa videolara odaklanması nedeniyle diğer sosyal medya platformlarından ayrılmaktadır. Kambhampati'ye (2014) göre, Instagram; kullanıcıların bireysel ya da grup olarak ürettiği içerikleri sanal ortamda paylaşmalarına imkân sağlayan bir web yazılımı aracı olarak tanımlanmaktadır. Başlangıçta kare formatında görsellerle ve dijital filtrelerle tanınan bu platforma zaman içinde birçok yeni özellik eklenmiştir.

Castells (2009), Instagram gibi sosyal medya ağlarının ortaya çıkmasıyla birlikte kitle iletişimi çağının yerini çift yönlü etkileşimlere bıraktığını savunmaktadır. Bu özellik, Instagram'ı sadece içerik tüketiminin değil, aynı zamanda içerik üretiminin de mümkün olduğu, dinamik ve çok yönlü bir iletişim ortamına dönüştürmüştür.

2.9.1. Instagram'ın Temel Özellikleri

2.9.1.1. Görsel İçerik Paylaşımı

Instagram, öncelikli olarak fotoğraf ve video paylaşımı amacıyla geliştirilmiş bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar, hem kalıcı gönderiler paylaşabilmekte hem

de 24 saat içinde kaybolan “Hikâyeler (Stories)” özelliğini kullanarak geçici içerikler sunabilmektedir. Ayrıca “Reels” özelliği sayesinde kullanıcılar, platformun sunduğu yaratıcı düzenleme araçları ve popüler müziklerle zenginleştirilebilen kısa videolar (3 ila 90 saniye arası) üretebilmektedir (Leaver, Highfield ve Abidin, 2020).

2.9.1.2. Filtreler ve Düzenleme Araçları

Instagram’ın öne çıkan özelliklerinden biri, kullanıcılara çeşitli dijital filtreler ve görsel düzenleme araçları sunmasıdır. Bu sayede kullanıcılar, içeriklerini yüksek görsel kaliteyle ve estetik bir biçimde sunabilirler. Özellikle genç kullanıcılar ve profesyonel içerik üreticileri arasında bu özellikler yaygın biçimde tercih edilmektedir (Sheldon ve Bryant, 2016).

2.9.1.3. Hikâyeler ve Canlı Yayın

Hikâyeler (Stories) ve canlı yayın (Live), Instagram'ın en dinamik etkileşim alanlarını oluşturur. Hikâyeler, kullanıcıların metin, GIF, emoji ve etkileşimli filtrelerle geçici içerikler oluşturmasına imkân tanırken; canlı yayın özelliği kullanıcıların takipçileriyle anlık, doğrudan iletişim kurmasına olanak sağlar. Bu yayınlar genellikle 1 saatle sınırlıdır ve sonradan kaydedilebilir ya da iki kullanıcı arasında yapılabilir (Tiggemann ve Slater, 2017).

2.9.1.4. IGTV (Instagram TV)

IGTV, kullanıcılara 60 dakikaya kadar uzun video içerikleri yükleme olanağı sunar. Bu özellik, özellikle vlog yayıncıları, eğitmenler veya derinlemesine içerik üretmek isteyen kullanıcılar için tasarlanmıştır. Her ne kadar IGTV son yıllarda Reels özelliğiyle bütünleşmiş olsa da, uzun formatlı içerik ihtiyacı olan profesyonel kullanıcılar için hâlen değerli bir araçtır (Kaplan ve Haenlein, 2020).

2.9.1.5. Etiketler (Hashtag) ve Arama Özelliği

Etiketler, Instagram’da içeriklerin görünürlüğünü artıran önemli araçlardır. Kullanıcılar, paylaşımlarına konuyla ilişkili etiketler ekleyerek, gönderilerinin daha fazla kişiye ulaşmasını sağlayabilir. Arama özelliği ise yalnızca kullanıcı adları ya da etiketlere göre değil, aynı zamanda anahtar kelime ve konum etiketlerine göre çalışmakta, böylece kullanıcılara ilgi alanlarına uygun içerikleri keşfetme olanağı sunmaktadır (Zappavigna, 2015).

2.9.1.6. Arşivleme ve Öne Çıkarılanlar (Highlights)

Instagram, kullanıcıların hikâye ve gönderilerini arşivleyerek herkese açık görünümden kaldırmalarına, ancak kendi profillerinde erişilebilir tutmalarına olanak tanır. Bunun yanında, "Highlights" özelliği ile kullanıcılar önemli hikâyelerini kalıcı olarak profillerinde sergileyebilirler. Bu özellik, özellikle markalar ve içerik üreticileri için etkili bir içerik yönetim aracı olarak kullanılmaktadır (Abidin, 2016).

2.9.2. Sosyal Medya ve Instagram Bağımlığı

Bireylerin medyaya olan bağımlılığının, medyanın bilgi edinme, eğlence ve sosyal iletişim ihtiyaçlarını karşılama kapasitesine dayandığını savunur. Günümüzde Instagram gibi sosyal medya platformları, bireylerin günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Özellikle gençler, Instagram'ı bilgi edinmek, kendi kimliklerini oluşturmak ve arkadaşlıklarını geliştirmek için yoğun bir şekilde kullanır (Ball-Rokeach Ve DeFleur, 1976).

Bireyler, medyayı yalnızca kişisel ihtiyaçları için değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel nedenlerle de kullanmaktadır (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974). Instagram gibi platformlar, bilgilere hızlı erişim sağlaması ve sosyal bağlantıları kolaylaştırması nedeniyle bu bağımlılığı artırmaktadır (Andreassen ve diğerleri, 2017). Özellikle, bilgi kaynaklarının kısıtlı olduğu ya da sosyal iletişimlerin büyük oranda dijital ortama taşındığı toplumlarda, Instagram'a olan bağımlılık daha belirgin hale gelmektedir (Kircaburun ve Griffiths, 2018). Bu doğrultuda, sosyal medya platformlarının sunduğu etkileşim imkânları, bireylerin çevreleriyle sürekli bağlantıda kalmalarını sağlamaktadır. Ayrıca, kullanıcılar bu platformlar aracılığıyla sosyal onay alabilir ve benlik saygılarını artırabilirler (Nadkarni ve Hofmann, 2012). Bu durum, bireylerin sosyal medya kullanımını daha da teşvik etmektedir. Medyanın bireyler üzerindeki etkisi, yalnızca içerik tüketimiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bireylerin düşünce ve davranış biçimlerini de şekillendirmektedir.

2.10. İran'ın Toplumsal Yapısı

İran, dünyanın en eski medeniyetlerinden biridir ve tarihi 5000 yıl öncesine kadar uzanmaktadır. Bu ülke, kendine özgü coğrafi konumuyla her zaman kültürel, ticari ve medeniyetler arası etkileşimlerde kilit bir nokta olmuştur. İlamlılar, Ahamenişler ve Sasaniler dönemlerinden itibaren İran, dünyada öne çıkan bir

medeniyet merkezi olarak kabul edilmiştir. Bu ülke, tarihsel dalgalanmalara rağmen kültür ve kimliğini korumuş ve hala Orta Doğu'nun en etkili topluluklarından biri olarak görülmektedir. Ülke, İslam Cumhuriyeti modeliyle yönetilen bir siyasal sisteme sahiptir. Bu sistemde dini lider, siyasi hiyerarşinin en üst noktasında yer alırken, Cumhurbaşkanı yürütme görevini üstlenir.

İran, eski zamanlardan beri gelenek, din ve modernitenin bir arada bulunduğu bir toprak olmuştur. Yeni teknolojilerin ortaya çıkması, özellikle sosyal medya sayesinde, İran toplumu geniş çapta değişimlere uğramıştır. Bu değişimler, yaşam tarzından sosyal etkileşimlere, kültürel ve dini inançlara kadar her alanda insanlar üzerinde etkili olmuştur. Ancak, İran halkı modern teknolojileri kullanmasına rağmen geleneksel ve dini değerlerini korumuş ve birçok durumda bu iki yönü bir arada uygulamaktadır (Jafari ve Hasani, 2017).

2.10.1. Sosyal Medyanın İran Kültürüne Etkisi

İran, tarihi derinliği ve kültürel çeşitliliği nedeniyle, binlerce yıl boyunca şekillenen bir dizi gelenek ve göreneklere sahiptir. Nevruz ve Yelda gibi antik bayramlardan, misafirperverlik gibi sosyal ritüellere kadar, İranlılar her zaman kültürel değerlerini korumuşlardır. Sosyal medya, son yıllarda bu kültür üzerinde çeşitli etkiler bırakmıştır.

Bu ağların dikkate değer etkilerinden biri, sosyal etkileşim şekillerindeki değişikliktir. Geçmişte sosyal etkileşimler, aile toplantıları, pazarlar ve çeşitli etkinlikler gibi fiziksel ortamlarda gerçekleşirdi. Ancak günümüzde, sosyal medyalar ana etkileşim platformu haline gelmiştir. "Sosyal medya, özgürlük değerleri aracılığıyla vatandaşların maddi ve demokratik kültüre eğilimini dolaylı olarak artırabilir" (Arafiyan, Rehberkazi ve Hatemi, 2024). İnsanlar, yüz yüze görüşmeler yerine mesajlaşma uygulamaları ve sosyal medya üzerinden iletişim kurmaktadırlar. Bu iletişim biçimi, iletişimi kolaylaştırmış olsa da, diğer yandan bazı geleneksel değerleri, misafirperverlik ve yüz yüze ziyaretleri etkileyerek değiştirmiştir.

Ayrıca, sosyal medya, İranlıların yaşam tarzlarında da değişimlere neden olmuştur. Geçmişte birçok kişinin hayatı, yakın sosyal ve ailevi ilişkiler üzerine kuruluyken, günümüzde gençlerin birçoğu yeni yaşam tarzlarının peşinde ve Batı modelinden esinlenmektedirler. Bu değişiklikler, moda, beslenme, eğlence ve hatta alışveriş ve tüketim şekillerinde görülebilir.

Bununla birlikte, İran kültürü hala yüksek bir esneklik göstermektedir. Birçok aile, geleneksel değerlerle yeni gelişmeler arasında denge kurmaya çalışmaktadır. Mesela, Yelda Gecesi ve Nevruz gibi bazı gelenekler, aile bağlarının sembolü olarak, sanal ortamda güçlendirilmiştir. İnsanlar, birbirlerinden uzak olsalar bile, görüntülü arama ve mesaj uygulamaları aracılığıyla bu özel günleri kutlamaktadırlar.

2.10.2. Sosyal Medyanın Dindeki Etkisi

İran, dini inançların sosyal yapı ve halkın yaşamında özel bir yere sahip olduğu dini bir ülke olarak kabul edilmektedir. Ramazan, Muharrem ve diğer dini önemli günler, geçmişten günümüze kadar İran'da kutlanmakta olup sosyal medyanın bu kültürel alan üzerindeki etkileri geniş çaplı olmuştur.

Sosyal medya, dini bilgilere erişim yöntemlerini değiştiren güçlü bir araç olarak işlev görmüştür. Günümüzde birçok kişi, dini eğitim almak için camilere ve medreselere gitmek yerine internet ve sosyal medya aracılığıyla dini kaynaklara ulaştığı için dini öğretilere erişimi kolaylaştırmakla birlikte, bazı durumlarda yanlış bilgilerin yayılmasına da neden olmuştur. (Kaveh Ghahfarokhi ve Tajik Esmaeili, 2017). Bu durum, dini öğretilere ulaşmayı kolaylaştırmış ancak bazı durumlarda yanlış bilgilerin yayılmasına da sebep olmuştur.

Dijital ortam, dini öğretilerin tanıtılması ve yaygınlaştırılması için benzeri görülmemiş bir fırsat sunmuştur. Birçok din adamı ve dini aktivist, bu alanı dini içerikler yayınlamak için kullanmaktadır. Bununla birlikte, bu ortam aynı zamanda bireylerin farklı görüşlerle karşılaşmasına neden olmuş, bu da bazen dini bilinci artırırken bazen de geleneksel inançlarda soru işaretleri yaratmıştır (Rohjou ve Gheytari, 2024). Bu durum, bazı durumlarda dini bilinci artırmış ve bazı durumlarda bireylerin geleneksel inançlarında sorular yaratmıştır.

Sosyal medyanın bir diğer önemli etkisi ise dini etkinliklerin şeklinin değişimidir. Koronavirüs salgını, İran toplumunun yeni koşullara nasıl uyum sağlayabileceğini gösterdi. Bu dönemde, Cuma namazları ve Muharrem yas törenleri gibi birçok dini etkinlik çevrimiçi olarak düzenlendi. Bu değişim, yalnızca İran toplumunun esnekliğini göstermekle kalmadı, aynı zamanda geleneksel dini etkinliklerin şeklini de derinden etkilemektedir. Günümüzde de birçok dini toplantı ve dua çevrimiçi olarak gerçekleştirilmekte ve oldukça fazla izleyici çekmektedir.

2.10.3. Modernite ve Yeni Zorluklar

İran'daki sosyal değişimlerin önemli yönlerinden biri, gelenek ve modernite ile yüzleşmedir. Sosyal medya, bu değişimlerde belirleyici bir rol oynamıştır. Geçmişte, bireylerin sosyal kimliği daha çok aile durumu, meslek ve sosyal sınıfa dayanıyordu, ancak günümüzde dijital kimlik ve sanal alandaki etki derecesi de bireylerin sosyal konumunun tanımında önemli bir kıstas haline gelmiştir. İran'daki sosyal değişimlerin önemli yönlerinden biri, gelenek ve modernite ile yüzleşmedir. Sosyal medya, bu değişimlerde belirleyici bir rol oynamıştır. Geçmişte, bireylerin sosyal kimliği daha çok aile durumu, meslek ve sosyal sınıfa dayanıyordu, ancak günümüzde dijital kimlik ve sanal alandaki etki derecesi de bireylerin sosyal konumunun tanımında önemli bir kıstas haline gelmiştir (Adlipour ve diğerleri, 2014).

Tüketim kalıplarındaki değişim de modernitenin İran toplumu üzerindeki diğer etkilerindendir. Sosyal medyada yapılan geniş çaplı reklamlar, lüks ürünlere ve tüketim odaklı bir yaşam tarzına olan isteği artırmıştır. Birçok genç, yaşam tarzlarını güncel küresel trendlerle uyumlu hale getirmeye çalıştığından, kıyafet, makyaj ve hatta diyet gibi alanlarda değişimlere yol açmaktadır. (Moslehi ve diğerleri, 2024).

Sosyal medya, işletmeler ve girişimciler için yeni fırsatlar yaratmıştır. Birçok geleneksel işletme şimdi çevrimiçi platformlara geçiş yapmış ve internetten satış, İran'daki temel ticaret yöntemlerinden biri haline gelmiştir. Birçok genç, bu ağlar aracılığıyla gelir elde etmekte ve yeni pazarlama ve satış yöntemleri sunmaktadır.

Bu fırsatların yanı sıra bazı zorluklar da bulunmaktadır. Önemli endişelerden biri, sosyal medyanın gençler üzerindeki psikolojik etkileridir. Kişisel yaşamın sosyal medyada gösterilenlerle karşılaştırılması, öz güvenin azalmasına ve kaygının artmasına yol açabilir. Ayrıca, sanal alanda aşırı zaman geçirmek, gerçek etkileşimlerin azalmasına ve bireyler arasında mesafe yaratmaya neden olabilir.

İran, zengin tarihi ve kültürel geçmişi ile her zaman sosyal ve teknolojik değişimlere karşı esneklik göstermiştir. Sosyal medya, İranlıların yaşamlarının çeşitli yönleri üzerinde geniş etkilere sahip olup ve yaşam tarzında, sosyal etkileşimlerde, dini inançlarda ve kültürel kimlikte değişimlere neden olmuştur. Ancak, İran halkı hala geleneksel ve kültürel değerlerini korumakta ve gelenek ile modernite arasında denge kurmaya çalışmaktadır (Adlipour ve diğerleri, 2014).

Dijital teknolojilerin sürekli yaygınlaşması göz önüne alındığında, İran toplumunun geleceği bu dönüşümlerin nasıl yönetileceğine bağlıdır. Eğer bu araçlar doğru bir şekilde kullanılırsa, gelenek ve modernitenin uyumlu bir şekilde harmanlandığı bir ortam gözlemlenebilir ve bu da toplumsal ve kültürel gelişime yol açacaktır (Sadeghi ve diğerleri, 2023).

2.10.4. Belucistan'ın Kültürel Yapısı ve Sosyal Medya

İran toplumunun iç yapısı sadece merkez şehirlerdeki yapılarla sınırlı değildir. Belucistan gibi etnik ve kültürel çeşitliliğin yoğun olduğu bölgelerde, toplumsal yapılar hem geleneksel hem de dini değerler temelinde şekillenmiştir.

Sistan ve Belucistan İli, İran'ın güneydoğusunda yer almakta olup, coğrafi olarak Pakistan ve Afganistan ile sınır komşusudur. Bu bölge, etnik ve dini açıdan yüksek bir çeşitliliğe sahiptir ve nüfusunun büyük bir kısmını çoğunluğu Sünni olan Beluç toplulukları oluşturmaktadır. Beluçların sosyal yapısı, büyük ölçüde kabile ilişkileri, geniş aile bağları ve geleneksel-dini değerlere dayanmaktadır. Beluç kültüründe aile, yalnızca biyolojik bir kurum değil, aynı zamanda kimliksel ve toplumsal temel bir yapı olup, değerlerin ve geleneklerin korunmasında kilit rol oynamaktadır (Khan, Malghani ve Ayaz, 2020).

Harita 1. İran haritası



Kaynak: "Environmental challenges of transboundary dust storms in the Middle East: A review" by M. S. Gholami, 2023

Bu bölgede, namus (izzet) ve aile onurunun korunması en önemli kültürel unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanım biçimleri üzerinde doğrudan etkilidir. Özellikle Beluç kadınları, Instagram'ı özel olarak kullanıyor olsalar da, kültürel ve dini hassasiyetler nedeniyle fotoğraf, video veya kimlik bilgilerini kamusal alanda paylaşmaya daha az eğilimlidir. Bu çekingenlik, doğrudan devlet baskısından değil, bu toplumlarda içselleşmiş değer çerçevelerinden kaynaklanmaktadır (Rashid ve diğerleri, 2019).

Öte yandan, birçok aile, yeni teknolojilerin özellikle Instagram gibi sosyal medya platformlarının kullanımının denetim altında veya kısıtlamalarla gerçekleşmesini tercih etmektedir. Bu nedenle, Beluç kadınlarının dijital alandaki varlığı çoğunlukla anonim hesaplarla ya da kişisel olmayan içeriklerle sınırlı kalmaktadır. "Teknolojinin muhafazakârca kullanımı" olarak adlandırılabilecek bu

olgu, Sistan ve Belucistan'da oldukça belirgindir ve iletişimsel modernite ile bölgesel sosyal-dini gelenekler arasında denge kurma çabasını yansıtmaktadır (Tanide, 2023).

2.10.5. İranlı Gençler Üzerindeki Instagram'ın Etkileri

Instagram, en popüler sosyal medya platformlarından biri olarak, dünya genelinde ve özellikle İran'da gençler üzerinde dikkate değer etkiler yaratmıştır. Görsel ve video paylaşımı için bir alan sunan bu platform, gençlerin özgüveni, yaşam tarzı, yaratıcılığı, aile ilişkileri ve kültürel kimliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Instagram, düzenlenmiş görsellerin ve idealize edilmiş yaşam tarzlarının sergilenmesiyle gençlerin özgüveni üzerinde etkili olmaktadır (Fardouly ve ark., 2018). Bu tür görseller sıklıkla sosyal karşılaştırmalara yol açmakta ve özellikle fiziksel görünüm bağlamında yetersizlik hissini artırabilmektedir. Yaşam tarzı açısından bakıldığında, Instagram tüketimciliği teşvik etmekte ve gençleri gerçekçi olmayan modellere yönlendirmektedir (Chua ve Chang, 2016). Bu tarzları taklit etme baskısıyla hem finansal hem de psikolojik sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Yaratıcılık bağlamında, Instagram içerik üretimi ve sanatsal ifade için bir ortam sunmaktadır; ancak dikkat çekme baskısı özgün yaratıcılığı sınırlayabilir. Ayrıca, Instagram'ın aşırı kullanımı aile içi etkileşim süresini azaltabilir (Twenge, 2017).

İran'da Instagram, geniş erişilebilirliği ve diğer platformlara getirilen kısıtlamalar nedeniyle kendini ifade etme ve iletişim kurma açısından temel bir araç hâline gelmiştir. Bu platform, lüks yaşam tarzlarının sergilenmesi aracılığıyla İranlı gençlerin özgüveni üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır (Soleymani ve Karimi, 2017). Bu tür gerçek dışı görseller, İran'daki zor ekonomik koşullar altında yoksunluk duygusunu daha da şiddetlendirebilir. Yaşam tarzı açısından, Instagram İranlı gençler arasında modaya ve tüketime olan eğilimi artırmıştır (Einifar ve Kosari, 2020). Bu süreç zaman zaman sadelik ve kanaatkârlık gibi geleneksel değerlerin değişmesine neden olmuştur. Instagram, İranlı gençlere yerel kültürü dijital içerikler aracılığıyla sergileme imkânı sunarken, Batılı modellere özenme özgün yaratıcılığı gölgede bırakabilir. Ayrıca, Instagram'ın yaygın kullanımı yüz yüze aile içi etkileşimleri azaltmaktadır (Rafiei Rad, 2020). Aile bağlarına büyük önem verilen İran kültüründe bu durum önemli bir zorluk oluşturabilir. Kültürel açıdan bakıldığında ise, Instagram hem küresel kültürü teşvik etmiş hem de İran sanatı ve gelenekleri gibi kimlik unsurlarının yeniden temsiline olanak tanımıştır.

Instagram gençler üzerinde iki yönlü etkilere sahiptir; bir yandan yaratıcılık ve iletişim için fırsatlar sunarken, diğer yandan özgüven kaybı ve aile ilişkilerinin zayıflaması gibi sorunlara neden olmaktadır. İran'da bu etkiler, özgün kültürel ve sosyal koşullar nedeniyle farklı boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi ve Instagram'ın bilinçli kullanımı, olumsuz etkilerin azaltılmasına yardımcı olabilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, nitel araştırma yöntemiyle yürütülmüştür. Bu yöntem, sosyal ve kültürel olguların gerçek bağlamları içinde anlaşılmasını sağlamaktadır. Nitel araştırma yöntemi, insan deneyimlerini, sosyal bağlamları ve kültürel normları derinlemesine anlamak için ideal bir yaklaşımdır. Araştırmanın konusunun karmaşıklığı ve gençlerin sosyal medya üzerindeki davranışlarının detaylı bir şekilde analiz edilmesi ihtiyacı, bu yöntemin seçilmesinin temel nedenleridir (Creswell, 2013). Nitel araştırma yöntemi, özellikle insan davranışlarının çeşitliliğini ve karmaşıklığını anlamaya yönelik çalışmalarda kullanılmaktadır. Bu yöntem sayesinde, genelleme yapmaktan çok katılımcıların deneyimleri ve bakış açıları detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Nitel araştırma yöntemi, insan deneyimlerini ve anlamlarını anlamaya yönelik bir yaklaşımdır ve sayısal olmayan verilerin analizine odaklanır. Nicel araştırma yöntemi, sayısal ve istatistiksel verileri analiz eder ve nedensel ilişkiler ile örüntüleri keşfetmeyi hedefler. Bu yöntem genellikle anketler ve deneyler kullanır. Buna karşılık, nitel araştırma yöntemi, katılımcıların deneyimleri ve bakış açıları aracılığıyla olguları derinlemesine anlamaya odaklanır ve görüşmeler ile gözlemler kullanır (Balcı, 2018).

Nicel yöntem genellenebilirlik üzerinde dururken, nitel yöntem kavramsal zenginlik ve sosyal bağlam üzerine odaklanır. Bu yöntem genellikle metinsel, görsel veya anlatı verilerinin toplanmasını ve analiz edilmesini içerir ve toplumsal ve insani fenomenleri derinlemesine anlamaya vurgu yapar. Nitel araştırma yöntemi, "bireylerin anlam ve deneyimlerini derinlemesine anlamayı gerektiren olguları incelemek için kullanılır. Bu yöntem genellikle mülakatlar, gözlemler ve metin içeriklerinin analizini içermektedir" (Denscombe, 2010).

Nitel araştırma, istatistiksel yöntemler veya herhangi bir niceliklendirme dışındaki yöntemlerle elde edilen bulguların elde edildiği her türlü araştırmadır. Söz konusu yöntem insanların yaşamlarını, biyografilerini, davranışlarını, örgütsel işlevlerini, toplumsal hareketlerini veya uluslararası ilişkilerini araştırmayı amaçlamakta, olabilmektedir(Strauss,2001). Yorumlayıcı paradigma, nitel

araştırmaların temel yaklaşımlarından biri olarak bireylerin deneyimlerini ve anlam dünyalarını anlamaya odaklanır. Bu yaklaşım, gerçeğin tek ve mutlak bir şey olmadığını, aksine bireylerin algılarına ve yaşadıkları sosyal bağlama bağlı olarak şekillendiğini savunur (Creswell, 2013).

Araştırmada, Instagram'ın gençler üzerindeki etkileri incelenirken yalnızca kullanım süresi ya da takip edilen içerik türleri gibi nicel veriler değil, aynı zamanda gençlerin platformu nasıl algıladıkları ve kullanım sürecinde ne hissettikleri gibi nitel boyutlar da dikkate alınmıştır. Çünkü sosyal medya, sadece bir iletişim aracı değil, aynı zamanda insanların kendilerini ifade ettikleri, kimliklerini oluşturdukları ve sosyal etkileşim kurdukları bir alan olarak görülmektedir. Bu yüzden, araştırmada yorumsal paradigma temel alınmış ve Instagram'ın gençlerin hayatında nasıl bir yer tuttuğu, onların düşüncelerini, duygularını ve davranışlarını nasıl etkilediği anlaşılmaya çalışılmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Deseni

Araştırma, Instagram'ın gençler üzerindeki sosyal ve kültürel etkilerini incelemeyi amaçlamakta olup, fenomenolojik bir yaklaşım benimsenmiştir. Fenomenoloji, temel olarak "fenomenler" ile insanların deneyimlerini inceleyen sistematik bir araştırma yöntemidir. Bu yöntemin temel amacı, bireylerin içinde yaşadıkları dünyayı nasıl deneyimlediklerini ve bu deneyimlere nasıl anlamlar yüklediklerini ortaya koymaktır. Söz konusu yaklaşım, nesnel ve dışsal özelliklerden ziyade, insanların öznel dünyalarını ve içsel anlamlandırma süreçlerini merkeze alır. Diğer bir ifadeyle fenomenolojik bakış açısı, bireylerin çevrelerindeki dünyaya ilişkin deneyimlerini araştırma bağlamında Instagram'ın gençler üzerindeki etkilerini- nasıl anlamlandırdıklarını derinlemesine anlamayı hedeflemektedir (Husserl, 1931).

Schütz (1967), fenomenolojik yaklaşımında "yaşanmış deneyimleri" (Lebenswelt) insan eylemlerinin incelenmesindeki en temel unsur olarak tanımlar. Onun görüşüne göre, insan öznelerin dünyayı anlayışı sadece felsefi düşünceler yoluyla değil, ağırlıklı olarak gündelik etkileşimler ve sosyal bağlamlar içinde şekillenir. Schütz, gündelik yaşamda anlamın inşasına vurgu yaparak, bireylerin dinamik bir süreç içinde diğerleriyle iletişim kurarak çevrelerindeki dünyayı yorumladıklarını ve bu yorumların öznel ve bireysel olabilmekle birlikte, nihayetinde

sosyal eylem için ortak anlam çerçeveleri oluşturduğunu savunur (Berger ve Luckmann, 1966).

Başka bir deyişle, Schütz perspektifinden bakıldığında, sosyal kimlik ve insan ilişkileri, dil, gelenekler ve sosyal roller gibi özel iletişimsel bağlamlarda gerçekleşen bu anlamı yorumlama ve yeniden yorumlama sürecinin bir ürünüdür. Bu görüş, yorumsamacı sosyoloji ve insan failiyetini anlama alanındaki sonraki çalışmalar için temel bir zemin sağlamıştır.

Araştırmada fenomenolojik yaklaşım, nitel araştırma yöntemleri arasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu yöntem, katılımcıların deneyimledikleri olayları ve bu olaylardan türeyen anlamları keşfetmeyi amaçlamaktadır. Fenomenolojik yaklaşım, araştırmacıya, bireylerin Instagram kullanımındaki kişisel deneyimlerini detaylı bir şekilde analiz ederek ortak temaları ve kültürel-sosyal anlamları ortaya çıkarma fırsatı tanımaktadır. Araştırma, Instagram'ın gençler üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamakta olup, fenomenolojik bir yaklaşım kullanarak gençlerin bu sosyal medya platformunu kullanırken yaşadıkları deneyimleri ve algılarını analiz etmektedir. Görüşmeler ve gözlemler yoluyla, gençlerin Instagram ile nasıl etkileşimde bulunduklarını ve bu etkileşimlerin onların hayatlarının farklı yönlerine nasıl etki ettiğini daha iyi anlamayı amaçlamaktadır. Özellikle,araştırma, gençlerin platformu nasıl deneyimlediğini, platforma ne tür anlamlar yüklediklerini ve bu deneyimlerin bireysel kimlikleri ile sosyal etkileşimleri üzerindeki etkilerini incelemeyi hedeflemektedir. Araştırmada, yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanılarak kullanıcıların deneyimleri, önyargılardan arındırılmış bir şekilde incelenmiş ve bu deneyimlerden ortak anlamlar çıkarılmıştır (Creswell, 2013).

3.1.2. Katılımcılar

Araştırma, Instagram'ın gençler üzerindeki sosyal ve kültürel etkilerini incelemek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemi, İran'da yaşayan 17-22 yaş arası Instagram kullanıcılarından oluşan 20 genci kapsamaktadır. Katılımcılara ulaşmak için amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. İlk olarak yakın çevremden birkaç kişi seçilmiş, ardından bu kişilerden başka bireyleri önermeleri istenmiştir. Bu seçim, katılımcılara kolay erişim sağlamak, daha yakın bir iletişim kurmak ve onların yaşam deneyimlerinden zengin veri toplamak amacıyla yapılmıştır. Kolay ulaşılabilir

örnekleme, araştırmacının en kolay şekilde erişebileceği ve katılmaya istekli olan bireylerden oluşan bir örnekleme yöntemidir (Etikan, Musa ve Alkassim, 2016). Araştırmada, sosyal medya platformları ve kişisel ağlar kullanılarak katılımcılara ulaşılmıştır. Nitel araştırmalarda, katılımcılarla doğrudan iletişim kurmak ve onların deneyimlerini rahatça ifade edebilecekleri bir ortam yaratmak büyük önem taşır (Creswell, 2013).

Katılımcıların seçimi için amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, araştırmacıya konuyla en çok ilgili olan kişileri seçme ve onların deneyimlerinden çeşitli bakış açıları elde etme imkânı tanır. Patton (2002, s. 230) da belirttiği gibi, amaçlı örnekleme, nitel araştırmalarda anlamlı ve zengin bilgilere ulaşmak için etkili bir yöntemdir. Katılımcılar yaş, Instagram'da düzenli aktivite ve sosyal etkileşim gibi kriterlere göre seçilmiştir.

Kartopu örnekleme, başlangıçta belirlenen birkaç katılımcının, araştırmaya katılabilecek diğer kişileri yönlendirmesiyle oluşturulan bir yöntemdir (Naderifar, Goli ve Ghaljaie, 2017). Bu teknik, özellikle belirli bir topluluk içinde erişimi zor olan bireylere ulaşmak için kullanılmıştır.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-demografik Özelikleri

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Günlük kullanımı (Saat)	Eğtim durumu	Medeni durumu	Takipçileri	Takip ettikleri
K1	Erkek	17	4	Lise öğr.	Bekar	943	204
K2	Erkek	18	3	Lise öğr.	Bekar	550	189
K3	Kadın	20	3	Üni. öğr.	Bekar	750	814
K4	Erkek	22	1	Üni. öğr.	Evli	1398	2012
K5	Erkek	21	5	Üni. öğr.	Bekar	735	1258
K6	Erkek	17	3	Lise öğr.	Bekar	850	800
K7	Erkek	19	4	Lise mezunu	Bekar	1450	1320
K8	Erkek	19	2	Lise mezunu	Bekar	950	632
K9	Erkek	19	4	Üni. öğr.	Bekar	4029	1489
K10	Erkek	17	4	Lise öğr.	Bekar	832	522
K11	Kadın	20	3	Üni. öğr.	Bekar	1820	985

K12	Erkek	22	5	Üni. öğr.	Evli	2000	320
K13	Erkek	17	2	Lise öğr.	Bekar	837	477
K14	Erkek	17	3	Lise öğr.	Bekar	3408	889
K15	Erkek	20	1	Üni. öğr.	Bekar	109	25
K16	Kadın	20	3	Üni. öğr.	Bekar	1250	534
K17	Kadın	22	2	Lise mezunu	Evli	449	257
K18	Erkek	18	3	Lise öğr.	Bekar	2099	1988
K19	Erkek	20	5	Lise mezunu	Bekar	1385	1702
K20	Kadın	21	2	Üni. öğr.	Bekar	993	601

Yukarıdaki tabloya göre, katılımcıların 15'i, erkek 5'i kadın olduğu görülmektedir. Tabloya göre, İnstagram hesaplarının takip ettikleri kişi sayısının ortalaması 851 kişi ve Instagram'da katılımcıları takip eden kişi sayısının ortalaması ise 1341 kişidir. İran'ın Belucistan bölgesi kültürel yapısı nedeniyle kadınlara erişim ve onlarla diyalog kurma imkânı kısıtlıdır. Bu nedenle,araştırmada katılımcıların çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. İran'ın Sistan ve Belucistan iline özgü erken yaşta evlilik geleneği nedeniyle, araştırma grubunda evli katılımcılar da yer almaktadır. Katılımcı profili, en az lise düzeyinde eğitim görmekte olan ve en fazla lisans seviyesinde öğrenim hayatını sürdüren genç bireylerden oluşmaktadır.

3.1.3. Veri Toplama Tekniği

Araştırmada, temel veri toplama aracı olarak nitel araştırma yönteminin görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme, katılımcılarla doğrudan iletişim kurma ve etkileşim sağlama olanağı sağlamaktadır. Görüşme "önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç için yapılan, soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim sürecidir" (Neuman 2014). Araştırmada veriler, e-görüşme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. E-görüşme, internet tabanlı iletişim araçları (örneğin WhatsApp, Telegram veya Zoom gibi platformlar) aracılığıyla yapılan çevrimiçi görüşmelerdir. Bu yöntem, özellikle katılımcıların farklı coğrafi bölgelerde yer aldığı durumlarda zamandan ve mekândan bağımsız olarak veri toplama imkânı sağlar (Jowett, 2020). E-görüşmelerin temel avantajları arasında erişilebilirlik, esneklik ve katılımcıların daha

rahat bir ortamda kendilerini ifade etme imkânı yer almaktadır. Bu yöntem mahremiyet hissini artırarak daha içten yanıtların alınmasına katkı sunabilir.

Katılımcılar, Instagram kullanımıyla ilgili deneyimleri olan genç bireyler arasından seçilmiştir. Toplamda 20 katılımcı ile çevrimiçi ortamlarda görüşmeler gerçekleştirilmiş ve katılımcılara soruları kapsamlı bir şekilde cevaplama ve deneyimlerini ayrıntılı olarak paylaşma fırsatı sağlanmıştır. Görüşme soruları, araştırmanın amaçlarına ve Instagram kullanımının gençler üzerindeki etkileriyle ilgili temel konulara dayanarak tasarlanmıştır.

E-görüşmeler, özellikle yüz yüze görüşme imkânının olmadığı durumlarda, nitel araştırmalarda veri toplama yöntemi olarak giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu yöntem, Zoom, Google Meet veya Skype gibi araçlar aracılığıyla gerçekleştirilir ve araştırmacıların katılımcılarla uzaktan iletişim kurmasını sağlar. Araştırmalar, uygun teknik altyapı sağlandığında ve katılımcılar dijital ortama aşina olduğunda, çevrimiçi görüşmelerin yüz yüze görüşmeler kadar etkili olabileceğini göstermektedir (Salmons, 2016). Görüşmeler, yarı yapılandırılmış soru formu kullanılarak, çevrim içi ortamda Google Meet uygulaması üzerinden gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, katılımcıların derinlemesine düşüncelerini ifade etmelerine olanak tanır ve esnek bir yapı sunar (Creswell, 2013). Bu tür görüşmeler, araştırmacının önceden belirlenmiş sorulara bağlı kalırken, katılımcıların özgürce konuşmalarına da izin verir (Patton, 2002).

Çevrim içi ortamda her bir katılımcıyla yaklaşık 30 dakika süren e-görüşmeler gerçekleştirilmiş; her bir görüşmenin deşifresi ortalama üç (3) sayfa tutmuştur. Görüşmeler, katılımcıların ana dili olan Beluçi dilinde gerçekleştirilmiş ve görüşmeler esnasında alınan ses kayıtları aynı dilde deşifre edilmiştir. Araştırmada referans verilen alıntılar ise Türkçeye çevrilmiştir. Görüşmelerin deşifre edilmesi sonucu ortaya çıkan metinlerin toplam uzunluğu 67 sayfadır.

3.1.4. Veri Toplama Süreci

Tez, 25 Mart 2024 tarihinde başlamıştır. Tez zaman çizelgesine göre, ilk ayda tez konusu seçimi ve yazım için gereken kaynakların mevcudiyeti incelenmiştir. Daha sonra ikinci aydan dördüncü aya kadar literatür taraması ve en uygun araştırma yönteminin belirlenmesi için çalışmalara başlanmıştır. Beşinci aydan yedinci aya kadar, hedef katılımcılarla iletişim kurulmuş ve görüşmeler gerçekleştirilerek,

katılımcıların cevapları yazılmıştır. Sekizinci aydan onuncu ayın ortalarına kadar katılımcıların cevapları analiz edilmiş ve şifrelenmiştir. Son olarak, on birinci aydan 2025 yılının ikinci ayının başlarına kadar tez tekrar incelenmiş ve mevcut sorunların çözümüne yönelik çalışmalar yapılmıştır. 2025 yılının üçüncü ayının ortalarında nihai versiyon danışman öğretim üyesine teslim edilmiştir. Görüşmeler Beluçi dilinde gerçekleştirilmiştir; çünkü tüm katılımcıların ana dili Beluçi'dir ve katılımcılar, kendilerini daha rahat ve doğal ifade edebildikleri bu dili tercih etmişlerdir. Farsça görüşme yapmayı ise, duygularını ve düşüncelerini yeterince açık biçimde aktaramayacaklarını düşündükleri için reddetmişlerdir. Bu durum, katılımcıların anlatımda samimiyet ve ifade özgürlüğü hissetmeleri açısından dil tercihini belirleyici bir unsur haline getirmiştir. Ayrıca, araştırmacının doğrudan Türkçeye çeviri yapma imkânı olmadığı için katılımcıların cevapları önce Farsçaya, sonra Türkçeye çevrilmiştir. Çeviri sürecinde, orijinal metnin anlamını korumak ve kültürel bağlamı dikkate almak büyük önem taşır (Brislin, 1970).

3.1.5. Veri Analizi Süreci

Araştırma, çevrimiçi ortamlarda yüz yüze görüşme ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak gerçekleştirilmiştir ve gençlerin Instagram gibi sosyal medya platformlarına yönelik görüşleri doğrudan alıntılar aracılığıyla çıkarılmıştır.

Araştırmacının farklı bir ülkede bulunması nedeniyle yüz yüze görüşme yapma imkânı olmamış ve görüşmeler Google Meet programı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, katılımcıların cevapları herhangi bir değişiklik yapılmadan ve müdahale edilmeden olduğu gibi yazılmıştır. Bu yaklaşım, verilerin orijinalliğini korumak ve katılımcıların görüşlerini doğru bir şekilde yansıtmak için büyük önem taşır(Lincoln ve Guba, 1985).

Görüşmeler, araştırmacı tarafından bilgisayar ile kaydedilmiş ve daha sonra dikkatlice gözden geçirilerek deşifre edilmiştir. Veriler tematik analiz yoluyla incelenmiş ve toplam altı ana tema belirlenerek çalışmada ayrıntılı biçimde sunulmuştur. Tematik analiz, katılımcıların deneyimlerini anlamaya yönelik esnek ve derinlemesine bir yaklaşım sunarak nitel araştırmalarda sıkça tercih edilen bir analiz yöntemidir. Bu yaklaşım, verilerde tekrarlayan anlam örüntülerini (temaları) belirleyerek araştırmacının olgusal yapıyı yorumlamasını sağlar (Braun ve Clarke, 2006).

3.1.6. Geçerlik ve Güvenirlik

Bu araştırmanın geçerlik ve güvenirliğini sağlamak amacıyla, tasarım ve uygulama süreci metodolojik tutarlılık ve titizlikle yürütülmüştür. Geçerlik, araştırma aracının ölçmeyi amaçladığı olguyu ne derece doğru ölçtüğünü ifade etmekte (Creswell, 2013); güvenilirlik ise benzer koşullarda tekrarlanan araştırmalarda aynı sonuçlara ulaşılabilme derecesidir (Neuman, 2014). Çalışmada geçerlik ve güvenirlik, sistematik yaklaşımlar aracılığıyla güvence altına alınmıştır.

Geçerliği artırmak amacıyla, verilerin bilimsel bir zeminde analiz edilmesini sağlamak üzere Goffman'ın dramaturjik kuramı, Giddens'ın yapılandırma kuramı, Teknoloji Kabul Modeli ve Sosyal Öğrenme Kuramı gibi güçlü kuramsal çerçevelerden yararlanılmıştır. Veriler, İran'ın Sistan ve Beluçistan eyaletinde yaşayan 17–22 yaş aralığındaki 20 Beluç gençle yapılan görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Katılımcılar, amaca yönelik ve kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Görüşmelerin Beluçî dilinde gerçekleştirilip özenli biçimde Farsça ve Türkçeye çevrilmesi, hem kültürel inceliklerin korunmasını hem de özgünlüğün sağlanmasını mümkün kılmıştır.

Geçerliği daha da güçlendirmek için katılımcıların doğrudan alıntılarına yer verilmiş ve bulgular önceki çalışmalarla (örneğin, Dorofeeva ve Öze, 2023; Balcıoğlu, 2024) karşılaştırılmıştır. Ayrıca, elde edilen bulguların katılımcılara geri sunulması (member check) yoluyla yorumların doğruluğu teyit edilmiştir (Braun ve Clarke, 2006). Araştırmanın güvenirliği ise veri toplama ve analiz süreçlerinin şeffaf biçimde açıklanması, kullanılan araştırma aracının (görüşme formu) sunulması ve araştırmanın sınırlılıklarının ayrıntılı biçimde belirtilmesi ile sağlanmıştır. Coğrafi sınırlılık, Instagram'ın İran'da yasak olması nedeniyle VPN kullanımının gerekmesi ve katılımcıların mahremiyet endişeleri gibi sınırlılıklar açıkça ifade edilerek araştırmanın şeffaflığı artırılmıştır. Tüm bu önlemler, araştırmanın benzer koşullarda tekrarlanabilirliğini mümkün kılmakta ve geçerlik ile güvenirliğini etkin bir biçimde garanti altına almaktadır.

3.1.7. Görüşmelerde Karşılaşılan Güçlükler

Gençlerle yapılan görüşmeler sırasında karşılaşılan en büyük zorluklardan biri, katılımcılarla güven ilişkisi kurmaktı. Ergenler, genellikle yargılanma korkusu ya da söylediklerinin olumsuz sonuçlara yol açabileceği endişesiyle duygularını tam olarak

ifade etmekte çekimser davranabilirler. Bu tür durumlarda, araştırmacının katılımcılara bilgilerin gizli kalacağını açık bir şekilde ifade etmesi ve güveni pekiştirecek bir ortam oluşturması çok önemlidir. Örneğin, görüşmelere başlamadan önce katılımcılara araştırmanın amacı ve onların katılımının ne kadar değerli olduğu açıklanmıştır. Ayrıca, konuşma sırasında samimi bir tavır sergileyerek gençlerin rahat hissetmeleri sağlanmaya çalışılmıştır.

Bir diğer zorluk, yüz yüze görüşme imkânının bulunmaması nedeniyle görüşmelerin çevrimiçi ortamda yapılması olmuştur. Bu tür çevrimiçi görüşmelerde teknik aksaklıklar ve internet bağlantısının kesilmesi gibi sorunlarla sık sık karşılaşılmıştır. İran'da internet erişiminin zaman zaman kısıtlanması ya da yavaş olması görüşme sürecini planlanandan daha uzun ve karmaşık bir hale getirmiştir. Örneğin, bir görüşme sırasında yaşanan bağlantı kesintileri, katılımcının dikkatinin dağılmasına ve görüşmenin akışının bozulmasına yol açtığı için hem araştırmacı hem de katılımcılar açısından yorucu olmuştur.

Bir diğer önemli zorluk ise görüşme sürecinin çok dilli bir yapıda gerçekleşmesiydi. Katılımcılar genellikle kendi ana dilleri olan Beluçi dilinde konuşmayı tercih etmişlerdir. Ancak, bu görüşmelerin doğru bir şekilde analiz edilebilmesi için tüm konuşmaların önce Farsçaya, sonra Türkçeye çevrilmesi gerekmiştir. Çeviri süreci, zaman alıcı ve yoğun bir çalışma gerektirdiği gibi, bazı duygusal ifadelerin tam olarak yansıtılamaması gibi riskler de taşımaktadır. Katılımcının ifade ettiği duygunun tonu veya vurgusu, çeviri sırasında tam anlamıyla korunamayabildiği için, görüşme sonuçlarının yorumlanması daha dikkatli yapılmak zorunda kalınmıştır.

Tüm bu zorluklara rağmen, görüşmelerde gençlerin düşüncelerini anlamak için büyük çaba sarf edilmiş ve onların katkıları araştırmanın başarısı için hayati önemde olmuştur. Araştırmacı, her katılımcının görüşlerini tam anlamıyla ifade edebilmesi için zaman ayırarak ve onları teşvik ederek bu süreci olabildiğince verimli hale getirmeye çalışmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Instagram'ı Kullanmanın Nedenleri

Çoğu katılımcı, Instagram'ın onlar için eğlence ve boş zaman doldurma konusunda kolay bir yol olduğunu belirtmiştir. Instagram'ın çeşitli ve çekici içeriğinin, özellikle kısa videoların ve "Keşfet" kısmının, burada uzun süre kalmalarına neden olduğunu düşünüyorlar. Bazıları, Instagram'ı gezerken zamanın nasıl geçtiğini hissetmediklerini ifade etmiştir.

Diğer yandan, bazı katılımcılar Instagram'ı yeni konuları öğrenmek ve bilgi almak için bir yol olarak değerlendirmişlerdir. Kişiler, Instagram'ın doğru kullanılmadığı sürece faydalı bir eğitim aracı olabileceğine inanmaktadır. Birkaç kişi de Instagram'ı arkadaşlarıyla bağlantı kurmak ve sosyal ilişkilerini sürdürmek için gerekli görmüştür. Aşağıda yapılan görüşmelerden hareketle bu temanın örneklerine yer verilmiştir. K3 Instagram'ı kullanma nedenlerini şu şekilde açıkladı:

> *K3: Çoğunlukla canım sıkıldığında gitmeyi seviyorum. Eğlence için güzel/ Insta'ya eğlence için gidiyorum/ Çoğunlukla bana en az zamanda iyi şeyler öğreten videoları veya bana bilmediğim şeyleri anlatan canlı şovları izlemeye çalışıyorum. Bazen sadece boş boş gezinmiyorum; mümkün olduğunca kısa sürede bana faydalı bir şeyler öğreten videoları ya da daha önce bilmediğim konuları anlatan canlı yayınları izlemeye çalışıyorum (eğlence ve boş zaman).*

K11, Instagram'ın özelliklerini belirterek onu zihinsel huzur bulmak için bir yer olarak tanımladı ve şöyle cevap verdi:

> *K11:Dans ve yoga videolarını izlemek gerçekten bana çok keyif veriyor. Özellikle dans videolarını izlerken hem eğleniyorum hem de yeni hareketler öğreniyorum. Yoga videoları ise beni rahatlatıyor ve zihinsel olarak da iyi hissettiriyor. Bazen arkadaşlarımla buluştuğumuzda birlikte dans videoları çekiyoruz, çok eğleniyoruz o anlarda. O videoları Instagram'da ya da başka platformlarda*

paylaştığımızda sanki bir ünlü gibi hissediyorum. İnsanların beğenmesi, yorum yapması ya da sadece izliyor olması bile beni mutlu ediyor.

K17 de boş zamanlarını doldurmak ve yemek yapmayı öğrenmek için şu şekilde açıkladı:

K17: Ben genellikle yemek tarifleri videolarını izlemekten çok keyif alıyorum. Özellikle pratik tarifleri izleyip sonra kendim denemek bana hem eğlence hem de öğrenme fırsatı sunuyor. Bazen kardeşimle birlikte mutfağa girip videodaki tarifleri deniyoruz, bu süreç gerçekten çok eğlenceli geçiyor. Ayrıca, kısa belgesel videolarını da takip ediyorum; hem genel kültürüm artıyor hem de boş zamanımı verimli geçirmiş oluyorum.

Kullanım ve Memnuniyet Teorisi göre bireyler, medya içeriklerini belirli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla aktif olarak seçer ve tüketirler (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974). Katılımcının cevabında sıkıldığında Instagram'ı ziyaret etmesi, platformun eğlence ve bilgi edinme gibi ihtiyaçlarını karşıladığını göstermektedir. Bu bağlamda Instagram, bireyin günlük yaşamındaki boş zamanlarını değerlendirme ve kısa sürede bilgi edinme taleplerine cevap vermektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanımı, bireylerin streslerini azaltma ve eğlenceli içeriklerle rahatlama arayışıyla da bağlantılı olduğundan, sosyal medyanın hem bir kaçış alanı hem de doyum sağlayan bir araç olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

K1, Instagram'a olan bağımlılığından, özellikle de "Keşfet" özelliğinden bahsederek bu bağımlılığını şu şekilde ifade etti:

K1: Keşfetmek girdiğinde zaman beni ancak Allah çıkarabilir; çünkü internetim hemen bitiyor ve Instagram'a girdiğimde zamanımın geçtiğini görüyorum. Insta'ya girdiğimde kaç saat olduğumu anlıyorum. Video izliyorum ve internetim bitiyor sanki beni bu sayfadan o sayfaya itiyor. Bazen gerçekten kendimi kontrol edemediğimi hissediyorum ve bu da beni rahatsız ediyor. Sürekli aynı döngüye giriyorum;

çıkmak istesem bile merak edip tekrar bakıyorum(keşfetme özelliği).

K2 da, tıpkı önceki katılımcı gibi, bu platforma olan bağımlılığına değindi ve platformun kendisi üzerindeki etkisini şu şekilde açıkladı:

K2: Bazen sadece 5 dakikalığına bakacağım diye giriyorum ama bir bakmışım 1 saat geçmiş. Özellikle reels videolarına dalınca çıkamıyorum. Kafam doluyken açıyorum, hem kafa dağıtıyorum hem de bazen faydalı şeyler öğreniyorum. Ama ne zaman çıksam, zamanın nasıl geçtiğini fark edip şaşırıyorum Ama aynı zamanda o an bana iyi geldiğini de düşündüğüm için tamamen bırakmakta zorlanıyorum.

K8 Instagram'da vakit geçirerek zamanını nasıl boşa harcadığına değinerek deneyimini şu şekilde ifade etti:

K8: Instagram'a bazen sadece bildirimlere bakmak için giriyorum ama fark etmeden kendimi keşfet kısmında saatler geçirirken buluyorum. Özellikle algoritmanın ilgimi çeken içerikleri peş peşe göstermesi beni ekrana kilitliyor. Zamanın nasıl geçtiğini fark etmiyorum ve bu durumdan sonra çoğu zaman pişmanlık duyuyorum. Kısa bir mola vermek isterken uzun süreli bir dikkat dağınıklığına dönüşüyor. Ne kadar sınırlamaya çalışsam da bazen elim otomatik olarak uygulamaya gidiyor.

Kabul ve Taahhüt Teorisi'nde Davis (1989), bir teknolojinin kullanım kolaylığının, kullanıcıların o teknolojiyi benimseyip kullanmalarında belirleyici olduğunu vurgular. Katılımcının keşfetme özelliğine olan yoğun ilgisi, Instagram'ın kullanıcı dostu ara yüzü ve içerik sunma dinamiklerinin teorinin "Algılanan Kullanım Kolaylığı" faktörüyle örtüştüğünü göstermektedir.

Diğer yandan, Kullanım ve Memnuniyet Teorisi perspektifinden bakıldığında, bireyin Instagram üzerinden farklı içeriklere erişmesi, bilgi edinme ve eğlence ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Ancak, katılımcının ifadesindeki "beni bu sayfadan o sayfaya itiyor" ifadesi, platformun algoritmik yapısının birey üzerinde yarattığı

bağımlılık hissine de işaret etmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanımının bireysel zaman yönetimini nasıl etkileyebileceğini ve platformun algoritmalarının kullanıcı davranışlarını nasıl şekillendirdiğini göstermesi açısından önemlidir. K4, Instagram'ı kullanma nedenlerini şu şekilde açıkladı:

> *K4: Ne zaman işimi yapamayacağım konusunda şiddetli bir kaygıya kapılsam Instagram'a girip öyle geziniyorum/bazen çok strese girdiğim için amaçsızca bir şey için Instagram'a giriyorum ve beynim donuyor. O anlarda zamanın nasıl geçtiğini fark etmiyorum, sadece bir süreliğine düşüncelerimden uzaklaşmak istiyorum. Bu kısa kaçışlar ilk başta iyi hissettirse de sonrasında daha da yorgun ve suçlu hissediyorum. Sanki sorunu erteleyip geri döndüğümde daha da büyümüş oluyor. Ama yine de o an için başka bir çıkış yolu bulamıyorum(Anksiyete).*

K16 da, Instagram'ı stres ve zihinsel baskılardan kaçmak için bir araç olarak kullandığını belirterek şöyle yanıt verdi:

> *K16: Ders çalışmam gerekirken elim fark etmeden telefona gidiyor, özellikle Instagram'a. Bazen sadece stresliyken bakayım diyorum ama sonra ne aradığımı bile unuttuğum oluyor. İçerikler birbiri ardına geliyor, çıkmak zorlaşıyor. Sanki beynim dinleniyor gibi ama sonra zaman kaybettiğimi fark edip daha çok strese giriyorum. Bu döngü bazen o kadar sıklaşıyor ki, ders çalışmaya başlamadan önce geçirdiğim zamanı kaybetmiş oluyorum. Ne kadar hedef koysam da o anki rahatlama isteği her zaman ön plana çıkıyor (Anksiyete ve kaçış).*

K20, Instagram'ı stresten kaçış olarak görmekle birlikte, aynı zamanda bu platforma olan güçlü bağımlılığına da dikkat çekerek şöyle yanıt verdi:

> *K20: Çok kaygılandığımda ya da stresli olduğumda, çoğu zaman farkında olmadan Instagram'a girmeye başlıyorum. Başlangıçta sadece biraz rahatlamak istiyorum, ancak videolar ve paylaşımlar arasında kayboluyorum. Bir*

süre sonra ne kadar vakit geçtiğini anlamıyorum ve sık sık bu durum beni daha da geriyor. Kendimi, çıkmak istesem de tekrar aynı sayfalarda buluyorum ve bu da endişelerimi daha da artırıyor. Bir noktada, sanki bu kaçış beni daha da derin bir stres sarmalına sokuyor.

Gençler, komik videolar, memler ve eğlenceli içerikler aracılığıyla boş zamanlarını değerlendirmektedirler. Bu tür içerikler, günlük hayatın stresinden kaçış sağlar (Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., Ve Sung, Y. 2015). Katılımcıların Instagram'ı kullanma konusunda belirttiği tüm nedenlerin yanı sıra, birçok gencin boş zamanlarını kontrol etme ve bu olağanüstü fırsatı en iyi şekilde kullanma becerisine sahip olmadıkları için zamanlarını Instagram'da geçirdikleri belirtilebilmektedir. Her ne kadar Instagram'ı faydalı şeyler öğrenmek ve bilgi edinmek için bir fırsat olarak gören gençler olsa da, büyük bir kısmı bu programı amaçsızca ve sırf yapacak başka bir işleri olmadığı için kullanıyor. Ayrıca, bazı sosyal medya katılımcıları özellikle Instagram'ı ilham kaynağı olarak tanıtıyorlar ve birçok potansiyel dezavantajının yanında, kullanımının kendileri için hoş olduğunu ve yeteneklerinin gelişmesine ve beyin fırtınası yapmalarına neden olduğunu düşünüyorlar. K6, bu platformu kullanma nedenini yeni fikirler edinmek olarak belirterek şöyle açıkladı:

K6: Çoğu zaman Instagram'ı yeni resim fikirleri bulmak için kullanıyorum. Sanata aşık biri olarak, başkalarının sanatsal çalışmalarını görmek benim için ilham verici. Resim ve dijital tasarımlar yayınlayan sayfaları takip ediyorum. Çizmek için bir fikrim olmadığında, Instagram bana yaratıcılığımı yeniden kazanmamda yardımcı oluyor. Ayrıca, bazı sanatçılar hikâyelerinde veya gönderilerinde ilginç teknikler öğretiyorlar ki bu benim için çok faydalı. Bazen, kendi resimlerimi de paylaşıyorum ve başkalarından olumlu geri dönüşler alıyorum ki bu çok teşvik edici. Bu, işime devam etmek için daha fazla motivasyon bulmamı sağladı.

K17, Instagram'ın yeni yetenekler kazanmada oynadığı role dikkat çekerek platformu kullanma sebebini şöyle anlattı:

K17: Genellikle Instagram'ı yeni beceriler öğrenmek için kullanıyorum. Örneğin, yemek yapmak benim ilgi alanlarımdan biri ve çeşitli basit tarifleri videolarla öğreten sayfalardan yararlanıyorum. Bir davet için bir şeyler hazırlamam gerektiğinde, bu tarifleri çok rahat kullanıyorum. Ayrıca bazen evdeki küçük tamiratlar veya yaşam tüyoları ile ilgili videolar izliyorum ki bunlar gerçekten faydalı oluyor. Bir dakikada daha önce hiç düşünmediğim ipuçlarını öğrenmek benim için ilginç. Bu öğrenmeler bana faydalı olma hissi veriyor ve bazen becerilerimle çevremdekileri de etkileyebilmemi sağlıyor.

K14, Instagram'ın yaratıcılık ve kişisel gelişim üzerindeki etkilerine işaret ederek Instagram kullanma nedenini bu şekilde ifade etti:

K14: Instagram'ı çoğunlukla hobi ve kişisel gelişim alanlarında kullanıyorum. Özellikle fotoğrafçılık ve dijital sanatla ilgilenen sayfalara göz atmak, yeni teknikler öğrenmek için çok faydalı oluyor. Yaratıcı projelerim için ilham bulmak adına çok sayıda içerik keşfetmeye çalışıyorum. Ayrıca bazen meditasyon ve zihinsel rahatlama videolarını takip ediyorum; bu da günün stresinden uzaklaşmama yardımcı oluyor. Instagram, ilham almak ve öğrenmek için benim için önemli bir araç haline geldi, çünkü sürekli yeni bilgiler ve fikirler sunuyor.

Kullanım ve Memnuniyet teoriye göre bireyler, medya araçlarını bilgi edinme, beceri geliştirme ve eğlenme gibi farklı ihtiyaçlarını karşılamak için kullanır (Katz ve diğerleri, 1974). Katılımcının Instagram'ı yemek tarifleri, tamirat ipuçları ve yaşam tüyoları öğrenmek için kullanması, platformun kullanıcılarına bilgi edinme ve beceri geliştirme fırsatları sunduğunu göstermektedir. Ayrıca, kullanım biçimi, bireylerin günlük yaşamlarını kolaylaştırma ve pratik fayda sağlama ihtiyaçlarını da karşılamaktadır.

Bu bağlamda, sosyal medya platformları, bireylerin sadece eğlence aracı değil, aynı zamanda öğretici bir kaynak olarak da işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

Katılımcının “bunlar gerçekten faydalı oluyor” ifadesi, medya kullanımının bireysel tatmin ve fayda sağlama boyutunu vurgulamaktadır.

Araştırmalara göre, sosyal medya, özellikle Instagram, bilgi ve yaratıcı fikirlerin değişimi için güçlü bir araç olarak işlev görmektedir. Kenning ve arkadaşları (2018) yaptıkları bir çalışmada, sanatçıların ve sanatseverlerin sosyal medyayı sadece eserlerini paylaşmak için değil, aynı zamanda teknikleri öğrenmek ve başkalarından ilham almak için de kullandıklarını göstermiştir. Bu platformlar, sanatsal kaynaklara ve kısa eğitimlere kolay erişim sağlar ve sanatçılar, izleyicilerinden doğrudan geri bildirim alarak motivasyonlarını artırabilirler. Bu karşılıklı etkileşim, sosyal bir duygu oluşturulmasına ve bireylerin sanatsal kimliklerinin güçlendirilmesine önemli ölçüde katkıda bulunur. Katılımcıların Instagram'ı kullanma nedenleriyle ilgili verdikleri cevaplara bakıldığında, Instagram'ın onlara günlük kaygılardan uzaklaşma, eğlenme ve yeni içerikler keşfetme imkânı sunduğunu ifade ettikleri görülmektedir. Katz, Blumler ve Gurevitch (1974) de kullanım ve doyum kuramında bu konuya değinerek şöyle belirtmişlerdir: “Bireyler, bilgi edinme, sosyal ihtiyaçlarını karşılama ve eğlenme amacıyla medya araçlarını bilinçli olarak seçerler” (Katz ve diğerleri, 1974). Bu bulgular, Instagram kullanımının yalnızca bir iletişim ihtiyacının ötesine geçtiğini ve birçok kullanıcının Instagram'ı günlük streslerini azaltmak için bir araç olarak gördüğünü göstermektedir.

4.2. Instagram’ın Sosyal İlişkilere Etkisi

Instagram, gençlerin arkadaşları ve aileleriyle sürekli iletişimde kalmalarına ve ilişkilerini güçlendirmelerine olanak tanıyan en önemli sosyal ağlardan biri olarak ortaya çıkıyor. Instagram, kullanıcılara fotoğraflarını, videolarını ve günlük hikâyelerini paylaşma imkânı sunar, bu da birbirlerinin hayatına katılım ve yakınlık duygusu yaratır. Gençler, Instagram'ı sık sık arkadaşlık ve aile ilişkilerini korumak ve güçlendirmek için bir araç olarak kullanıyorlar. Fiziksel mesafelerin olduğu durumlarda bile, Instagram gençlerin içerik gönderip görerek arkadaşları ve ailelerinin hayatlarından haberdar olmalarına ve duygusal bağlarını korumalarına yardımcı oluyor. Bu bölümdeki görüşler farklılık göstermektedir. Bazı katılımcılar, Instagram'ın onlara sosyal ilişkilerini sürdürme ve hatta yeni bağlantılar kurma konusunda yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Onlar, Instagram aracılığıyla arkadaşlarının hayatlarından

haberdar olabildiklerini ve onlarla etkileşimde bulunabildiklerini düşünmektedirler, hatta fiziksel olarak aralarında büyük mesafeler olduğunda bile.

Buna karşılık, diğer bazı katılımcılar Instagram'ın sosyal ilişkilerin daha yüzeysel hale gelmesine neden olduğunu savunmaktadır. Onlar, sanal etkileşimlerin derin sohbetlerin ve yüz yüze iletişimin yerini aldığını, bu durumun da ilişkilerinin kalitesini azalttığını hissediyorlar. Coyne ve arkadaşları (2017, s.89) da benzer bir çalışmada şu sonuca varmıştır: "Sosyal medya platformlarının aşırı kullanımı, gerçek sosyal etkileşimleri azaltabilir ve yüz yüze iletişimin yerini alabilmektedir." Mevcut araştırmada da bazı katılımcılar, Instagram'da çok fazla zaman geçirdikleri için aileleri ve yakın arkadaşlarıyla olan ilişkilerinin zayıfladığını ifade etmiştir. K5, Instagram'ın mesafeleri en aza indiren özelliğine değinerek bu konuyu şu şekilde ifade etti:

> *K5: Instagram aracılığıyla arkadaşlarımla daha fazla iletişimde olabiliyorum ve onların durumlarından haberdar olabiliyorum. Örneğin, bir arkadaşım yeni bir fotoğraf paylaştığında veya hikâye eklediğinde, onun iyi olduğunu anlayabiliyorum. Bu gerçekten bana onlara daha yakın hissetmemde yardımcı oluyor, hatta fiziksel olarak aramızda büyük mesafeler olsa bile. Bir arkadaşım başka bir şehre taşındı ve biz Instagram aracılığıyla sürekli iletişimde kalıyoruz, bu çok iyi.*

Instagram'ın gençler üzerinde çok katmanlı ve yaygın etkileri bulunmaktadır. K1 ise şöyle tepki gösterdi:

> *K1: Eskiden arkadaşlarla oturup muhabbet etmek daha yaygındı, şimdi herkes story atıyor, beğeni kovalıyor. Bazen birinin ne yaptığını Instagram'dan biliyorum ama aslında konuşmayalı aylar olmuş. Herkes orada ama kimse gerçekten yanında değil gibi. Herkesin hayatı süper görünüyor ama ne kadar gerçek bilmiyorum açıkçası. Bazen bu yüzden uzaklaştığımı hissediyorum . İnsanlar arasındaki bu yüzeysel bağlantılar bana bazen yalnızlık hissi veriyor. Gerçekten derin sohbetler yapmadıkça, bu tür paylaşımlar çok anlamlı*

gelmiyor. Bir noktada, sadece sosyal medyada var olmak yerine, gerçek bağlar kurmak istiyorum.

K9, Instagram'ın başkalarıyla sosyal ilişkiler üzerindeki etkisi hakkında bu şekilde cevap verdi:

K9: Instagram, mesafeleri ortadan kaldırarak arkadaşlarımla sürekli iletişimde olmamı sağlıyor. Özellikle uzun zamandır görüşmediğim kişilerle bu platformda paylaşımlar yaparak, onların hayatındaki gelişmeleri takip edebiliyorum. Ancak bazen, herkesin hayatını "mükemmel" gösterdiğini görünce, kendimi geri planda kalmış gibi hissediyorum. Bir yandan bağlantı kurmak için iyi bir araç olsa da, bazen yüzeysel etkileşimler yerine daha derin ve anlamlı sohbetler arıyorum. Gerçekten insanlarla bağ kurmak, sadece sosyal medyada aktif olmak kadar tatmin edici değil.

Sembolik Etkileşimcilik Teorisi, bireylerin sosyal etkileşimler yoluyla anlam oluşturduğunu ve bu anlamların bireylerin kimliklerini ve ilişkilerini şekillendirdiğini vurgular (Mead, 1934; Blumer, 1969). Katılımcının, arkadaşlarının durumlarından haberdar olma ve onlara daha yakın hissetme isteği, sosyal bağları sürdürme ve güçlendirme arzusunu yansıtmaktadır. Instagram, bu bağlamda bireyler arasında anlamlı etkileşimlerin kurulmasına olanak tanıyan bir platform işlevi görmektedir.

Dramaturji Teorisi'ne göre ise bireyler, sosyal medyada tıpkı bir sahnedeki oyuncular gibi kendilerini sergilerler ve diğer kullanıcıların tepkilerini dikkate alarak sunumlarını düzenlerler (Goffman, 1959). Katılımcının, arkadaşlarının fotoğraf ve hikâyelerine verdiği anlam, bu performansların bir izleyici olarak algılanma biçimini göstermektedir. Bu bağlamda Instagram, bireylerin sosyal rollerini sergilediği bir "ön sahne" olarak değerlendirilebilir ve bu etkileşimler, kullanıcıların sosyal aidiyet duygularını güçlendirme potansiyeline sahiptir. K1, güzel anlarını arkadaşlarıyla paylaşma özelliğine değinerek bu deneyimini şöyle anlattı:

K1: Instagram bana fotoğraflarımı ve anılarımı arkadaşlarımla paylaşma imkânı veriyor ve bu da onlara daha yakın hissetmemi sağlıyor. Örneğin, tatillerden veya özel bir

etkinlikten bir fotoğraf paylaştığımda, arkadaşlarım yorum yapıyor ve bunun hakkında konuşuyoruz. Bu, birbirimizin hayatına daha fazla dâhil olmamızı ve ilişkilerimizin güçlenmesini sağlıyor. Bunun dışında, bazen paylaşımlarım sayesinde eski arkadaşlarımla yeniden iletişime geçiyorum ve bu beni çok mutlu ediyor. Aynı zamanda, bazı anıları paylaşıp eski zamanları hatırlamak, arkadaşlıklarımızın ne kadar değerli olduğunu bir kez daha gösteriyor. Gerçekten, sosyal medyanın bazen yüz yüze görüşmelerle bile kurulamayan bağları tekrar canlandırabildiğini düşünüyorum.

K18 da benzer bir cevapla, Instagram'ın arkadaşlık ilişkileri üzerindeki etkisine değinerek şöyle açıkladı:

K18: Bazen bir yere gittiğimde ya da güzel bir an yaşadığımda hemen story atmak istiyorum, çünkü arkadaşlarım görsün, belki yorum yaparlar diye. Onların tepkisi hoşuma gidiyor, sanki birlikteymişiz gibi hissediyorum. Hatta bazıları sadece story'me cevap vererek sohbete başlıyor, bu da iletişimi canlı tutuyor. Biraz gösteriş gibi belki ama bir yandan da kendimi daha bağlı hissediyorum. Bu paylaşımlar, bazen fiziksel olarak ayrı olsak da duygusal olarak yakın kalmamıza yardımcı oluyor. Yani, sosyal medyada aktif olmak, ilişkileri güçlendiren bir araç gibi görünüyor.

K10 da bu etkileri olumlu değerlendirmiş ve Instagram platformunda kendi ve başkalarının sosyal ilişkilerini bu şekilde tarif etti:

K10: Instagram, paylaşımlarım sayesinde yalnızca anılarımı saklamakla kalmıyor, aynı zamanda başkalarına da ilham veriyor. Örneğin, seyahat ettiğim bir yerden fotoğraf paylaştığımda, bazen hiç beklemediğim bir şekilde insanlarla etkileşime giriyorum. Bu, sosyal medyanın insanlar arasında bir köprü kurarak farklı hayatlara dokunma gücünü gözler

önüne seriyor. Yani, sadece fotoğraf paylaşmak değil, bazen o paylaşımlar sayesinde yeni bağlar da kurabiliyorum.

K13, güzel anlarını arkadaşlarıyla paylaşma özelliğine değinerek bu deneyimini şöyle anlattı:

K13: Instagram, bana kendi hikâyemi başkalarına anlatma fırsatı sunuyor. Özellikle anlamlı bir anı yaşadığımda, o anı sadece kendim için değil, sevdiklerimle paylaşmak istiyorum. Bu paylaşımlar, insanların benim yaşam tarzımı ve bakış açımı anlamalarına olanak tanıyor. Bir fotoğraf, bazen sadece bir görüntü değil, bir duygunun veya bir anın ifadesi oluyor. Böylece, sosyal medya, ilişkilerimi daha derin bir şekilde geliştirmeme yardımcı oluyor.

Instagram, gençlerin sosyal ilişkilerini korumada ve güçlendirmede önemli bir araç olarak işlev görüyor. Sosyolojik bir perspektiften bakıldığında, Instagram gençlere fiziksel mesafelerin olduğu durumlarda bile sosyal ilişkilerini güçlendirme imkânı veriyor. Instagram üzerinden kurulan sanal iletişimler, sosyal mesafelerin kapanmasına yardımcı olabilir ve sosyal aidiyet duygusunu güçlendirebilmektedir. Instagram, gençlerin hayatlarının anlarını paylaşmalarına ve bu yolla sosyal kimliklerini şekillendirmelerine olanak tanır. bu iletişimler, uzun vadede sosyal sermayelerine katkıda bulunabilecek daha geniş sosyal ağların oluşturulmasına da yol açabilmektedir. Diğer yandan, sanal iletişimler, yüz yüze iletişimlerin tamamlayıcısı olarak işlev görerek sosyal ilişkilerin derinleşmesine yardımcı olabilmektedir. Ancak, gençlerin platformlarda harcadıkları zamanı kontrol etmeleri ve olası olumsuz etkilerden kaçınmaları gerektiği unutulmamalıdır.

Instagram, en popüler sosyal medya platformlarından biri olarak, sosyal ilişkilerin şekillenmesi ve güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu etkiler, sosyal etkileşim teorileri ve Goffman'ın Dramatojik teori perspektifinden incelenebilmektedir. Sosyal etkileşim teorisi, insan etkileşimleri sürecinde oluşan anlamlar üzerine kurulmuştur ve sosyal iletişimlerin, bu etkileşimler sırasında oluşan anlamlar ve değerler aracılığıyla güçlendirildiğini vurgular. Instagram, kullanıcıların fotoğraflar, videolar ve hikâyeler paylaşarak kişisel veya sosyal anlarını başkalarıyla paylaşmalarına olanak tanıyan bir platform sağlar. Bu etkileşimler, şunları sağlar:

İnsanlar arasındaki ilişkiler, fiziksel mesafe olsa bile, korunmalı ve güçlendirilmelidir. Sanal etkileşimler, yüz yüze iletişimlerin bir tamamlayıcısı haline gelmelidir. Örnek olarak, resimlerini veya içeriklerini paylaşan kullanıcılar, genellikle yorumlar ve beğeniler aldıklarında onaylanma ve sosyal katılım hissi yaşarlar. Bu etkileşimler, kullanıcılar arasında yakınlık ve bağlantı hissini artırabilir ve daha geniş ve anlamlı iletişim ağları oluşturulabilmektedir. K20, Instagram'ın arkadaşlık ilişkilerindeki rolüne ve duygularını dostlarıyla paylaşmada bir köprü görevi görmesine değinerek deneyimini şöyle anlattı:

> *K20: Instagram benim için coğrafi mesafeleri ortadan kaldıran bir köprü gibi. En iyi arkadaşlarımdan biri yıllar önce başka bir ülkeye göç etti ve neredeyse iletişimimizi kaybetmiştik. Ama her ikimiz de Instagram'da aktif olmaya başladığımızdan beri iletişimimizi yeniden kurabildik. Fotoğraflar, hikâyeler ve mesajlar aracılığıyla, hala onun hayatının bir parçası olduğumu hissediyorum. Aile fotoğraflarını paylaştığında, ben de onun mutluluklarına ortak oluyorum. Ancak bazen bu iletişimlerin yüzeysel olduğunu düşünüyorum, çünkü gerçek bir temas veya buluşma fırsatımız yok. Bence Instagram etkileşimleri kolaylaştırmayı başardı, ama hala yüz yüze ilişkilerin yerini alamıyor.*

K14, Instagram'ı bir iletişim köprüsü ve mesafeleri kısaltan bir araç olarak gördüğünü söyleyerek düşüncelerini şu şekilde dile getirdi:

> *K14: Instagram sayesinde eski arkadaşlarımla bile hâlâ bağlantıda kalabiliyorum. Bir arkadaşım uzun zaman önce başka bir şehre taşındı, ama Instagram sayesinde fotoğraflarına bakarak hala onun hayatını takip edebiliyorum. O paylaşımda mutlu olduğunu görmek, beni de mutlu ediyor. Ama bazen düşünüyorum, ne kadar paylaşırsak paylaşalım, aslında gerçek bir sohbet ya da buluşma gibi olmuyor. Yani Instagram güzel, ama o yüz yüze olmanın yerini tutmuyor kesinlikle.*

Sembolik Etkileşimcilik Teorisi'ne göre, bireyler sosyal etkileşimleri aracılığıyla anlam oluştururlar ve bu anlamlar bireylerin kimliklerini ve ilişkilerini şekillendirir (Mead, 1934; Blumer, 1969). Katılımcının Instagram üzerinden arkadaşlık ilişkisini sürdürmesi, platformun anlamlı etkileşimler oluşturma potansiyelini göstermektedir. Giddens'ın Yapılandırma Teorisi'ne göre ise, toplumsal yapılar bireylerin eylemleriyle sürekli olarak yeniden üretilir (Giddens, 1984). Instagram, bireylerin fiziksel mesafeleri aşarak sosyal bağlarını sürdürdüğü bir yapı işlevi görmektedir. Bu yapı, bireylerin günlük yaşamında sosyal ilişkileri yeniden üretmelerini ve güçlendirmelerini mümkün kılar. K20, Instagram'ın ortak ilgi alanlarına sahip arkadaşlar bulmaya olan etkisine değinerek şunları söyledi:

> *K20: Benim için Instagram sadece eski ilişkileri sürdürmek için bir araç değil, aynı zamanda sosyal çevremi genişletme fırsatı da sağlıyor. Örneğin, birkaç ay önce müziğe benzer bir ilgi duyan biriyle Instagram üzerinden tanıştım. Mesajlarımızda favori şarkılarımız hakkında konuştuk ve bazen birlikte konserlere bile gidiyoruz. Instagram bana yeni ilişkiler kurma konusunda yardımcı oldu. Ancak bazen bu ortamda ilişkilerin daha çok gösteriş ve sosyal onaya dayalı olduğunu hissediyorum. gittiğimiz bir konserin fotoğrafını paylaşıp çok fazla geri dönüş alırsam, diğerleriyle olan ilişkimi daha iyi hissediyorum, oysa bu sadece bir yanılsama olabilir.*

K4 de, ortak zevklere sahip arkadaşlar bulmayı Instagram'ın avantajlarından biri olarak şöyle açıkladı:

> *K4: Birkaç ay önce müzikle ilgilenen biriyle tanıştım ve onunla favori şarkılarımızı paylaşıp konserlere gittik. Instagram sayesinde bu tür yeni arkadaşlıklar kurdum. Ama bazen düşünüyorum, bazı ilişkiler sadece Instagram'daki paylaşımlar üzerinden şekilleniyor gibi. Konserde çekilen fotoğrafı atıp, gelen beğenilerle 'çok iyi arkadaşız' gibi hissediyorum ama aslında o kadar derin bir bağ kurmuş muyuz, emin olamıyorum.*

Goffman'ın (1959) Dramatojik teorisine göre, insanlar sosyal etkileşimlerde kendilerinin olumlu ve ideal bir görüntüsünü başkalarına sunmaya çalışırlar. Kullanıcılar, hayatlarının olumlu veya belirgin yönlerini gösteren içerikler seçerek, aslında sergiledikleri görüntüyü yönetiyorlar. K12, Instagram'ın kendisi ve sosyal ilişkileri üzerindeki etkilerini şu şekilde ifade etti:

> *K12: Instagram'ı daha çok arkadaşlarımla iletişim kurmak için kullanıyorum, her seferinde kendimden veya aktivitelerimden bir fotoğraf paylaştığımda, onlar yorum yapıyor veya mesaj gönderiyor ve bu da yeni bir sohbetin başlamasına neden oluyor. Bu etkileşimler bana sosyal olma hissi veriyor, hatta o anda yalnız olsam bile. Diğer yandan, ben de arkadaşlarımın fotoğraflarını ve hikâyelerini görüyorum ve onların ruh halinden haberdar oluyorum. Ancak bazen beni rahatsız eden şey, bu ilişkilerin gösteriş kısmı. Bazı arkadaşlarım sadece hayatlarının özel ve ilginç anlarını paylaşıyorlar ve bu da onların hayatlarının benimkinden çok daha iyi olduğunu düşünmeme neden oluyor.*

Instagram, sosyal etkileşimleri güçlendirerek ve kendini iyi bir şekilde sunma imkânı sağlayarak hem sosyal ilişkilerin güçlenmesine yardımcı olabilir hem de onları yüzeyselleştirebilir. Sosyal etkileşim ve Dramatojik teorilerinin Instagram'ın sosyal ilişkiler üzerindeki etkisini analiz etmesi, Instagram'ın bireyler arasında yakınlık ve daha fazla etkileşim aracı olarak işlev görebileceğini göstermektedir, ancak olumsuz sonuçlardan kaçınmak için bilinçli ve akıllıca yönetim gerekmektedir.

4.3. Instagram'ın Gençlerin Yaşam Tarzlarına Etkisi

Birçok genç, Instagram kullanmanın sürekli olarak başkalarıyla karşılaştırma yapma ve sosyal baskı yaratma eğiliminde olduğunu hissetti. Instagram, kullanıcıların hayatlarının en iyi ve en çekici yönlerini sergilemek istedikleri bir platform olarak, diğer insanların hayatlarının gerçekçi olmayan ve abartılı bir görüntüsünü yaratabilmektedir. Birçok katılımcı için Instagram, yaşam tarzlarının şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Çoğu, influencer'ları ve ünlüleri takip ederek giyim stillerini, eğlencelerini ve hatta düşünce şekillerini değiştirme isteği duyduklarını ifade

etmişlerdir. Bazıları, Instagram'da sergilenen "ideal" yaşamı görerek, kendi yaşamlarının daha iyi olması gerektiği hissine kapıldıklarını belirtmiştir.

Ancak bazıları da, Instagram'ın yaşam tarzları üzerinde iyi bir etkisi olduğunu ve daha sağlıklı alışkanlıklar edinmeye teşvik ettiğini söylemiştir. Bazı katılımcılar, Instagram sayesinde egzersiz, sağlıklı beslenme ve stres yönetimi teknikleri hakkında bilgi edindiklerini ifade etmiştir. K2, Instagram'ın "her zaman en iyi halinizin fotoğraflarını paylaşma" baskısı hakkında konuştu:

> *K2: Bazen her zaman en iyi fotoğrafları paylaşmam gerektiğini hissediyorum ki arkadaşlarımın dikkatini çekebileyim. Bu gerçekten stresli olabiliyor. Örneğin, bir defasında yeni fotoğrafım sadece birkaç beğeni aldığında çok üzüldüm ve yeterince iyi olmadığımı düşündüm. Bu, görünüşüme ve paylaşımlarıma daha fazla önem vermeme ve hatta bazen fotoğraflarımı daha iyi görünmeleri için düzenlememe neden oldu. Kendim hakkında mükemmel bir imaj yaratma baskısı gerçekten çok fazla olabilmektedir.*

K5, az beğeni almanın özgüveni üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulayarak şunları söyledi:

> *K5: Instagram bazen insanı gerçekten strese sokuyor. Herkes sürekli en güzel, en eğlenceli anlarını paylaşıyor ve ben de onlara benzemek istiyorum. Bir fotoğraf paylaşırken 'Acaba yeterince iyi görünür mü?' diye düşünüyorum, beğeni sayısı düşük olursa üzülüyorum. Bir kere fotoğrafımı paylaştım ama çok az beğeni aldım, sanki kimse beni beğenmiyor gibi hissettim. O yüzden fotoğrafı bir daha paylaştım, bu sefer daha fazla beğeni aldım ama o kadar çok uğraşmak zorunda kalmak çok yorucu. Kendimi her zaman mükemmel göstermeye çalışmak bazen fazla oluyor.*

K5'nın cevabı özgüven konusuna işaret ediyor. Instagram'ın onun özgüvenini nasıl etkilediğini bu şekilde açıkladı:

> *K5: Instagram, bazen insanın özgüvenini zorlayabiliyor. Paylaşımlarımda genellikle en iyi ve en ilginç görüntüleri*

seçmeye çalışıyorum, çünkü arkadaşlarımın beğenisini kazanmak istiyorum. Birçok kez, fotoğraflarımın aldığı beğeni sayısına göre kendimi değerlendiriyorum. Eğer paylaşımlarım beklediğim ilgiyi görmezse, bunun beni yetersiz hissettirdiğini fark ediyorum. Bir noktada, sadece beğeniler için değil, gerçekten kendimi ifade edebilmek için de içerikler paylaşmayı istiyorum. Ama bazen bu, başkalarına kendimi nasıl gösterdiğimi düşünmekten kaçamayacağım bir zorunluluk halini alabiliyor.

Instagram, özellikle gençler arasında, kendileri hakkında mükemmel bir imaj yaratma baskısı oluşturabilmektedir. Sosyolojik açıdan bakıldığında, Instagram gibi sanal sosyal çevreler, gençlerin uyum sağlaması gerektiğini hissettikleri yeni sosyal normların oluşturulmasına ve güçlendirilmesine yol açabilmektedir. Bu normlar, heyecan verici bir hayat sürmek, çekici bir görünüm ve sosyal açıdan renkli aktiviteler içerebilmektedir. Instagram, hayatın pozitif ve genellikle düzenlenmiş yönlerini sergileme platformu sunarak, sosyal karşılaştırmaları artırır ve bu da stres ve kaygıya yol açabilmektedir. K4, Instagram'ın "heyecan verici bir hayatım yok" şeklindeki duyguları üzerindeki etkisini şöyle açıkladı:

K4: Başka insanların paylaşımlarını gördüğümde, hayatımın yeterince ilginç olmadığını hissediyorum. Örneğin, bir arkadaşım sürekli tatillerden ve partilerden fotoğraflar paylaşıyor ve ben her zaman neden benim hayatım bu kadar heyecan verici değil diye düşünüyorum. Bu karşılaştırmalar, kendimi eksik hissetmeme ve hatta bazen kendi hayatımdan memnun olmamamıza neden oluyor. Bu karşılaştırmalar çok moral bozucu olabilir ve kendimi küçümsememe yol açabilmektedir.

Instagram'ın etkilerinden biri, kullanıcıların kendilerini başkalarıyla kıyaslamasıdır. K8, da bu etkiyi kendi üzerinde nasıl hissettiğini şu şekilde açıkladı:

K8: Instagram'da bazen paylaşılan her şey o kadar kusurlu ve mükemmel görünüyor ki, ben de kendimi biraz geride hissediyorum. Bir arkadaşım sürekli spor yapıyor,

sağlıklı yemekler paylaşıyor, tatilde harika yerlerde geziyor... Bunu gördüğümde, 'Ben neden böyle şeyler yapmıyorum?' diye sorguluyorum. Bu tür paylaşımlar bazen beni motivasyonsuz bırakıyor çünkü hayatımın o kadar renkli olmadığını düşünüyorum. Ama aslında herkesin bir yönünü gösterdiğini fark ettim, sadece ben bunu görüyorum ama gerçekte herkesin kendine has zorlukları var.

K11, da benzer duygularla, bir önceki katılımcı gibi bu durumu şu şekilde tepki verdi:

K11: Instagram bazen beni sürekli daha fazlasını yapmaya zorlayan bir platform gibi hissettiriyor. Gördüğüm herkes mükemmel işler başarıyor gibi, mesela bir arkadaşım sürekli yeni hobiler edinip onları paylaşıyor. Bu da beni bazen kendimi "yetersiz" hissettirmeme neden oluyor. Ama sonra düşündüm ki, belki de sadece dışarıdan gördüğüm şeylere odaklanıyorum. Kimse zor anlarını paylaşmıyor ve bazen sadece bir zaman diliminde olan anları görüyoruz. Bu yüzden kendi yolumda ilerlemeyi daha değerli bulmaya başladım.

Öte yandan, beğeniler ve yorumlar aracılığıyla sosyal kabul ve onay arayışı, sosyal kimliği güçlendirebilir, ancak bu onay geçici olabilir ve sürekli bir onay arayışı, sonsuz bir döngüye dönüşebilmektedir. Ayrıca, bu baskılar, sosyal değerlerin değişmesine neden olabilir ve görünüş ve maddi değerlerin, içsel ve etik değerlerin önüne geçmesine yol açabilmektedir. Bu durum, gençlerin gerçek kimliklerini zayıflatabilir ve onları gerçek kimliklerine uymayan davranışlara yönlendirebilmektedir. Araştırmada, birçok kullanıcının Instagram'ı bir süre kullandıktan sonra giyim tarzı, düşünce yapısı ve sosyal davranışlarında değişiklikler gözlemlediği belirlenmiştir. Bazı katılımcılar, Instagram'da moda, yaşam tarzı ve sağlıklı beslenme ile ilgili içerikleri gördükten sonra zevklerinin ve günlük alışkanlıklarının değiştiğini ifade etmiştir. Livingstone Ve Sefton-Green (2016) de çalışmalarında bu konuya değinerek şöyle yazmışlardır: "Sosyal medya, özellikle Instagram, kültürel küreselleşme sürecini hızlandırmış ve gençleri Batı yaşam tarzını benimsemeye yönlendirmiştir" (Livingstone Ve Sefton-Green, 2016). Sonuçlar,

Instagram'ın sadece bir iletişim platformu olmanın ötesinde, bireylerin bakış açılarını ve kültürel değerlerini değiştiren bir araç olarak da işlev görebileceğini göstermektedir.

Instagram, en popüler sosyal medya platformlarından biri olarak, gençlerin yaşam tarzı üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Bu etkiler, farklı boyutta incelenebilmektedir. Pozitif yönden, Instagram gençlere farklı yaşam tarzları, moda ve çeşitli kültürlerle tanışma ve onlardan ilham alma imkânı sunar. Gençler, sağlıklı beslenme, spor, moda ve günlük planlama hakkında içerikleri izleyerek yaşam tarzlarını geliştirebilirler. Ancak, Instagram aynı zamanda gençler üzerinde ağır baskılar da yaratabilmektedir. Sosyal karşılaştırma teorisine göre, Instagram kullanıcıları başkaları tarafından sergilenen çekici ve ideal yaşamlar nedeniyle, bu düzenlenmiş görüntülerle karşılaştırıldıklarında yetersiz hissedebilirler. Bu karşılaştırmalar bazen özsaygının azalmasına, kaygıya ve hatta bu yaşam tarzını taklit etme konusunda sağlıksız çabalara yol açabilir (Fardouly ve Vartanian, 2016). K18, 'Instagram sayesinde değişik ve sağlıklı yaşam biçimlerini keşfettim' diyerek platformun kendisine olan katkısını anlattı:

> *K18: Instagram benim yaşam tarzım üzerinde büyük bir etkiye sahip oldu. Çoğu zaman sağlıklı beslenme ve spor hakkında paylaşımlar görüyorum, bu da sağlığıma daha fazla dikkat etmemi sağladı. Örneğin, basit spor programları veya sağlıklı yemek tarifleri paylaşan sayfalardan çok şey öğrendim. Daha önce beslenmeme pek önem vermezdim, ama şimdi diyetimi iyileştirmeye çalışıyorum. Öte yandan, bazen ideal vücut hatlarına sahip kişilerin fotoğraflarını gördüğümde, onların gibi olmam gerektiğini hissediyorum. Bu karşılaştırmalar bazen kendime sert davranmama veya yetersiz hissetmeme neden oluyor. Bence Instagram ilham verici olabilir, ama dikkat etmezsek bizi psikolojik baskı ve strese de yönlendirebilmektedir.*

K3 da Instagram'ın kendi yaşam tarzı üzerindeki etkisine ilişkin deneyimlerini şöyle açıkladı:

K3: Instagram yaşam tarzımı oldukça etkiledi. Özellikle seyahat ve doğa ile ilgili içerikler beni yeni yerler keşfetmeye teşvik etti. Örneğin, kamp yapma veya doğa yürüyüşü gibi aktiviteleri paylaşan hesaplar sayesinde outdoor etkinliklere ilgim arttı ve bu konuda kendimi geliştirdim. Eskiden tatillerde sadece şehir gezileri yapardım, ama şimdi doğayla iç içe olmayı tercih ediyorum. Ancak, sürekli mükemmel manzaralar ve kusursuz seyahat fotoğrafları görmek bazen bende ulaşılması zor bir yaşam standardı algısı yaratıyor. Instagram bana ilham veriyor, fakat aynı zamanda gerçekçi olmayan beklentiler oluşturabileceği için dikkatli kullanılması gerektiğini düşünüyorum.

Instagram gibi sosyal medya platformlarında bulunmanın gençleri tüketimciliğe, dış görünüşe aşırı odaklanmaya ve gerçek yaşam deneyimlerinden uzaklaşmaya yönlendirdiğini yol açabilmektedir. Aynı zamanda, Instagram sağlıklı beslenme veya spor aktiviteleri gibi değişiklikler için ilham kaynağı olabilmektedir (Lee vb., 2015). K19, tüketim çılgınlığı döngüsüne kapılarak aslında ihtiyacı olmayan ürünleri satın alma eğilimini şöyle ifade etti:

K19: Instagram'dan öğrendiğim şeylerden biri de moda ve yeni ürünler satın alma ilgisi. Moda ve stil sayfalarını gördüğümde, her zaman güncel olmam gerektiğini ve yeni trendlere uygun kıyafetler almam gerektiğini hissediyorum. Bu durum, daha fazla zamanımı ve paramı kıyafet, aksesuar ve hatta makyaj malzemeleri satın almaya harcamama neden oldu. Bazen gerçekten ihtiyacım olmayan şeyleri bile alıyorum, ama sadece Instagram'da gördüğüm için ve sahip olmanın bana daha iyi bir his veya daha yüksek bir sosyal statü vereceğini düşündüğüm için alıyorum. Tabii ki, alışveriş yaptığımda ve yeni ürünlerimin fotoğraflarını Instagram'da paylaştığımda, arkadaşlarımdan ve takipçilerimden olumlu geri dönüşler alıyorum ki bu da bu hissi pekiştiriyor. Ama diğer yandan, bazen bu sürecin sonsuz bir döngüye

dönüştüğünü hissediyorum ki bu da sadece daha fazla stres ve memnuniyetsizlik yaratıyor.

K16 de, diğer katılımcının aksine, Instagram'ı hayatına daha az harcama yapma açısından etki eden bir uygulama olarak gördüğünü belirtti:

K16: Instagram yaşam tarzımı sadelik ve minimalizm yönünde değiştirdi. Minimal yaşam ve tüketim alışkanlıklarını azaltma hakkında içerik paylaşan hesapları takip ederek, evimdeki gereksiz eşyaları azaltmayı ve sadece gerçekten ihtiyacım olan ya da beni mutlu eden şeyleri saklamayı öğrendim. Örneğin, bazı gönderilerden ilham alarak dolabımı düzenledim ve yıllardır kullanmadığım kıyafetleri bağışladım. Bu değişiklikler bana daha hafif ve huzurlu bir his verdi, aynı zamanda gereksiz alışverişlerden uzak durmamı sağladı. Ancak bazen Instagram'da gördüğüm çok şık ve kusursuz minimal evlerin fotoğrafları, kendi hayatımın yeterince "mükemmel" olmadığını düşünmeme neden oluyor. Bence Instagram olumlu değişiklikler için ilham verici olabilir, ama dikkatli olmazsak bizi gerçekçi olmayan bir mükemmeliyetçiliğe sürükleyebilir.

Instagram, popüler bir sosyal medya ağı olarak gençlerin yaşam tarzları üzerinde hem fırsatlar hem de zorluklar yaratmaktadır. Instagram gençlere gayri resmi eğitim, fikir alışverişi ve farklı yaşam tarzlarından ilham alma fırsatı sunar. Birçok genç, Instagram yeni beceriler öğrenmek, günlük alışkanlıklarını geliştirmek ve yaşamlarında gibi değişiklikler yapmak için kullanmaktadır.

Diğer taraftan, Instagram'ın olumsuz etkileri de göz ardı edilemez. Son araştırmalara göre, Instagram, tüketim kültürünü teşvik ederek ve görünümlere aşırı vurgu yaparak gençler üzerinde ciddi psikolojik baskılar oluşturabilmektedir. Kullanıcılar, başkalarının düzenlenmiş fotoğrafları ve "mükemmel" görünen hayatları ile kendilerini karşılaştırarak, yetersizlik duygusuna kapılabilir ve yaşam memnuniyetleri azalabilmektedir. Carey ve arkadaşları (2019), Instagram gibi sosyal medyanın görsel içeriklere ve sosyal ölçütlere (beğeni ve takipçi sayısı gibi)

odaklanmasının, kullanıcıların yaşam tarzlarını değiştirmekle kalmayıp, özgüven ve psikolojik refahlarını da etkileyebileceğini vurgulamaktadır.

Bu nedenle, Instagram'ın gençlerin yaşam tarzı üzerindeki etkisi, platformun nasıl kullanıldığına bağlıdır. Farkındalık yaratmak, zaman yönetimi becerilerini öğretmek ve kullanıcıları gerçekçi bir bakış açısına yönlendirmek, Instagram'ın potansiyel zararlarını azaltabilmektedir. Sosyal medya kullanımı ile gerçek yaşam deneyimlerini dengelemek, avantajlarından faydalanmanın ve olumsuz etkilerinden kaçınmanın anahtarıdır.

4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı

Birçok genç, Instagram kullanımı konusunda bağımlılık yaşadığını ve platformda çok fazla zaman harcadığını belirtti. Bu bağımlılık, gençlerin sürekli olarak Instagram'a başvurmalarına ve daha yararlı aktiviteler yerine zamanlarını Instagram'da geçirmelerine yol açabilmektedir. Bu bağımlılık, gençlerin eğitimleri, aile ilişkileri ve sosyal aktiviteleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Gençler, bu bağımlılık nedeniyle günlük aktivitelerinden uzaklaşabilir ve hatta arkadaşları ve aileleri ile ilişkilerini riske atabilirler. Katılımcıların cevaplarından ortaya çıkan dikkat çekici bir durum, bazı kişilerin Instagram'a aşırı bağımlılığıydı. Birçok kişi, Instagram'ı kontrol etmenin günlük alışkanlıklarından biri haline geldiğini ve hatta önemli işlere odaklanmaları gerektiği zamanlarda bile Instagram'a bakma isteği hissettiklerini kabul etmiştir.

Buna karşı, bazı katılımcılar Instagram'ı fazla kullanmalarına rağmen buna bağımlı hissetmediklerini ve gerektiğinde ondan uzaklaşabileceklerini bildirmişlerdir. Bu grup, zaman yönetimi ve belirli sınırlamalar koymanın, Instagram'a aşırı bağımlılığı önleyebileceğine inanmaktadır. K5, Instagram'a olan bağımlılığına değindi. Bu bağımlılığın derslerine ve hayatındaki önemli işlere nasıl etki ettiğini ise şöyle açıkladı:

> *K5:Bazen Instagram'dan uzak kalamayacağımı hissediyorum ve sürekli olarak kontrol etmem gerekiyor. Bu bağımlılık, derslerde bile direnmeyi zorlaştırıyor ve Instagram'ı kontrol ediyorum. Bu durum, konsantrasyonumu kaybetmeme ve derslerimi doğru şekilde takip edemememe neden oluyor. Bazen bu durum gerçekten beni rahatsız ediyor*

çünkü zamanımı boşa harcadığımı biliyorum. Bazen bu durum yüzünden kendime kızıyorum ama elimde olmadan tekrar açıyorum. Telefonum yanımda olduğu sürece dikkatimi toplamak gerçekten çok zor oluyor.

Katılımcıların büyük kısmını etkileyen en önemli sorunlar, zaman kaybı ve Instagram'a fazla bağımlı olmalarıdır. K3, söz konusu sorunu şu şekilde ifade etti:

K3: Instagram'ı çok fazla kullanmak bazen gerçekten zorlayıcı olabiliyor. Sürekli kontrol etme isteği duyuyorum ve bazen bir iş yaparken bile Instagram'ı kontrol etmeden duramıyorum. Bu bağımlılık, ders çalışırken ya da başka şeyler yaparken konsantrasyonumu bozuyor. Bazen 'Bir dakika, şu paylaşım ne oldu?' diye düşünüp telefonuma bakıyorum ve fark etmeden uzun süre geçiriyorum. Bu durum bazen günümün nasıl geçtiğini bile anlayamadan saatlerimi harcamama yol açıyor. Kendime zaman ayırmak ya da derslerime odaklanmak isterken, sürekli bildirimleri kontrol etmek zorunda hissetmek beni yoruyor ve suçluluk duymama neden oluyor.

K15, bu platforma aşırı bağımlılığına işaret ederek durumunu şu şekilde açıkladı:

K15: Instagram'a olan bağımlılığım, günlük rutinlerimi tamamen altüst ediyor. Sabah uyandığım anda telefonuma sarılıp Instagram'ı kontrol ediyorum ve bu alışkanlık gün boyunca devam ediyor. Örneğin, kahvaltı yaparken ya da bir şey yapmadan önce mutlaka bir hikâyeye bakıyorum, bu da basit işlerimi bile ertelememe neden oluyor. Bu durum, kendimi sürekli bir şeyleri kaçırıyormuş gibi hissettiriyor ve telefonumu bırakıp anı yaşamayı zorlaştırıyor. Bazen fark ediyorum ki saatlerce ekran başında kalmışım ve bu beni hem fiziksel hem de zihinsel olarak yoruyor. Instagram'dan uzak kalmaya çalışıyorum, ama o bildirim sesi duyulduğunda kendimi tutamıyorum.

Andreassen ve Pallesen (2014) sosyal medya bağımlılığını, bireyin sosyal medyayı aşırı kullanımından kaynaklanan, işlevsellik kaybı ve diğer günlük aktivitelerden uzaklaşma durumu olarak ifade etmiştir. Bu bağımlılık, özellikle gençler arasında yaygındır ve eğitim, sosyal ilişkiler ve zihinsel sağlık üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Ayrıca, yapılan araştırmalar, sosyal medya bağımlılığının dopamin salınımını tetikleyerek, bireylerde ödül beklentisi ve sürekli kullanım isteği yarattığını göstermektedir (Kuss Ve Griffiths, 2017). K20, bu bağımlılık durumunun kendisi üzerindeki etkilerini şöyle açıkladı:

> *K20: Her sabah uyandığımda, ilk işim Instagram'ı kontrol etmek oluyor. Mesajları, beğenileri ve takipçi sayımı görmek benim için bir alışkanlık haline geldi. Bu durum o kadar ilerledi ki, arkadaşlarımla otururken bile sürekli telefonuma bakıyorum. Ders çalışırken konsantre olmam gerekiyor ama aklım sürekli Instagram'da oluyor. Beğeni ve yorum aldıkça kendimi iyi hissediyorum, ama eğer bir paylaşımım az etkileşim alırsa, moralim bozuluyor. Ailem bu konuda bana çok sık uyarılarda bulunuyor ve hatta bazen telefonumu elimden almaya çalışıyorlar. Bu durum evde gerginliklere neden oluyor ve sosyal medya bağımlılığımın sadece beni değil, çevremdekileri de etkilediğini fark ediyorum.*

K14, önceki katılımcının aksine, bağımlılık konusunda farklı bir deneyim yaşadığını belirtti:

> *K14: Instagram'a gerçekten bağımlı değilim aslında. Sosyal medyayı zaman zaman kontrol etsem de, her an telefona bakma ihtiyacı hissetmiyorum. Çoğu zaman sadece keyif almak için giriyorum, ama bağımlılık gibi bir şey hissetmiyorum. Örneğin bazen bir hafta boyunca hiç Instagram'a bakmadığım oluyor, çünkü başka şeylere odaklanmak daha önemli oluyor. Tabi arada bir paylaşımlar yapıyorum ama bu benim için bir zorunluluk değil.*

K17 de önceki katılımcı gibi Instagram'a bağımlı olmadığına işaret ediyor ve şöyle cevap verdi:

> *K17: Instagram'ı bağımlılık yaratacak şekilde kullanmıyorum. Genelde sadece belirli zamanlarda, mesela akşamları rahatlamak için birkaç dakikalığına bakıyorum. Bildirimleri genellikle kapalı tutuyorum, böylece sürekli kontrol etme isteği duymuyorum. Örneğin, bir arkadaşımın yeni bir paylaşım yaptığını öğrenirsem merak edip bakıyorum, ama saatlerce kaydırmıyorum. Paylaşım yapmak da benim için nadir bir şey; sadece gerçekten paylaşmaya değer bir an yakalarsam bir şeyler koyuyorum. Bu şekilde, Instagram hayatımın bir parçası ama asla kontrolü eline almıyor.*

Sosyal medya bağımlılığı, gençlerin günlük yaşamları ve sosyal aktiviteleri üzerinde ciddi etkiler yaratabilmektedir. Sosyolojik açıdan bakıldığında, bu bağımlılık, yüz yüze sosyal etkileşimlerin azalmasına ve sosyal aktivitelere katılımın düşmesine yol açabilmektedir. Instagram bağımlılığı, gençlerin eğitim, spor ve eğlence için yararlı zamanlarını azaltabilir, bu da gençlerin sosyal yaşam kalitesinin düşmesine neden olabilmektedir. Ayrıca, bu bağımlılık, davranış ve zaman kalıplarında değişikliklere yol açabilir, böylece gençler zamanlarının çoğunu sanal aktivitelere ayırır ve gerçek sosyal aktivitelere daha az vakit ayırır. K2, Instagram'da vakit geçirerek zamanını nasıl boşa harcadığına değinerek deneyimini şu şekilde ifade etti:

> *K2: Instagram, diğer işlerimden uzaklaşmama ve zamanımı boşa harcamama neden oluyor. Örneğin ders çalışmam veya bir iş yapmam gerektiğinde, her zaman Instagram'a bir bakma isteği duyuyorum ve bu kısa bakışlar genellikle saatlerce boşa zaman geçirmeye dönüşüyor. Bu bağımlılık o kadar fazla ki bazen daha fazla vakit geçirmek için uykumdan bile vazgeçiyorum. Bu durum hem verimliliğimi düşürüyor hem de kendime olan güvenimi zedeliyor. Günün sonunda, yapmam gereken işleri yetiştiremediğim için suçluluk hissiyle baş başa kalıyorum.*

K19, Instagram bağımlılığını azaltma yönündeki kişisel çabalarına ve deneyimlerine şu şekilde değindi:

> *K19: Arada bir kendime 'bugün hiç Instagram kullanmayacağım' diyorum, o zaman gerçekten daha verimli hissediyorum. Yine de bazen günün sonunda 'biraz keyif yapmalıyım' diyerek Instagram'a giriyorum, ama biliyorum ki uzun süre orada kalmam, başkalarına göre kendimi kötü hissetmeme de yol açabiliyor. Böyle zamanlarda kendimi hem rahatlatmak istiyorum hem de kafamı dağıtmak, ama bazen gördüğüm şeyler moralimi bozabiliyor. İnsanların hayatlarını çok güzel göstermesi, kendi hayatımla kıyaslama yapmama neden oluyor ve bu da beni duygusal olarak yoruyor.*

K20, Instagram'ı alışveriş rehberi olarak kullanmasının yanı sıra, bu platforma olan bağımlılığına da şu şekilde dikkat çekti:

> *K20: Instagram'a olan bağımlılığım, karar verme süreçlerimi bile etkiliyor. Örneğin, bir şey satın almadan önce mutlaka Instagram'da o ürünle ilgili yorumlara ya da influencer'ların önerilerine bakıyorum. Bu, bazen saatlerce farklı hesapları incelememe ve kararsızlık yaşamama neden oluyor. Normalde hızlıca yapacağım bir seçimi, Instagram'daki mükemmel sunumlar yüzünden sürekli erteliyorum. Bu durum, hem zamanımı çalıyor hem de kendi içgüdülerime güvenmek yerine başkalarının fikirlerine fazla bel bağlamama yol açıyor. Sonuçta, bu bağımlılık yüzünden kendi seçimlerimden emin olamıyorum ve bu beni mental olarak oldukça yoruyor.*

Sosyal medya bağımlılığının psikolojik etkileri arasında stres, kaygı, yetersizlik hissi ve özgüven kaybı yer almaktadır. Hong ve arkadaşları (2014), sosyal medyanın aşırı kullanımının bireylerde depresyon ve anksiyete düzeylerini artırabileceğini ifade etmektedir. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığının bireylerin yüz yüze iletişim becerilerini zayıflatabileceği ve gerçek hayattaki ilişkiler üzerinde etkiler

yaratabileceği belirtilmiştir. K10, bu bağımlılık durumunu sosyal ilişkilerinin zayıflaması olarak gördüğünü belirterek deneyimlerini şu şekilde aktardı:

> *K10: Instagram'da gezinmek, bazen planladığım şeylerin önüne geçiyor. geçen hafta bir sınav için hazırlanmam gerekiyordu, ama bir arkadaşımın paylaştığı gönderileri gördükten sonra ilgimi çekti ve bir anda başka gönderilere bakarken saatlerimi harcadım. Bu, sınavda düşük not almama neden oldu. Bazen sosyal medyada gördüğüm içerikler beni mutlu ediyor, ama çoğu zaman diğer insanlarla kendimi kıyasladığımı fark ediyorum. Onların mükemmel hayatlarını görünce, benim hayatım daha sıradanmış gibi hissediyorum. Bu duygu, bazen sosyal medyada daha fazla vakit geçirip, daha iyi paylaşımlar yapmam gerektiği düşüncesine yol açıyor. Ancak bu, kendimi daha iyi hissetmek yerine daha fazla baskı hissetmeme neden oluyor. Sosyal medyadan uzak durmak istiyorum ama bunu başarmak gerçekten zor.*

K6, Instagram bağımlılığının günlük işlerinin akışı üzerindeki etkisini şöyle açıkladı:

> *K6: Instagram kullanırken kendimi çoğu zaman bir döngünün içinde buluyorum. Örneğin, bir hobiyle ilgili ilham almak için bir sayfaya bakıyorum, ama kısa sürede kendimi tamamen alakasız içeriklerde kaybolmuş halde buluyorum. Geçenlerde bir proje için araştırma yapmam gerekiyordu, ama Instagram'da gezinirken saatlerce vakit kaybettiğim için işimi son dakikaya bıraktım. Bu durum, hem stres seviyemi artırıyor hem de kendime olan saygımı azaltıyor. Ayrıca, sürekli başkalarının başarılarını veya mutluluk anlarını görmek, kendi hedeflerime ulaşmakta yetersiz olduğum hissini uyandırıyor. Instagram'dan tamamen kopmak istemiyorum çünkü bazen gerçekten motive edici şeyler buluyorum, ama bu platformun hayatımı bu kadar ele geçirmesinden rahatsızım.*

Öte yandan, bu bağımlılık, gerçek sosyal ilişkilerin zayıflamasına yol açabilir, çünkü sanal etkileşimler, yüz yüze etkileşimlerin yerini tamamen alamaz. Ayrıca, bu bağımlılık kültürel değişikliklere yol açabilir, böylece sosyal medya kullanımı, gençler arasında temel ve kaçınılmaz bir ihtiyaç olarak kabul edilir. Bu bağımlılıkla başa çıkmak için, gençler ve ebeveynleri için zaman yönetimi ve sosyal medya kullanımını dengeleme konusunda eğitim programları ve farkındalık artırıcı etkinlikler düzenlenmelidir.

4.5. Aile İçerisinde Artan Gerginlik ve Şiddet

Bazı gençler, Instagram kullanımının aile içinde gerginlik ve hatta şiddetin artmasına neden olduğunu belirtti. Cevaplar arasında, bazı katılımcılar Instagram'ın aşırı kullanımının aile ortamında gerilimi artırdığını belirtmişlerdir. Ebeveynler, çocuklarının bu ortamda çok fazla zaman geçirmesinden endişe duydukları için bazen tartışmalar ve çatışmalar çıkabilmektedir. Bazıları, ailelerinin Instagram'ın aşırı kullanılmasını zaman kaybı olarak gördüklerini ve bu nedenle onlara sınırlamalar getirdiklerini ifade etmiştir.

Ancak bazı katılımcılar, ailelerinin bu konuda çok katı davranmadığını ve Instagram kullanımını modern yaşamın bir parçası olarak kabul ettiklerini belirtmişlerdir. Gençler Instagram'da fazla zaman geçirdiği için aile üyelerinin tepkisi fazla olabilmektedir. Gençlerin sürekli olarak Instagram'a bağlı olmaları, aile içi iletişimi olumsuz etkileyebilir ve aile üyeleri arasında anlaşmazlıklara yol açabilmektedir. Bu durum, özellikle ebeveynler ve gençler arasında çatışmalara ve hatta fiziksel şiddete dönüşebilen tartışmalara neden olabilmektedir. K3, şu şekilde ifade etti:

> *K3: Anneme ve babama sürekli olarak Instagram'da geçirdiğim zamanı açıklamak zorunda kalıyorum. Onlar, derslerim ve sorumluluklarım için yeterince zaman ayırmadığımı düşünüyorlar. Bu yüzden sık sık tartışıyoruz ve bazı durumlarda bu tartışmalar çok sert geçiyor. Bir keresinde babam, telefonumu elimden almak istedi ve bu durumda fiziksel bir çatışma yaşadık. Bu gerçekten üzücü ve stresli bir durumdu. O olaydan sonra bir süre kendimi çok kötü hissettim,*

çünkü ailemle aramın bu yüzden bozulmasını hiç istememiştim.

Aileler, çocuklarının Instagram'ı aşırı kullanımına karşı farklı tepkiler gösterebilirler. K11 da Instagram'ın kendi aile içi ilişkileri üzerindeki etkisini şu şekilde açıkladı:

K11: Instagram'a fazla vakit ayırdığımda ailemle daha fazla tartışıyoruz. Özellikle annem, sürekli telefonumu elime alıp vakit kaybettiğimi düşünüyor. Bazen sadece birkaç saat Instagram'da vakit geçirsem bile, çok fazla zaman kaybettiğimi savunuyorlar ve bu da gerginlik yaratıyor. Bazen ailemin sürekli eleştirmesi, kendimi suçlu hissetmeme ve onlardan uzaklaşmama neden oluyor.

K2 de Instagram'ın anne ve babasıyla ilişkilerine etkisine değindi ve şu şekilde yorum yaptı:

K2: Instagram kullanımım yüzünden ailemle aramda bir mesafe oluştu. Özellikle babam, akşam yemeklerinde bile telefonuma bakmamdan rahatsız oluyor ve bunu sık sık dile getiriyor. Ona göre, aileyle geçirdiğim zamanı Instagram'a harcıyorum ve bu, onunla bağ kurmamı engelliyor. Bir keresinde, bu konuda konuşurken seslerimiz yükseldi ve babam bir süre benimle konuşmayı kesti. Bu durum, evde kendimi dışlanmış hissetmeme neden oldu. Ailemin beni anlamadığını düşünüyorum, ama aynı zamanda Instagram'ın ailece geçirdiğimiz anları gölgede bıraktığını fark ediyorum. Bu gerginlik, hem onları hem de beni mutsuz ediyor.

Bandura'nın teorisine göre, bireyler çevrelerindeki davranışları gözlemleyerek öğrenirler (Bandura, 1977). Katılımcının Instagram'da uzun süre vakit geçirme davranışı, sosyal medyada gözlemlediği bağımsızlık veya bireysel özgürlük temalarından etkilenmiş olabilmektedir. Bu durum, ebeveynlerin beklentileriyle çatışarak aile içi gerilime yol açmıştır. Ayrıca, Instagram'ın gençlere sunduğu sürekli bağlantı ve sosyal onay mekanizmaları, katılımcının telefonunu bırakmasını zorlaştırmış ve bu da aile içindeki fiziksel çatışmaya kadar varan tartışmalara neden

olmuştur. K5, Instagram'ı sürekli kullanmanın aile üzerinde yarattığı baskılara değinerek şöyle ifade etti:

> *K5: Ailem, sürekli Instagram'da olmamdan rahatsız oluyor ve bu konuda sürekli olarak bana baskı yapıyorlar. Onlarla bu konuda konuşmaya çalıştığımda, genellikle sinirleniyorlar ve bu da büyük tartışmalara yol açıyor. Bu durum bazen o kadar şiddetli olabiliyor ki, evde gergin bir ortam oluşuyor ve kendimi çok baskı altında hissediyorum. Bu baskı yüzünden bazen gizli gizli kullanmak zorunda kalıyorum ve bu da kendimi daha kötü hissetmeme neden oluyor. Sürekli bir kontrol altında olmak, özgürlüğümün kısıtlandığını düşündürüyor.*

K16, Instagram bağımlılığı ve bunun aile ilişkileri üzerindeki etkileriyle ilgili yaşadığı ikili durumu şöyle açıkladı:

> *K16: Instagram'da sürekli zaman geçirdiğim için ailem benden şikayetçi. Onlar, bunun beni sosyal hayattan kopardığını düşünüyor ve sık sık telefonumu almak istiyorlar. Bunu anlatmaya çalışsam da, genellikle anlamıyorlar ve bu durum çoğu zaman gerginliğe yol açıyor. Hatta bazen bir konuda anlaşıp çözüm bulmaya çalıştığımızda bile telefonum yüzünden tartışmalar büyüyor. Bu durum bazen kendimi yalnız hissetmeme neden oluyor çünkü kimse gerçekten ne hissettiğimi anlamıyor gibi geliyor. Bu yüzden zamanla onlarla daha az konuşmaya başladım, içime kapanıyorum.*

K17, önceki katılımcıların görüşlerinin aksine, Instagram'ın aile ortamına etkisini nasıl gördüğünü belirtti:

> *K17: Ailem, Instagram'da vakit geçirmem konusunda herhangi bir sorun çıkarmıyor, hatta bazen onlar da paylaşımlarıma bakıp yorum yapıyor. Bence bu platform, kendimi ifade etmem ve arkadaşlarımla bağlantıda kalmam için harika bir yol. Onlarla bu konuda rahatça konuşabiliyorum ve genellikle beni destekliyorlar. Instagram*

kullanımım yüzünden evde gerginlik yaşamıyoruz; aksine, bazen birlikte eğlenceli içerikler izleyip gülüyoruz. Bu durum, özgürlüğümün kısıtlandığını hissettirmiyor, tam tersine ailemle aramdaki bağı güçlendiriyor.

Sosyal medya kullanımının artması, aile üyeleri arasındaki etkileşimleri olumsuz etkileyerek gerginliklere ve hatta şiddet eğilimlerine yol açabilmektedir. Coyne ve arkadaşları (2017), sosyal medyanın aile içi ilişkiler üzerinde çift yönlü etkiler yarattığını belirtmiştir: Bir yandan iletişim için yeni bir alan oluştururken, diğer yandan aşırı kullanım durumunda yüz yüze iletişimi zayıflatmakta ve aile bağlarını olumsuz etkileyebilmektedir. Sosyal medya, özellikle ebeveynler ile gençler arasında çatışmalara neden olurken, bazı durumlarda bu çatışmalar şiddet içeren davranışlara dönüşebilmektedir. Ayrıca, Twenge ve Campbell (2018)'in çalışmaları, sosyal medyada geçirilen sürenin artmasının, aile bireyleri arasındaki bağların zayıflaması ve empati duygusunun azalması ile ilişkili olduğunu göstermektedir.

K15, Instagram kullanımının ne kadar ve nasıl şiddet ve gerginliğe yol açabileceği sorusuyla karşılaştıklarında şöyle yanıt verdi:

K15: Sosyal medyada fazla zaman geçirdiğim için ailemle olan ilişkilerim giderek gerginleşiyor. Annem sürekli benimle konuşmaya çalışıyor ama ben genelde telefonuma bakarken onun söylediklerini tam olarak duymuyorum. Bu durum onu daha da sinirlendiriyor. Ailem, sosyal medya yüzünden aile bağlarının zayıfladığını söylüyor. Ancak, sosyal medyada kendimi rahat ve özgür hissettiğim için bu alışkanlığı bırakmakta zorlanıyorum. Bu gerginlikler iletişimimizi ciddi şekilde zayıflatıyor ve bazen aramızdaki sevgi bağını sorguluyorum.

K16 da, tıpkı önceki katılımcı gibi aile içi gerginliğe değinerek, ailesiyle olan ilişkisini şu şekilde ifade etti:

K16: Telefonum ve sosyal medya kullanımı nedeniyle aile içinde sürekli bir gerilim var. Babam, özellikle sosyal medyada geçirdiğim zamanı bir 'zaman kaybı' olarak görüyor ve bu konuda çok katı bir yaklaşımı var. Onunla bu konuda

konuşmaya çalıştığımda, genelde tartışmalar başlıyor. Ailemin beklentilerini karşılayamadığımı düşünüyorum ve bu da üzerimde büyük bir baskı yaratıyor. Telefonuma bakmam, onlara göre onlarla olan bağımı koparmam anlamına geliyor ama benim için bu bir kaçış yolu gibi.

K7 de, önceki katılımcıyla neredeyse aynı etkilere maruz kaldığını ve bu deneyimlerini şöyle belirtti:

K7: Sosyal medya yüzünden ailemle aramda ciddi bir mesafe oluştu. Özellikle annem, telefonla geçirdiğim zamanın beni onlardan uzaklaştırdığını düşünüyor ve bu konuda sık sık sitem ediyor. Onunla oturup sohbet etmek yerine, elimde telefonla vakit geçirmeyi tercih ediyorum çünkü orada kendimi daha az yargılanmış hissediyorum. Babam ise genellikle sessiz kalıyor ama bakışlarından rahatsız olduğunu anlayabiliyorum. Bu durum beni suçlu hissettiriyor, çünkü onları sevdiğimi biliyorum ama bir yandan da sosyal medyanın sunduğu anlık rahatlama hissinden vazgeçemiyorum. Ailece geçirdiğimiz zamanlarda bile aklım hep telefonumda oluyor, bu da aramızdaki bağı zedeliyor gibi geliyor.

Instagram'ın sürekli ve aşırı kullanımının etkileri, Instagram'ın aile içi ilişkileri doğrudan etkilediğini, ev ortamını gerginleştirdiğini ve katılımcıların ruh sağlığı üzerinde etkiler bıraktığını açıkça göstermektedir. K14 ise şöyle açıkladı:

K14: Ailemle aramda sosyal medya yüzünden sürekli bir soğukluk hissediyorum. Annem, birlikte zaman geçirmemiz gerektiğini söylüyor ama ben sosyal medyada olduğumda kendimi daha rahat hissediyorum. Onlar için bu, aile içi bağların kopması gibi görünüyor. Beni anladıklarını hissetmiyorum ve bu durum tartışmalara yol açıyor. Bu, sadece sözlü bir çatışma değil; bazen gerginlikler daha da derinleşiyor ve birbirimizi anlamak giderek zorlaşıyor.

Instagram'ın aşırı kullanımı, gençler ve aileleri arasında ciddi çatışmalara yol açabilmektedir. Sosyolojik açıdan bakıldığında, aile içi ilişkilerin ve iletişimin bozulmasına neden olabilmektedir. Gençlerin sürekli olarak Instagram'da vakit geçirmesi, aile üyelerinin bir arada zaman geçirme ve iletişim kurma fırsatlarını azaltabilmektedir. Ebeveynler, gençlerin akademik başarıları ve sorumlulukları konusunda endişe duydukları için aile içinde gerginlik ortaya çıkabilmektedir. Gençlerin sosyal medyada fazla zaman geçirmeleri, aile üyeleri arasında anlaşmazlıklara ve güven sorunlarına yol açabilmektedir. Bu tür anlaşmazlıklar, zamanla daha ciddi çatışmalara ve hatta fiziksel şiddete dönüşebilmektedir. Aile içi şiddet ve gerginlik, gençlerin duygusal ve psikolojik sağlığını olumsuz etkileyebilmektedir. Sürekli tartışma ve çatışma ortamında yaşayan gençler, kendilerini güvensiz ve stres altında hissedebilirler. Bu durum, gençlerin sosyal ve akademik performanslarını da olumsuz etkileyebilmektedir. Ayrıca, aile içinde yaşanan şiddet, gençlerin gelecekteki ilişkilerini ve sosyal davranışlarını da etkileyebilmektedir. Sorunun çözümü için, aile üyeleri arasında sağlıklı iletişim kanalları oluşturulması ve gençlerin sosyal medya kullanımını dengeli bir şekilde yönetmeleri önemlidir. Aileler, gençlerle açık ve destekleyici bir şekilde iletişim kurarak, onların sosyal medya kullanımlarını kontrol etmelerine ve dengeli bir yaşam sürmelerine yardımcı olabilmektedir. Ayrıca, gençlerin sosyal medya bağımlılığı ile başa çıkmalarına yönelik eğitim ve farkındalık programları da sorunun çözümüne katkıda bulunabilmektedir.

4.6. Kültürel Değişimler

Instagram gibi sosyal medya platformları gençler arasında kültürel değişikliklere neden olabilmektedir. Platformlar, yeni yaşam tarzları ve değerler sunarak davranışlar, moda ve kültürel konular üzerinde derin etkiler yapabilirler. Gençler,platformlar tarafından etkilenir ve yeni davranış kalıpları ve değerler edinirler. Bu değişiklikler toplumda esneklik ve kültürel değişimlerin artmasına neden olabilir, ancak aynı zamanda kültürel farklılıklar ve nesil çatışmalarına yol açabilmektedir. Çoğu katılımcı, Instagram'ın bakış açılarını ve kültürel değerlerini üzerinde büyük bir etki yarattığına inanmaktadır. Bazıları, Instagram aracılığıyla farklı yaşam tarzları, değerler ve inançlarla tanıştıklarını ve bu tanışıklığın görüşlerini değiştirdiğini belirtmişlerdir.

Bununla birlikte, diğer bazıları bu değişimlerin her zaman aynı olmadığını ifade etmiştir. Onlardan bazıları, yabancı kültürlerin etkisinin onları yerel geleneklerinden ve değerlerinden uzaklaştırdığını hissetmektedirler. Buna karşın, bazı katılımcılar Instagram'ı kültürel farklılıkları öğrenme ve kabul etme aracı olarak görmekte ve Instagram'ın onlara farklı kültürler hakkında daha açık fikirli olmalarına yardımcı olduğunu düşünmektedirler. K5, Instagram'ın diğer kültürleri tanıma üzerindeki rolünün etkisine değinerek şunları söyledi:

> *K5: Instagram kullanımı, kültürel konulardaki görüşümü değiştirdi. Bu platformlar aracılığıyla farklı kültürleri tanıma fırsatı buluyoruz ve sanat, moda ve sosyal davranışlar gibi konulara yeni bir bakış açısı kazanıyoruz. Eskiden uzak ya da yabancı bulduğum bazı kültürel unsurlar artık bana daha tanıdık ve ilgi çekici geliyor. Bu da hem hoşgörümü artırdı hem de dünyaya daha açık bir perspektiften bakmamı sağladı.*

K17, Instagram'ın diğer kültürleri tanıma üzerindeki etkisine değinerek şöyle açıkladı:

> K17: *Instagram kullanımım, kültürel bakış açımı derinden etkiledi ve dünyaya yepyeni bir pencereden bakmamı sağladı. Platformda gezinirken, farklı coğrafyalardan insanların yaşam biçimlerini, geleneksel festivallerini, yerel yemek tariflerini ve hatta günlük rutinlerini keşfetme şansı buluyorum. Örneğin, daha önce adını bile duymadığım bazı Afrika ülkelerinin dans ritüelleri ya da Asya'daki sokak pazarlarının renkli atmosferi beni büyülemeye başladı. Bu deneyimler, sadece merakımı artırmakla kalmadı, aynı zamanda daha önce anlamakta zorlandığım ya da önyargıyla yaklaştığım kültürel pratikleri daha iyi anlamamı sağladı. Artık farklılıkları bir zenginlik olarak görüyorum ve bu, hem insanlarla iletişim kurarken daha empatik olmamı hem de kendi değerlerimi sorgulamamı sağladı.*

K10, farklı kültürler arası tanışıklığa atıfta bulunmaktan ziyade, Instagram'ın kendi kültürüne yabancılaşması üzerindeki etkilerine vurgu yapmaktadır. K10, şöyle ifade etti:

> *K10: Instagram, farklı kültürlere dair daha fazla şey öğrenmeme yardımcı oldu. Özellikle sanat, moda ve yaşam tarzları gibi konularda daha önce fark etmediğim birçok şeyi keşfettim. Ancak, bazen bu kültürel çeşitlilik beni kendi yerel değerlerimden uzaklaştırabiliyor. Yabancı gelenekler ve yaşam tarzları, bazen kendi kültürel kimliğimi sorgulamama neden olabiliyor. Bu yüzden bazen karmaşık bir duygu yaşıyorum.*

Sosyal medya, kültürel değerlerin aktarımı ve değişiminde güçlü bir etkiye sahiptir. Appadurai (1996)'ya göre, küreselleşme sürecinde medya araçları kültürel değerlerin yeniden tanımlanmasında önemli bir rol oynar. Sosyal medya, farklı kültürlerin hızla yayılmasına ve bireylerin bu kültürlere kolayca erişmesine olanak tanır. Ancak bu durum, yerel kültürel değerlerin aşınmasına veya yabancı kültürlerin etkisi altında kalınmasına yol açabilmektedir. Özellikle gençler, sosyal medya platformlarında gördükleri yaşam tarzlarını ve davranış kalıplarını benimseyerek, kendi kültürel kökenlerinden uzaklaşabilirler (Boyd, 2014). K11, yerel kültür ve değerlerinden uzaklaşma durumunu şu şekilde ifade etti:

> *K11: Sosyal medya, kültürel değerlerimi sorgulamama neden oldu. Yabancı kültürlerin yaşam tarzlarını sürekli görmek, bana kendi kültürümün eski ve modası geçmiş olduğunu düşündürüyor. Örneğin geleneksel kıyafetler veya aileyle vakit geçirmek gibi şeyler, sosyal medyada fazla yer bulmadığı için artık benim için de daha az önemli hale geldi. Bunun yerine, daha modern ve bireysel yaşam tarzlarını benimsediğimi fark ediyorum. Bu durum, ailemle de aramızda bazı uyuşmazlıklara yol açıyor çünkü onlar hala geleneksel değerleri önemsiyor. Sosyal medyada gördüğüm içeriklere o kadar çok maruz kalıyorum ki, kendi kültürümün güzelliklerini unutmaya başladığımı hissediyorum.*

K12 da, tıpkı önceki katılımcı gibi Instagram'ın benzer etkilerini deneyimlediğini belirterek şunları söyledi:

> *K12: Sosyal medya, kültürel kimliğimle ilgili içsel bir çatışma yaşamama neden oluyor. Platformlarda sürekli olarak farklı toplumların festivalleri, sanat anlayışları ve modern yaşam pratikleriyle karşılaşıyorum. Bu, bir yandan ufkumu genişletse de, diğer yandan kendi kültürel köklerime yabancılaşmama yol açıyor. Örneğin, bizim kültürümüzde önemli olan topluluk odaklı etkinlikler veya sözlü gelenekler, sosyal medyada nadiren öne çıkıyor ve bu da bana bazen kendi değerlerimin "zamanın gerisinde" olduğu hissini veriyor. Öte yandan, sosyal medyanın sunduğu küresel trendler, bireyselliği ve yeniliği öven bir yaşam tarzını cazip kılıyor. Bu durum, kendi kültürümün derinliğini ve anlamını yeniden değerlendirmeme neden oluyor; bazen onun zenginliğini takdir ediyorum, bazen de modern dünyanın hızına kapılıp kendimi uzak hissediyorum.*

K1 da kendi toplumunun kültürünü diğer kültürlerle karşılaştırarak, Instagram'ın kendi toplum kültürüne bakışı üzerindeki etkisini şöyle ifade etti:

> *K1: Sosyal medya, kültürel aidiyetimle ilgili düşüncelerimi karmaşık bir hale getirdi. Platformlarda sürekli olarak başka kültürlerin estetik anlayışlarını, yaşam biçimlerini ve hatta felsefi yaklaşımlarını görüyorum. Bu, beni hem büyülüyor hem de kendi kültürel değerlerimle bağımı sorgulamama neden oluyor. Mesela, bizim kültürümüzde öne çıkan misafirperverlik ya da aile bağlarına verilen önem, sosyal medyada pek "popüler" değil; onun yerine bireysel özgürlük ve kişisel markalaşma gibi kavramlar ön planda. Bu durum, kendi geleneklerimin değerini sorgulamama ve bazen onların yeterince "çekici" olmadığını düşünmeme yol açıyor.*

Instagram'ın aşırı kullanımı, kullanıcıların baskın kültürlerin içeriklerine maruz kalmasıyla birlikte zamanla yerel kimliklerinden uzaklaşmalarına yol açarak kültürel

yabancılaşmaya neden olabilmektedir. Bu olgu, özellikle Batı kaynaklı tek yönlü içerik akışına maruz kalan gelişmekte olan toplumlarda belirgin şekilde gözlemlenmektedir. K7 da bu etkilenenlerden biri olarak kendi durumunu şu şekilde açıkladı:

> *K7: Sosyal medya sayesinde farklı kültürleri tanımak çok ilginç olsa da, bu durum kendi kültürel kimliğimden uzaklaşmama neden oluyor. Örneğin, yemek kültürümüzde annemle birlikte yaptığımız geleneksel tarifler yerine, sosyal medyada gördüğüm hızlı ve popüler tariflere yöneliyorum. Bu sadece bir örnek, ama genel olarak sosyal medya bana, daha bireysel bir hayat yaşamam gerektiği mesajını veriyor. Geleneksel değerlerimizle sosyal medyada gördüklerim arasında sıkışıp kaldığımı hissediyorum. Sonuç olarak, sosyal medya beni kültürel kökenlerimden uzaklaştırırken, aynı zamanda yeni şeyler öğrenmek ve keşfetmek için bir araç haline geliyor.*

K4, diğer katılımcının aksine, Instagram'ın yerel kültürüyle olan bağını güçlendirmedeki rolüne dikkat çekti:

> *K4: Sosyal medya, farklı kültürleri tanımamı sağlarken, aynı zamanda kendi kültürel kimliğime daha sıkı bağlanmama neden oluyor. Örneğin, platformlarda başka ülkelerin yemek tariflerini veya geleneklerini görsem de, bu beni annemle birlikte yaptığımız geleneksel yemekleri daha çok takdir etmeye itiyor. Sosyal medyada gördüğüm küresel trendler yerine, kendi kültürümüzün ritüellerini ve topluluk odaklı değerlerini paylaşma isteği uyandırıyor bende. Bireyselliği öne çıkaran içeriklerdense, bizim kültürümüzdeki dayanışma ve aile bağlarının derinliğini daha çok fark ediyorum. Sosyal medya, bana hem dünyayı keşfetme fırsatı sunuyor hem de kendi köklerimin eşsizliğini hatırlatarak kültürel kimliğimi güçlendiriyor.*

Sosyal medya, bireylerin hem kendi kültürel değerlerini korumasında hem de yeni kültürel unsurlara maruz kalmasında önemli bir rol oynar. Miller ve Slater (2000), sosyal medyanın kültürler arası etkileşimi hızlandırarak yerel ve küresel değerler arasında bir bağ oluşturduğunu belirtmiştir. Ancak bu bağ, yerel kültürlerin zayıflamasına veya genç bireylerin kültürel kimliklerinde bir karmaşa yaşamasına da neden olabilmektedir. Sosyal medya platformları, özellikle bireylerin popüler trendlere uyma eğilimini artırarak, geleneksel değerlerin yerini modern ve küresel yaşam tarzlarının almasını kolaylaştırmaktadır. K8, yabancı kültürel değerleri kendi yerel kültürel değerleriyle karşılaştırarak bu yabancı değerleri içselleştirme çabasını şöyle açıkladı:

> *K8: Sosyal medya, bana sürekli başka bir kültürün ne kadar "mükemmel" olduğunu gösteriyor. Modaya uygun kıyafetler, farklı ülkelerdeki lüks yaşam tarzları veya popüler eğlence kültürleri… Bunları gördükçe kendi kültürümün çok sade ve eski kaldığını hissediyorum. Örnek olarak, ailem geleneksel kıyafetlerimizi özel günlerde giymemi istiyor ama sosyal medyada bunları paylaşmaktan utanıyorum çünkü modern görünümler kadar ilgi çekici gelmiyor. Bu yüzden, geleneksel değerlerimizi sürdürmek yerine, sosyal medyanın bana sunduğu yaşam tarzını benimsemeye başladığımı fark ettim.*

K13, benzer bir şekilde geleneksel kültürle olan bağlarının zayıflama sürecini şu şekilde anlattı:

> *K13: Sosyal medya kullanmaya başladığımdan beri, kendi kültürümle bağlantımın zayıfladığını hissediyorum. Kültürel etkinliklere veya aileyle geçirilen zamanlara olan ilgim azaldı çünkü sosyal medyada gördüğüm içerikler daha cazip geliyor. Örneğin, sosyal medyada insanların bireysel seyahatlerini, modern kutlamalarını ve yabancı festivallere katıldıklarını gördüğümde, kendi kültürel geleneklerimizin önemsiz olduğunu düşünmeye başlıyorum. Bu durum, benim gibi düşünen arkadaşlarımla kültürden uzak bir yaşam tarzı*

benimsememize yol açtı. Ailem beni bu konuda eleştiriyor, ama sosyal medyanın çekiciliğiyle baş etmek gerçekten zor.

K12 de diğer kültürlerle kendi yerel kültürünü karşılaştırarak, bu kıyaslamaların sonuçlarını kendi bakış açısı ve deneyimleri ışığında şöyle ifade etti:

K12: Sosyal medya, kendi kültürümle olan ilişkimde bir tür kopukluk yaratıyor. Platformlarda sürekli olarak başka kültürlerin renkli ritüelleri, modern sanat anlayışları ve özgür yaşam biçimleriyle karşılaşıyorum. Bu, bir yandan ilham verici olsa da, diğer yandan kendi geleneklerimin yeterince "parlak" olmadığını düşünmeme neden oluyor. Mesela, bizim kültürümüzde önemli olan hikâye anlatımı veya el sanatları gibi unsurlar, sosyal medyada nadiren değer görüyor. Bu yüzden, kendi kültürel mirasıma olan ilgim azalırken, daha küresel ve popüler trendlere yöneldiğimi fark ediyorum. Ailem, bu değişimi fark ettiğinde hayal kırıklığına uğruyor, ama sosyal medyanın sunduğu bu ışıltılı dünyaya kapılmamak gerçekten zor.

Sosyal medya gibi platformlar, kültürel değişim ve etkileşim için bir araç olarak kullanılabilmektedir. Instagram, değerleri, inançları ve davranış kalıplarını değiştirebilir ve farklı kültürlere ve toplumlara erişim sağlayabilirler. Bu değişiklikler toplumda çeşitlilik ve esneklik yaratmaya yardımcı olabilir, ancak aynı zamanda kültürel farklılıklara ve nesil çatışmalarına neden olabilirler. Gençler, bu platformları bir kültürel keşif aracı olarak kullanır ve bu değişiklikleri kendi toplumlarında deneyimlerler. K3 bu konu hakkındaki görüşlerini şu şekilde dile getirdi:

K3: Instagram'da, farklı kültürlerden geniş bir yelpazede içeriklere erişebiliriz. Burada, dünyanın çeşitli kültürlerinden fotoğraflar, videolar ve farklı bakış açıları görebiliriz. Bu, benim kültürel anlayışımın gerçekten genişlemesine ve diğer toplumlar hakkındaki görüşümün değişmesine neden oluyor. Ayrıca, sadece görsel içeriklerle değil, insanların günlük yaşamlarına dair paylaşımlarla da o kültürlerin iç yüzünü daha yakından tanıyabiliyorum.

Geleneksel yemeklerden yerel festivallere kadar pek çok şeyi kendi yaşantılarından anlatmaları, empati kurmamı ve önyargılarımı sorgulamamı sağlıyor. Bu da beni daha açık fikirli ve meraklı biri haline getiriyor.

K16, Instagram'ın diğer kültürleri ve yaşam tarzlarını tanımadaki rolünü ele aldı ve bu durumu şöyle ifade etti:

K16: Instagram, farklı kültürlerle bağ kurmamı sağlayan bir kapı açtı. Platformda, uzak diyarlardaki insanların sanat eserlerinden tutun da günlük ritüellerine kadar pek çok şeyi keşfediyorum. Örneğin, bir bölgenin geleneksel müziklerini ya da el işçiliğiyle yapılan ürünleri gördüğümde, o kültürün ruhunu daha derinden hissediyorum. Bu paylaşımlar, sadece yüzeysel bir tanıtım değil; insanların kendi hikâyelerini, duygularını ve değerlerini aktarması beni etkiliyor. Bu sayede, daha önce hiç bilmediğim yaşam tarzlarına saygı duymaya ve kendi dünya görüşümü zenginleştirmeye başladım. Instagram, adeta bir kültür atlası gibi, beni daha anlayışlı ve keşifçi bir birey yapıyor.

Bu kültürel etkiler, derin toplumsal dönüşümlere ve yeni kültürlere yol açabilir, uzun vadede toplumlara önemli etkiler yapabilirler. Diğer taraftan, bu değişiklikler kültürel farklılıklar ve nesil çatışmaları oluşturabilirler.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

İran toplumunda sosyal medyanın, özellikle Instagram'ın gençler üzerindeki etkisi, yalnızca bireysel bir ifade alanı sunmakla kalmamakta; aynı zamanda kültürel, sosyal ve politik düzlemlerde de yeni olanaklar yaratmaktadır. Bu durum, özellikle geleneksel değerlerin güçlü biçimde varlığını sürdürdüğü Belucistan gibi bölgelerde daha dikkat çekici hâle gelmektedir. Beluç kültürü; topluluk merkezli yaşam, güçlü aile bağları, dini normlara bağlılık ve kadın-erkek rollerinin belirginliği gibi unsurlarla şekillenmektedir. Böyle bir kültürel yapıda yetişen gençler, Instagram gibi platformlarda, bir yandan kimliklerini yeniden tanımlama ve bireysel ifade alanı bulma çabası içindeyken, diğer yandan bu dijital ortamlarda görünür olmakla geleneksel normlar arasında bir denge kurmaya çalışmaktadırlar.

Araştırma verileri İran ve Türkiye gençliği arasında bazı benzerlikler ve farklılıklar olduğunu göstermektedir. Her iki toplumda da gençler Instagram'ı çoğunlukla görsel paylaşım, sosyal etkileşim ve dijital aidiyet üretimi için kullanmaktadır. Ancak İranlı gençlerde Instagram, çoğu zaman kamusal alanda bastırılan kimliklerin dijitalde yeniden kurulduğu bir alan işlevi görmektedir. Türkiye'de Instagram, bireysel estetiğin sergilenmesi ve sosyal onay kazanımı için bir alan olarak daha çok kullanılmaktadır. Dorofeeva ve Öze (2023) tarafından gerçekleştirilen bir çalışma, genç Türk kullanıcıların Instagram'ı sosyal karşılaştırma, öz-nesneleştirme ve güzellik standartlarından etkilenme amacıyla kullandığını ortaya koymuştur; bu durum, kaygı ve yetersizlik hislerine yol açabilmektedir. Balcıoğlu (2024) tarafından yapılan bir araştırma, Instagram'daki influencer'larla etkileşimin Türk gençleri arasında hayranlık, kıskançlık ve kaygı gibi duyguları tetiklediğini göstermiştir; bu da platformun onların sosyal bakış açıları ve davranışları üzerindeki derin etkisini ortaya koymaktadır.

Instagram'ın gençler üzerinde kültürel değişimlerden yaratıcı düşüncenin artışına kadar geniş bir etkisi olduğunu, aynı zamanda özgüven kaybı ve aile içi gerilimler gibi sonuçlara da yol açtığını göstermektedir. Bir yandan, gençlerin daha yaratıcı olmalarına ve sosyal ilişkilerini güçlendirmelerine yardımcı olurken, diğer yandan özgüvenlerinin azalmasına, kendilerini başkalarıyla kıyaslamalarına ve hatta Instagram'a bağımlı hale gelmelerine yol açabilmektedir. Ayrıca, Instagram'ın yerel kültürel değerler üzerinde etkisi olabileceği ve gençleri küresel kültüre daha fazla

yönlendirebileceği de ortaya konmuştur. Bu tez, tüm bu konuları ele alarak, Instagram'ın gençler üzerindeki etkilerini daha iyi anlamayı hedeflemiş ve platformun daha dengeli ve doğru bir şekilde kullanılmasına yönelik önerilerde bulunmuştur.

İranlıların toplam nüfusu (ülke içi ve yurt dışı dâhil) 2025 yılında yaklaşık 90 milyon olarak tahmin edilmektedir (Tabnak, 2024). Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte, İran'daki gençler sosyal medyayla sıkı bir bağ kurmuş durumdalardır. İnternet kısıtlamaları ve bazı platformların engellenmesine rağmen, sosyal medya hala İranlı gençler arasında oldukça popülerdir.

Instagram, İran'da en yaygın kullanılan sosyal medya platformlarından biridir ve sosyal etkileşim, iş dünyası, eğlence ve kişisel ifade için bir alan olarak kullanılmaktadır. Birçok genç, günlük yaşamlarını paylaşmak, haberleri takip etmek, yeni beceriler öğrenmek ve hatta küçük online işletmeler kurmak için Instagram'ı kullanmaktadır. Aynı zamanda, Instagram, gençlerin kişisel ve kültürel kimliklerini ifade etmeleri için bir platform haline gelmiş ve onlara küresel trendlerle uyum sağlama fırsatı sunmuştur.

İran'daki internet kısıtlamaları ve filtrelemeler, kullanıcıları VPN kullanmaya yönlendirmiştir. Tüm bu zorluklara rağmen, İranlı gençler hâlâ bölgedeki en aktif sosyal medya kullanıcıları arasında yer almakta ve bu platformları fikirlerini paylaşmak, arkadaşlarıyla etkileşime girmek ve iş fırsatlarını geliştirmek için kullanmaktadırlar.

Araştırma, İran'ın Sistan ve Belucistan ilinde yaşayan ve Instagram'ı aktif olarak kullanan 20 genç üzerinden yapılmıştır. Katılımcıların deneyimlerini daha iyi anlayabilmek için görüşmeler Beluçi dilinde yapılmış ve sonradan daha ayrıntılı bir analiz yapabilmek için Türkçe ve Farsçaya çevrilmiştir. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak, katılımcıların anlattıkları detaylı bir şekilde incelenmekte ve tematik analiz yöntemi ile ortak noktalar belirlenmiştir. Araştırma, gençlerin Instagram deneyimlerini gerçeğe en yakın şekilde anlamayı Instagram'ın günlük yaşamlarına, sosyal ilişkilerine ve kendilerine bakış açılarına nasıl etki ettiğini ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, aileler, öğretmenler ve karar vericiler için sosyal medyanın gençler üzerindeki etkilerini daha bilinçli bir şekilde ele almalarına yardımcı olmaktadır.

Dijital dünyanın hızla büyümesiyle birlikte Instagram, günümüz gençlerinin, özellikle de Beluç bölgesindeki kız ve erkek gençlerin yaşamında vazgeçilmez bir yer edinmiştir. Bu platform, yalnızca iletişim kurma ve eğlence aracı olmanın ötesine geçerek; sosyal ilişkiler, özgüven, kişisel kimlik inşası ve yaşam tarzı tercihleri üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Beluç kızları, geleneksel değerlerin yoğun etkisi altında bireysel görünürlük alanı ararken; erkek gençler ise toplumsal rollerin baskısı altında modern kimliklerini ifade etme çabası içerisindedir. Bu bağlamda Instagram, Beluç gençleri için hem bir özgürlük sahası hem de gelenek ile modernlik arasında giderek genişleyen bir kimlik mücadelesinin dijital zemini haline gelmektedir (Rashid ve diğerleri, 2019).

Araştırmada, temel kuramsal çerçeve olarak Erving Goffman'ın dramaturji teorisinden yararlanılmıştır. Goffman kendi kuramında, toplumsal yaşamı bir tiyatro sahnesine benzetir ve bireylerin sosyal etkileşimlerde, izleyici üzerinde etki yaratmak ve bu etkiyi yönetmek için çeşitli roller oynadığını ileri sürer. Bu çerçeve, sosyal medya ortamlarındaki kullanıcı davranışlarını analiz etmek için oldukça uygun bir zemin sunar; çünkü Instagram gibi platformlar, bireyler için kendilerini sergiledikleri dijital "sahnelerdir."

Instagram, günümüz gençleri için kimlik oluşturma, yeniden şekillendirme ve sergileme alanı haline gelmiştir. Instagram yalnızca bireylerin kendilerini ifade ettikleri bir mecra olmanın ötesinde, aynı zamanda toplumsal normlar, algoritmalar ve takipçi beklentileri doğrultusunda şekillenen dijital güç ilişkilerinin de sahnesidir. Bu çerçevede Erving Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı, bireylerin dijital "ön sahnede" idealize edilmiş, planlı bir benlik sergilediklerini; buna karşılık "arka sahnede" ise daha gerçek ve içsel yönleriyle baş başa kaldıklarını ortaya koyar. Bu ikili yapı, dijital çağda bireyin yaşadığı kimlik bölünmelerini anlamak açısından önemli bir kavramsal araç sunar. Katılımcıların çoğu, Instagram'da yaptıkları paylaşımları özenle seçtiklerini, genellikle beğeni alacak, estetik ve dikkat çekici içerikler sunduklarını belirtmiştir. Bu durum, Goffman'ın "ön sahne" kavramıyla örtüşmektedir; çünkü bireyler, Instagram'da idealize edilmiş bir benlik sunumu gerçekleştirmektedir.

Diğer taraftan bazı katılımcılar, sanal ortamda sundukları kimliğin gerçek yaşamlarıyla örtüşmediğinden zamanla stres, özgüven kaybı ve içsel doyumsuzluk ortaya çıktığını ifade etmişlerdir. Al-Attabi'nin (2022) araştırması, Irak'taki

kullanıcıların bazen geleneksel değerlerle çelişen, gerçek dışı kimlikler oluşturduğunu ve idealleştirilmiş görsellerle yapılan karşılaştırmaların özgüven kaybına yol açtığını ortaya koymuştur. Bu bulgular, Instagram'ın her iki toplumda da bir "sosyal vitrin" olarak işlev gördüğünü ve bireyler üzerinde ideal bir benlik sunma baskısını artırdığını teyit etmektedir. Benzer şekilde, Sherry Turkle (2011), dijital kimlik ile gerçek kimlik arasındaki uyumsuzluğun bireylerde psikolojik gerilim yarattığını belirtmektedir. Turkle'a göre bireyler, çevrimiçi ortamlarda idealize edilmiş bir benlik sunma eğilimindedir; ancak bu ideal benlikle gerçek yaşamdaki benlik arasındaki fark arttıkça, kişilerde kaygı, içsel huzursuzluk ve kimlik karmaşası ortaya çıkabilmektedir.. Bu da Goffman'ın teorideki "arka sahne"ye karşılık gelir; bireyin sahne arkasında gerçek benliğiyle kaldığı ve dış dünyaya göstermediği yönlerini yaşadığı alandır. Hem de filtre kullanımı, beğeni ve takipçi alma çabası, içerik düzenleme gibi davranışlar, Goffman'ın izlenim yönetimi kavramı kapsamında değerlendirilebilmektedir. Katılımcılar, bu tür stratejilerle sosyal kabul ve onay arayışında olduklarını göstermektedir.

Araştırmada, Instagram'ın gençler üzerinde çok yönlü ve geniş etkileri olduğunu ortaya çıkmıştır . Birçok genç, Instagram'ı sadece eğlence amaçlı değil, aynı zamanda günlük stres ve endişelerden kaçmak için kullanmaktadır. Instagram'ın "Keşfet" (Explore) özelliği, kullanıcıları sürekli olarak yeni içerikleri keşfetmeye teşvik etmekte ve bu da onların Instagram'a daha fazla bağlanmalarına neden olmaktadır. Przybylski ve Weinstein (2017) da sosyal medya platformlarının bu şekildeki algoritmik yönlendirmesinin, gençlerde ekran başında geçirilen zamanı artırdığını ve duygusal etkilerle bağlantılı olabileceğini ortaya koymuştur. Görülmektedir ki, Instagram yalnızca bir eğlence aracı olarak kullanılmamakta, aynı zamanda bazıları için bilgi edinme kaynağı ve hatta kaygıyı azaltma yöntemi olarak da işlev görmektedir. Ancak araştırmada, Instagram'ın gerçeklikten kaçış ve stres azaltmadaki rolü, önceki çalışmalara göre daha fazla öne çıkmaktadır. ; bu da Best, Manktelow ve Taylor (2014) tarafından yapılan meta-analiz çalışmasında belirlenen sonuçlarla büyük ölçüde örtüşmektedir.

Araştırma, Instagram'ın bir "sosyal vitrin" olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Yani birçok genç, kendilerini en iyi şekilde göstermek ve beğeni ile yorumlar aracılığıyla sosyal onay almak istemektedir. Bu tür davranışlar, kullanıcıların kendilerini başkalarıyla kıyaslamasına ve hatta özgüvenlerinin azalmasına neden

olabilmektedir. Daha önce Boyd (2014) tarafından yapılan çalışmada da benzer sonuçların ortaya çıktığı görülmektedir. Boyd, sosyal medyanın kimlik gösterimi ve sosyal onay alma alanı sunduğunu ifade etmektedir. Ancak araştırma, Instagram'daki bu kıyaslamaların ve sosyal onay arayışının gençler üzerinde daha olumsuz etkiler yarattığını göstermekte ve özgüvenlerini doğrudan etkilemektedir.

Araştırmanın ortaya koyduğu bir diğer önemli bulgu, Instagram bağımlılığı ve bunun zaman yönetimi üzerindeki etkisidir. Bazı gençler, sürekli olarak Instagram'ı kontrol etme ihtiyacı hissetmekte ve Instagram'dan uzak kaldıklarında eksiklik ya da hatta kaygı duymaktadır. Bu durum, D'Souza ve Hemamalini'nin (2018) üniversite öğrencileri arasında yaptığı araştırmanın bulgularıyla paralellik göstermektedir; çalışmada, Instagram bağımlılığı ile anksiyete düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu, kullanıcıların platformdan uzak kaldıklarında kaygı ve eksiklik hissine kapıldıkları belirtilmiştir. Benzer şekilde, Yıldız ve Kılıç'ın (2021) Türkiye'de yürüttüğü çalışmada da Instagram bağımlılığının akademik başarıyı doğrudan değil, ancak erteleme davranışı aracılığıyla dolaylı yoldan olumsuz etkilediği ortaya konmuştur.

Bu davranış, Ball-Rokeach ve DeFleur (1976) tarafından ortaya atılan medya bağımlılığı teorisi ile uyumludur. Onlar, insanların medya araçlarını yalnızca eğlenmek veya bilgi edinmek için değil, aynı zamanda psikolojik ihtiyaçlarını gidermek ve hatta duygusal boşluklarını doldurmak için kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medya bağımlılığı daha önce de araştırılmakla birlikte, çalışma göstermektedir ki, Instagram'ın akıllıca tasarımı ve algoritmaları, kullanıcıların Instagram'a her zamankinden daha fazla bağlanmasına neden olmaktadır.

Araştırma aynı zamanda, Instagram'ın gençlerin yaşam tarzını doğrudan etkilediğini de göstermektedir. Birçok kullanıcı, Instagram'da gördükleri içeriklerin etkisiyle tercihlerini ve hatta yaşam tarzlarını değiştirmeye başlamaktadır. Bu değişiklikler, özellikle moda, lüks yaşam tarzı ve hatta davranış kalıpları üzerinde daha belirgin hale gelmektedir. Park ve Chun (2025) tarafından Güney Koreli gençlerle gerçekleştirilen niteliksel bir çalışma, sosyal medyada özellikle Instagram'da maruz kalınan lüks yaşam tarzı içeriklerinin, gençlerin tüketim alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Araştırma, gençlerin sosyal medyada gördükleri içeriklerin etkisiyle moda tercihlerinde ve genel yaşam tarzlarında

değişiklikler yaptıklarını ortaya koymuştur. Türkiye'de yapılan bir başka çalışma da, sosyal medya fenomenlerinin genç tüketicilerin kıyafet satın alma niyetleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Aktaş ve Gürbüz (2022), Instagram'da takip edilen ünlülerin ve arkadaş çevresinin, gençlerin moda tercihlerinde ve satın alma kararlarında belirleyici olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmada gösterişçi tüketim alışkanlığı, Veblen (1899) tarafından ortaya atılan gösterişçi tüketim teorisi ile uyumludur. Ayrıca, Abidin (2016) de sosyal medyanın tüketim kalıpları ve yaşam tarzları üzerindeki etkisine dikkat çekmektedir. Ancak araştırma, Instagram'ın sadece yaşam tarzını değil, aynı zamanda gençlerin kültürel kimliğini de değiştirdiğini ve onları daha küresel bir kimliğe yönlendirdiğini göstermektedir.

Araştırmanın dikkat çeken ve aynı zamanda endişe verici bir başka bulgusu, Instagram'ın aile içindeki gerilim ve hatta şiddeti artırmasıdır. Bazı gençler, Instagram'da fazla zaman geçirdikleri için ailelerinden uzaklaşmakta ve bu da aile ortamında gerginlik ve anlaşmazlıklara yol açmaktadır. Bu bulgular, Instagram'ın aşırı kullanımının aile içi ilişkileri etkileyebileceğini göstermektedir. Bu konu, Boezzi, Lee ve Kaplowitz (2019) tarafından yapılan araştırmada da ele alınmaktadır. Onlar, sosyal medyanın yüz yüze iletişimi azaltarak aile içi gerilimi artırabileceğini belirtmektedirler.

Instagram'ın modern iletişimdeki rolü göz önüne alındığında, platformun bilinçli kullanımının bireysel ve toplumsal refah açısından kritik olduğu görülmektedir. Araştırmalar (örneğin, Algoritma Ve Kullanıcı Davranışı çalışmaları), pasif kullanımın kaygı düzeyini artırabileceğini, ancak aktif ve amaçlı kullanımın (eğitim, yaratıcı ifade) psikolojik faydalar sağlayabileceğini göstermektedir. Örneğin, Thorisdottir ve arkadaşlarının (2019) İzlanda'da gençler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, pasif sosyal medya kullanımının kaygı ve depresyon semptomlarıyla pozitif yönde ilişkili olduğu, aktif kullanımın ise bu semptomlarla negatif yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, sosyal medya kullanımının türüne göre ruh sağlığı üzerindeki etkilerinin farklılık gösterebileceğini göstermektedir. Dolayısıyla, Instagram'ı bir "araç" olarak konumlandırmak, onu yalnızca tüketim odaklı değil, üretim ve bağlantı odaklı kullanmayı gerektirir.

Araştırmanın sonuçları, Instagram'ın yaratıcılık, gayri resmi öğrenme ve sosyal ilişkileri güçlendirme aracı olarak işlev gördüğünü göstermektedir. Gençler, Instagram'ı yeni kültürleri keşfetmek, yemek pişirme, spor ve moda gibi beceriler öğrenmek ve daha geniş sosyal ağlar oluşturmak için kullanmaktadır. Instagram'ın "Keşfet" özelliği, çeşitli içeriklere erişim imkânı sağlayarak gençlerin dijital bir alanda kimliklerini ifade etmelerine olanak tanımaktadır. Ceh ve Benedek (2021) tarafından yapılan bir çalışma, Instagram'ın yaratıcı davranışları destekleyen bir platform olduğunu ve kullanıcıların günlük yaratıcı faaliyetlerini artırdığını göstermektedir. Bu platform, kullanıcıların kendilerini ifade etmeleri ve yaratıcı içerikler üretmeleri için uygun bir ortam sunmaktadır. Thomas ve arkadaşlarının (2020) yürüttüğü bir pilot çalışma, Instagram'ın gençler arasında topluluk oluşturma ve sosyal etkileşimi teşvik etme potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma, Instagram'ın gençlerin sosyal bağlarını güçlendirmede etkili bir araç olduğunu göstermektedir.

Öte yandan, araştırmada elde edilen sonuçlar, Instagram'ın aşırı kullanımının sosyal medya bağımlılığına, özgüven kaybına ve sosyal karşılaştırmanın artmasına yol açtığını göstermektedir. Thorisdottir ve diğerleri (2019) ve Verduyn ve diğerleri (2015) gibi araştırmacıların çalışmalarını destekler niteliktedir; çalışmalarda da sosyal medya platformlarının özellikle pasif kullanımının bireylerin özsaygısını düşürdüğü ve sosyal karşılaştırmayı artırdığı ortaya konmuştur. Gençler, sıklıkla kendilerini başkalarının idealize edilmiş görüntüleri ve görünüşte mükemmel hayatlarıyla kıyaslamakta, bu da yetersizlik hissi, kaygı ve yaşam memnuniyetinde azalmaya neden olmaktadır. Ayrıca, Instagram, tüketim kültürünü ve küresel yaşam tarzlarını teşvik ederek yerel kültürel değerleri zayıflatmış ve bazı durumlarda aile içi gerilimlere ve yüz yüze iletişimin azalmasına yol açmıştır. Bu etki, sosyal medyanın kültürel küreselleşme üzerindeki dönüştürücü etkisini vurgulayan Arnett (2002) ve Jamil (2021) gibi çalışmalarda da benzer şekilde ifade edilmiştir.

Katılımcıların yanıtlarından yola çıkarak, Instagram'ın kültürel küreselleşme için bir katalizör olarak işlev gördüğü ve gençleri küresel değerleri benimsemeye yönelttiği gösterilebilmektedir. Bu bulgu, Echesony (2024) tarafından yapılan bir çalışmayla desteklenmektedir; araştırma, sosyal medyanın kentsel gençlerin kültürel kimliklerini şekillendirmede önemli bir rol oynadığı ve yerel kültürel değerlerin zayıflamasına yol açabileceği belirtilmiştir. Benzer şekilde, Al-Attabi'nin (2023) Irak'ta yaptığı araştırma, Instagram'ın aile içi etkileşimleri azalttığını, geleneksel

değerleri zamanla zayıflattığını ve normlardaki değişimle gençleri küresel kültüre yönlendirdiğini ortaya koymuştur. Obesity (2023) tarafından yapılan bir araştırmada, medya küreselleşmesinin gelişmekte olan ülkelerdeki gençler arasında kültürel homojenleşmeye neden olduğu ve bu durumun yerel kültürel kimlikleri tehdit ettiği vurgulanmıştır. Bu süreç, kültürel farkındalığı artırmış olsa da, yerel kültürel kimliğin solma tehlikesini de beraberinde getirmektedir. Bunun yanı sıra, Instagram bağımlılığı, eğitim ve aile etkileşimleri gibi üretken faaliyetlere ayrılan zamanı azaltmış ve bazı durumlarda aile içi gerilimlerin artmasına neden olmuştur. Gürsoy Ulusoy ve Gürsoy Atar (2020) tarafından yapılan bir araştırmada, sosyal medya bağımlılığının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği ve aile üyeleri arasındaki etkileşimi azalttığı bulunmuştur.

Jean Baudrillard, her ne kadar sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasından önce yaşamış olsa da, onun "simülasyon" ve "hipergerçeklik" teorileri günümüzde Instagram gibi platformların analizinde hala geçerliliğini korumaktadır. Kullanıcıların bu mecrada paylaştıkları pek çok içerik, gerçekliğin estetikleştirilmiş ve kurgulanmış temsilleridir; bu da gerçek ile kurgu arasındaki sınırların bulanıklaşmasına neden olur. İşte Baudrillard'ın hipergerçeklik kavramıyla anlatmak istediği tam olarak budur (Baudrillard, 1994).

Michel Foucault'nun perspektifinden bakıldığında, Instagram, kullanıcıların başkalarının bakışının farkında olarak davranışlarını düzenledikleri modern bir gözetim yapısı olarak değerlendirilebilmektedir. Foucault, "Hapishanenin Doğuşu" (Discipline and Punish, 1977) adlı eserinde, Panoptikon modelini analiz eder. Bu modelde, mahkûmlar sürekli izlenebilecekleri korkusuyla, gözetim altında olmasalar bile kendi davranışlarını kontrol ederler. Benzer bir mekanizma Instagram'da da görülür: Kullanıcılar, diğer kullanıcıların ve algoritmaların gözetimi altında olduklarını bilerek, toplumsal normlara uyum sağlama eğilimi gösterirler.

Kısacası, Instagram ne iyi ne de kötü; onu nasıl kullandığımız asıl farkı yaratan şeydir eğer öğrenmek, sağlıklı ilişkiler kurmak ve yaratıcılığımızı geliştirmek için kullanırsak, çok faydalı olabilmektedir. Yalnız sürekli kendimizi başkalarıyla kıyaslarsak veya sadece onay almak için içerik üretirsek, kaygı, özgüven eksikliği ve tatminsizlik hissi yaşayabilmekteyiz.

ÖNERİLER

1. Eğitim ve Farkındalık Yaratma: Ebeveynler ve öğretmenler, gençleri Instagram'ı sorumlu bir şekilde kullanma konusunda eğitmeli ve platformun riskleri ve faydaları hakkında bilgilendirmelidir. Gizlilik ve çevrimiçi güvenlik konularında farkındalık yaratmak da çok önemlidir.
2. Denetim ve Rehberlik: Ebeveynler, gençlerin çevrimiçi aktivitelerini aktif bir şekilde izlemeli ve gerektiğinde rehberlik sağlamalıdır. Bu denetim, destekleyici bir şekilde ve aşırı kontrol hissi yaratmadan yapılmalıdır.
3. Alternatif Aktiviteleri Teşvik Etme: Gençlerin spor, sanat ve akademik çalışmalar gibi çevrimdışı aktivitelere katılımını teşvik etmek, onların Instagram'a olan bağımlılığını azaltabilir ve yaşamlarında daha fazla denge sağlamalarına yardımcı olabilmektedir.

Davis'in (1989) Teknoloji Kabul ve Taahhüt Teorisi (TAM), bireylerin yeni teknolojileri benimseme sürecini açıklar. Teoriye göre, bir teknolojinin algılanan yararlılığı ve kullanım kolaylığı, kabulünü etkiler. Araştırmamızda, gençlerin Instagram'ı yoğun bir şekilde kullandığı ve Instagram'ı arkadaşlarıyla iletişim kurmak, kendilerini ifade etmek ve eğlenmek için tercih ettikleri görülmüştür. Bu bulgu, Instagram'ın kullanıcı dostu ara yüzü ve çeşitli etkileşim araçları sunması nedeniyle gençler tarafından benimsendiğini göstermektedir. Gençlerin Instagram'ı benimsemesi, platformun sunduğu anında erişim, görsel içerik paylaşımı ve sosyal onay mekanizmalarının yüksek algılanan yararlılığı ile ilişkilidir. Goffman'ın (1959) Sosyal Etkileşim Kuramı, bireylerin sosyal etkileşimlerde kendilerini nasıl sunduklarını ve başkalarının izlenimlerini nasıl yönettiklerini açıklar. Bulgularımız, gençlerin Instagram'da kendilerini idealize edilmiş bir şekilde sunmaya çalıştıklarını ve Instagram'da sürekli olarak kendilerini başkalarıyla karşılaştırdıklarını ortaya koymuştur. Gençler, Instagram'da beğeni ve yorumlar aracılığıyla sosyal onay arayışında olup, bu durum onların özgüvenlerini ve kimlik inşasını etkilemektedir. Sonuç, Goffman'ın etkileşim yönetimi kavramı ile örtüşmektedir; gençler, Instagram'da kendilerini sosyal olarak kabul edilir kılmak için dikkatlice kurgulanmış bir imaj sunmaktadırlar. Kullanım ve Memnuniyet Teorisi, bireylerin medya ve iletişim araçlarını belirli ihtiyaçlarını karşılamak için nasıl kullandıklarını açıklar. Teoriye göre, bireyler medya kullanımından çeşitli tatminler elde ederler. Araştırmamızda, gençlerin Instagram'ı eğlenmek, bilgi edinmek, sosyal bağlantılar kurmak ve kendilerini ifade etmek için kullandıkları belirlenmiştir. Ancak, bu

kullanımın olumsuz etkileri de mevcuttur. Gençler, Instagram'da idealize edilmiş hayatlarla karşılaştıklarında kendi yaşamlarını yetersiz bulma ve özgüven kaybı yaşama eğilimindedirler. Bu durum, sosyal baskı ve stres seviyelerinin artmasına neden olabilmektedir. Instagram güçlü bir araç olarak gençler üzerinde birçok olumlu ve olumsuz etkiye sahip olabilmektedir. Doğru eğitim, denetim ve rehberlikle, platformun faydalarından yararlanmak ve olası zararlarından kaçınmak mümkündür. Bu, ebeveynler, öğretmenler, politika yapıcılar ve gençlerin kendilerinin işbirliği yapmasını gerektirir, böylece sosyal medya kullanımı yapıcı ve faydalı bir deneyime dönüşebilmektedir.

KAYNAKÇA

Abidin, C. (2016). "Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": Influencer Selfies as Subversive Frivolity. S*ocial Media + Society, 2*(2).

Abidin, C. (2016). "Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and advertorial campaigns on Instagram." *Media International Australia*, *161*(1), 86-100. https://doi.org/10.1177/1329878X16665177

Adlipour, S., Ghasemi, V., ve Kianpour, M. (2014). "The Effect of Social Networking Site (Facebook) on the Cultural Identity of the Youth in Isfahan." *Journal of Culture-Communication Studies, 15*(25), 51-74.

Ajzen, I., Ve Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.* Addison-Wesley.

Akbari, A. (2019). Social media and the politics of ethnicity in Iran. In J. Uldam ve A. Vestergaard (Eds.), *Civic Engagement and Social Media: Political Participation Beyond Protest* (pp. 119-138). Palgrave Macmillan.

Aktaş, Ö., ve Gürbüz, A. (2022). Sosyal medya etkileyicilerinin genç tüketicilerinin kıyafet satın alma niyetleri üzerindeki etkisi. *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, *7*(2), 418–432. https://dergipark.org.tr/en/pub/joeep/issue/69748/1123258

Al-Attabi, A. (2023). *Bir sosyal ağ olarak Instagramın toplumsal değerler üzerine etkileri: Irak-Wasit Üniversitesi örneği-2022* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

Anderson, M., ve Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media and Technology 2018*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/

Andreassen, C. S., Pallesen, S., ve Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization.* University of Minnesota Press.

Arafiyan, M., Rehberkazi, L., ve Hatemi, S. (2024). The influence of social media on traditional social interactions in Iran. *Journal of Iranian Cultural Dynamics, 19*(1), 55–72.

Arnett, J. J. (2002). The psychology of globalization. *American Psychologist, 57*(10), 774–783. https://doi.org/10.1037/0003-066X.57.10.774

Balcı, A. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler* (12. baskı). Pegem Akademi.

Balcıoğlu, Y. S. (2024). Examining Turkish Youth's Reaction to Instagram Influencers: A Sentiment Analysis. *İletişim ve Diplomasi, 12*, 59–73. https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1489078

Ball-Rokeach, S. J., ve DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research, 3*(1), 3-21. https://doi.org/10.1177/009365027600300101

Bandura, A. (1977). S*ocial learning theory*. Prentice-Hall.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.

Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist, 44*(9), 1175-1184. https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175

Baudrillard, J. (1994). Simulacra and simulation. University of Michigan Press.

Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y., ve Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: Ephemeral social interaction on Snapchat. Information, Communication ve Society, 19(7), 956–977.

Berger, P. L., ve Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge.* Anchor Books.

Best, P., Manktelow, R., ve Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review, 41*, 27–36. https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.03.001

Blumer, H. (1962). "Society as Symbolic Interaction." *In Human Behavior and Social Process: An Interactionist Approach,* edited by Arnold M. Rose. Houghton-Mifflin. (Reprinted in Blumer, 1969).

Boezzi, D., Lee, S. J., ve Kaplowitz, S. (2019). "Social media and family conflict: The impact of social media use on family relationships among teens." *Journal of Family Communication, 19*(3), 234-248. https://doi.org/10.1080/15267431.2019.1628554

Boyd, D. (2014). It's Complicated: *The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.

Boyd, D. M., ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(1), 210-230.

Braun, V., ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 1*(3), 185-216. *https://doi.org/10.1177/135910457000100301*

Buckingham, D. (2007). *Youth, Identity, and Digital Media.* The MIT Press.

Cachia, R. (2008). *Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social Networking*. JRC Scientific and Technical Reports, European Commission.

Carey, R. N., Donaghue, N., Ve Broderick, P. (2019). Body Image Concern Amongst Instagram Users: Exploring the Roles of Appearance-Related Content. *Body Image, 29*, 90-97.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.

Ceh, C., ve Benedek, M. (2021). Reeling in Stories: An Investigation of Creative Behaviors and Creativity-Support on Instagram. *The Journal of Creative Behavior*. https://doi.org/10.1002/jocb.653

Chartrand, T. L., Ve Bargh, J. A. (1999). The Chameleon Effect: The Perception-Behavior Link and Social Interaction. *Journal of Personality and Social Psychology.*

Chua, T. H. H., ve Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior, 55*, 190-197. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011

Church, K., ve De Oliveira, R. (2013). What's up with WhatsApp? Comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. In *Proceedings of the 15th International Conference on Human-computer Interaction with Mobile Devices and Services* (pp. 352–361).

Cialdini, R. B., ve Goldstein, N. J. (2004). Social Influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*.

Clarke, A., Banerjee, S., ve Amertunga, M. (2020). Social Media and Adolescent Mental Health: Reducing Isolation and Increasing Support. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health, 14*(1), 25-36.

Coyne, S. M., Padilla-Walker, L. M., Fraser, A. M., Fellows, K., Ve Day, R. D. (2017). Media Time = Family Time? Positive and Negative Associations Between Adolescent Media Use and Family Connections. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20*(10), 604-610.

Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches.* Sage Publications.

D'Souza, L., ve Hemamalini, M. J. (2018). Does anxiety influence Instagram addiction among college students? *International Journal of Indian Psychology, 6*(4), 167–173. https://doi.org/10.25215/0604.100

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319-340. *https://doi.org/10.2307/249008*

Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies, 38*(3), 475-487.

Denscombe, M. (2010). *The good research guide: For small-scale social research projects* (4th ed.). McGraw-Hill Education.

Dorofeeva, M., ve Öze, N. (2023). Instagram's Influence on Self-representation of Young Users. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.* https://doi.org/10.31123/akil.1352954

Durkheim, E. (1895). *The Rules of Sociological Method.* Free Press.

Einifar, M., ve Kosari, M. (2020). How Iranian women express themselves through social media photos: A case study of Instagram. *Journal of Communication and Social Studies, 1*(1), 1–20. https://jcss.ut. Ac.ir/article_74663.html

Etikan, I., Musa, S. A., Ve Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5*(1), 1-4.

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., ve Halliwell, E. (2018). The mediating role of appearance comparisons in the relationship between media usage and self-objectification. *Psychology of Women Quarterly, 42*(3), 346-356. *https://doi.org/10.1177/0361684318778377*

Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). Pantheon Books.

Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration.* University of California Press.

Giddens, A. (2002). *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives.*

Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.

Gündüz, U., Ertong Attar, G. ve Alton, Y. (2018). Üniversite öğrencilerinin Instagram'daki benlik sunumları. *DTCF Dergisi, 58*(2), 1862-1895.

Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journal of Computer-Mediated Communication, 4*(3), 297-308.

Hilberman, D. (2009). *Youth, Identity, and Digital Media*. The MIT Press.

Hong, F., Huang, D., Lin, H., Ve Chiu, S. (2014). Analysis of the Psychological Traits, Facebook Usage, and Facebook Addiction Model of Taiwanese University Students. *Telematics and Informatics, 31*(4), 597-606.

Horkheimer, M., ve Adorno, T. W. (1972). *Dialectic of Enlightenment.* Verso Books.

Hu, Y., Manikonda, L., ve Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 8*(1), 595-598.

Husserl, E. (1931). *Ideas: General introduction to pure phenomenology* (W. R. Boyce Gibson, Trans.). George Allen Ve Unwin. (Original work published 1913).

Inchley, J., Currie, D., Budisavljevic, S., Torsheim, T., Jåstad, A., Cosma, A., ... Ve Weber, M. (2020). *Spotlight on Adolescent Health and Well-being: Findings from the 2017/2018 Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) survey in Europe and Canada. International report. Volume 1. Key findings.*

Jafari Solari, H., ve Hasani, E. (2017). The role of media literacy in preserving and enhancing the religious identity of youth. *First International Conference on the Capacities and Influence of Cyberspace in Promoting Religious Education.* Retrieved from https://civilica.com/doc/769255

Jamil, S. (2021). Cultural identity and globalization: The role of social media. *Global Media Journal, 19*(36). https://www.globalmediajournal.com/open-access/cultural-identity-and-globalization-the-role-of-social-media.php

Janghorban, R., Roudsari, R. L., ve Taghipour, A. (2014). Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being, 9*(1), 24152. https://doi.org/10.3402/qhw.v9.24152

Jowett, A. (2020). Carrying out qualitative research under lockdown – Practical and ethical considerations. *Sage Research Methods.* https://doi.org/10.4135/9781529740511

Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons. 53*(1), 59–68

Katz, E., Blumler, J. G., ve Gurevitch, M. (1974). "Utilization of mass communication by the individual." In J. G. Blumler Ve E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Sage.

Kaveh Ghahfarokhi, M. J., ve Tajik Esmaeili, S. (2017). The relationship between youth's use of social networks and participation in religious rituals. *Social Communication Studies Quarterly, 2*(2), 61–90..

Kenning, G., McKenna, H., ve Smith, J. (2018). Social media as a tool for artists and art enthusiasts: The sharing and learning of techniques. *Journal of Social Media Studies, 5*(2), 45-62.

Khan, F. R., Malghani, M., ve Ayaz, S. (2020). Construction of Baloch ethnic identity through ethnolinguistic awareness and cultural dynamics. *Global Regional Review, 5*(1), 84–91. https://doi.org/10.31703/grr.2020(V-I).11

Khosravi, S. (2017). *Precarious Lives: Waiting and Hope in Iran.* University of Pennsylvania Press.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., ve Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons, 54*(3), 241-251.

Kircaburun, K., ve Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions, 7*(1), 158–170.

Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 14*(3), 311.

Kvale, S. (1996). *InterViews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing.* Sage Publications.

Leary, M. R., Ve Kowalski, R. M. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin* , *107*(1), 34–47

Leaver, T., Highfield, T., ve Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual social media cultures.* Polity Press.

Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., ve Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 18*(9), 552-556.

Lincoln, Y. S., ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry.* Sage Publications.

Livingstone, S. (2005). Media Audiences, Interpreters and Users. *In Media Studies: Key Issues and Debates.*

Livingstone, S., ve Sefton-Green, J. (2016). *The Class: Living and Learning in the Digital Age.* New York University Press.

Marcuse, H. (1964). *One-Dimensional Man.* Beacon Press.

Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age.* Yale University Press.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.

Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist.* University of Chicago Press. Retrieved from https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.275359

Miller, D., ve Slater, D. (2000). *The Internet: An Ethnographic Approach.* Berg Publishers.

Moslehi, S., Tavan, A., Narimani, S., Ahmadi, F., Kazemzadeh, M., ve Sedri, N. (2024). Predisposing factors of using cosmetics in Iranian female students:

Application of prototype willingness model. *Frontiers in Psychology, 15*, 1381747. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1381747

Naderifar, M., Goli, H., ve Ghaljaie, F. (2017). Snowball sampling: A purposeful method of sampling in qualitative research. *Strides in Development of Medical Education, 14*(3).

Nadkarni, A., ve Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook?. *Personality and Individual Differences, 52*(3), 243–249.

National Opinion Research Center, University of Chicago. (2017). *The impact of Instagram and Snapchat on youth lifestyles.* Chicago, IL: University of Chicago Press.

Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Essex, UK: Pearson Education Limited.

Park, J., ve Chun, J. (2025). The consumer socialization process: How social media affects youth luxury consumption. *Journal of Global Fashion Marketing, 16*(2), 156–172. *https://doi.org/10.1080/20932685.2024.2434870*

Parsons, T. (1951). *The Social System.* Routledge.

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Pekpazar, A., Kaya Aydın, G., Aydın, U., Beyhan, H., ve Arı, E. (2021). Role of Instagram addiction on academic performance among Turkish university students: Mediating effect of procrastination. *Computers and Education Open, 2,* 100049. https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100049

Przybylski, A. K., ve Weinstein, N. (2017). A large-scale test of the Goldilocks hypothesis: Quantifying the relations between digital-screen use and the mental well-being of adolescents. *Psychological Science, 28*(2), 204–215. https://doi.org/10.1177/0956797616678438

Rafiei Rad, J. (2020). Investigating the impact of virtual space on the beliefs and attitudes of social network users. *Scientific Journal Management System, 10*(41), 201-220.

Rahimi, B. (2011). The agonistic social media: Cyberspace in the formation of dissent and consolidation of state power in posttransitional Iran. *The Communication Review, 14*(3), 158-178.

Rashid, S., Baloch, F., ve Niaz, B. (2019). Social media in bringing social change in Balochistan. *Open Journal System,* http://journal.uob.edu.pk/journal/index.php/jehr/article/view/7

Rohjou-Gheytari, M. H. (2024). The role of social media and globalization in youth's religious disaffiliation. *The 3rd National Conference on Psychology and Behavioral Sciences.* Retrieved from https://civilica.com/doc/2215699/

Sadeghi, M., ve Radfar, R. (2023). Developing a culturally-oriented digital transformation framework for Iranian organizations: Green Digital Transformation (GDT) framework. *Iranian Journal of Information Management ve Education Sciences, 3*(1). https://www.ijimes.ir/index.php/ijimes/article/view/153

Salmons, J. (2016). *Doing qualitative research online*. Sage Publications.

Schütz, A. (1967). *The phenomenology of the social world* (G. Walsh Ve F. Lehnert, Trans.). Northwestern University Press. (Original work published 1932).

Sheldon, P., ve Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior, 58*, 89–97.

Silverman, D. (2020). *Interpreting Qualitative Data.* Sage Publications.

Smith, O., Mills, J. S., ve Samson, L. (2024). Out of the loop: Taking a one-week break from social media leads to better self-esteem and body image among young women. *Body Image, 49*, 101715. https://doi.org/10.1016/j. Bodyim.2024.101715

Soleymani, N., ve Karimi, L. (2017). The impact of social networks on the self-confidence level of youth. *Media, 28*, 101-117.

Strauss, A. (2001). *Qualitative Analysis for Social Scientists.* Cambridge University Press.

Tabnak. (2024, Mart). İran'ın en son nüfus istatistikleri açıklandı. Erişim adresi: https://www.tabnak.ir/fa/news/1293926

Tanide. (2023). The black chador, the Baluch woman, and media representation. *Tanide.org*. https://tanide.org/home/the-black-chador-the-baluch-woman-and-media-representation/

Thomas, V. L., Chavez, M., Browne, E. N., ve Minnis, A. M. (2020). Instagram as a tool for study engagement and community building among adolescents: A social media pilot study. *Social Media + Society*. https://doi.org/10.1177/2055207620904548

Thorisdottir, I. E., Sigurvinsdottir, R., Asgeirsdottir, B. B., Allegrante, J. P., ve Sigfusdottir, I. D. (2019). Active and Passive Social Media Use and Symptoms of Anxiety and Depressed Mood Among Icelandic Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 22*(8), 535–542. https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0079

Tiggemann, M., ve Slater, A. (2017). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders, 50*(1), 80–83.

Turkle, S. (2011). Alone together: *Why we expect more from technology and less from each other.* Basic Books. Retrieved from https://www. Basicbooks.com

Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood.* Atria Books.

Twenge, J. M., ve Campbell, W. K. (2018). Associations Between Screen Time and Lower Psychological Well-Being Among Children and Adolescents: Evidence From a Population-Based Study. *Preventive Medicine Reports, 12*, 271-283.

Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media.* Oxford University Press.

Van Manen, M. (1990). *Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy.* State University of New York Press.

Vartanian, L. R., Ve Fardouly, J. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology, 9*, 1-5.

Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions.* Macmillan.

Vega, L. (2021). Adolescent Identity Formation and the Impact of Social Media. *Journal of Adolescent Research, 36*(2), 123-145.

Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., ve Kross, E. (2015). Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review, 9*(1), 274–302. https://doi.org/10.1111/sipr.12033

Weinstein, E. (2018). The social media see-saw: Positive and negative influences on adolescents' affective well-being. *New Media ve Society, 20*(10), 3597–3623. https://doi.org/10.1177/1461444818755634

Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., ve Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist, 45*(3), 436-455.

Wojcieszak, M., ve Smith, B. (2014). Will politics be tweeted? New media use by Iranian youth in 2011. *New Media ve Society, 16*(1), 91-109.

Yenilmez Kaçar, G. (2020). *Sosyal Ağlarda Benlik Sunumu: Gençlerin Instagram Kullanımı Üzerine Bir İnceleme* (Doktora tezi). İstanbul Üniversitesi.

Yıldız, B., ve Kılıç, M. (2021). Role of Instagram addiction on academic performance among Turkish university students: Mediating effect of procrastination. *Computers and Education Open, 2*, 100049. https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100049

Zappavigna, M. (2015). Searchable talk: The linguistic functions of hashtags. *Social Semiotics, 25*(3), 274–291.

Zimmerman, B. J., ve Schunk, D. H. (2003). *Educational psychology: A century of contributions.* Lawrence Erlbaum Associates.

EKLER

EK 1: Görüşme Soru Formu

Merhaba, ben İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyoloji Bölümü yüksek lisans öğrencisiyim. Tez çalışmam kapsamında, İranlı Beluç gençlerin Instagram kullanımları üzerine bir araştırma yürütmekteyim. Bu çalışma, Instagram'ın gençler üzerindeki sosyal, kültürel ve psikolojik etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Görüşme sırasında paylaşacağınız tüm bilgiler gizli tutulacak, kişisel bilgileriniz ve kimliğiniz kesinlikle ifşa edilmeyecek; verileriniz yalnızca anonim olarak raporlanacaktır. Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Dilediğiniz anda, herhangi bir gerekçe göstermeksizin görüşmeyi sonlandırma veya soruları yanıtlamama hakkına sahipsiniz. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Mustafa SHAHOUZAHI MOGHADDAM

Instagram'ı ne sıklıkla kullanıyorsunuz ve bu kullanımın ne kadar süre aldığını tahmin ediyorsunuz?

Instagram'ı hangi amaçlarla kullanıyorsunuz? (eğlence, iletişim, bilgi edinme)

Instagram'daki paylaşımlarınızın genellikle hangi tür içeriklerden oluşur?(fotoğraf, video, hikâye paylaşımları, vb.)

Instagram'da hangi tür hesapları takip ediyorsunuz ve neden bu hesapları takip ediyorsunuz?

Instagram'da gördüğünüz içeriklerin sizin üzerinizdeki etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Instagram'da takip ettiğiniz veya gördüğünüz içeriklerden dolayı ne sıklıkta kendinizi stresli veya endişeli hissediyorsunuz?

Instagram'da takip ettiğiniz veya gördüğünüz içeriklerin sizin üzerindeki olumlu etkileri nelerdir?

Instagram'da karşılaştığınız herhangi bir olumsuz içerik veya deneyim sizi nasıl etkiledi?

Instagram'daki etkileşimleriniz ve paylaşımlarınızın, gerçek hayattaki ilişkilerinize nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?

Instagram kullanımınızda fark ettiğiniz herhangi bir bağımlılık belirtisi var mı ve bunun sizi günlük hayatınızda nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?