

# 'INSTAGRAM' KULLANICILARININ 'YAKIN ARKADAŞ' ÖZELLİĞİNİ KULLANIM PRATİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Sinan AŐCI\*, Nihal KOCABAY-ŞENER\*\*

Gönderim Tarihi: 06.01.2023 - Kabul Tarihi: 23.02.2023

AŐCI, S., & Kocabay-Şener, N. (2022). 'Instagram' kullanıcılarının 'yakın arkadaş' özelliğini kullanım pratikleri üzerine bir araştırma. *Etkileşim*, 11, 118-143.  
doi: 10.32739/etkilesim.2023.6.11.192

*Bu alıŐma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.*

## Öz

Sosyal ağ siteleri (SAS), bireylerin hem evrimdiŐı hayatta hem de evrimiŐı ortamda tanidiklarının bir araya geldiği yerlerdir. Kullanıcı olarak bireyler SAS'ta yer alan profilleri üzerinden çeşitli paylaşımlar yapmaktadır. *Instagram*, hem dÜnyada hem de T¼rkiye'de pop¼ler olan bir SAS'tır. *Instagram*, 2018 yılından bu yana hik¼ye paylaŐımlarına 'yakın arkadaş' özelliğini getirmiştir. Bu özellik kullanıcıların yayınladıkları hik¼yelerin sadece belirli bir grup tarafından görünt¼lenmesini sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, *Instagram*'da 'yakın arkadaş' özelliği kullanımının nedenlerini ve bu özelliğin kullanımının nasıl algılandığını anlamaktır. Araştırmada nitel yöntem uygulamalarından fenomenolojik desen kullanılmıştır ve amaçlı örneklem tercih edilmiştir. Veriler iki aşamalı olarak toplanmıştır. Birinci aşamada 200 kişiye ulaŐılmıŐ ve *Google* Formlar'da oluşturulan bir soru formu ile nitel veriler toplanmıştır. İkinci aşamada ise birinci aşamaya katılan 15 kişi ile derinlemesine gör¼Őme yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin bazılarını Şöyle ifade etmek mümk¼nd¼r: 'Yakın arkadaş' özelliğini kullanan katılımcıların *Instagram*'da 'yakın arkadaş' listesinde yer alan kişiler sadece evrimdiŐı hayatta yakın arkadaşı olan kişiler değildir. Katılımcılar 'yakın arkadaş' listelerini belirlerken kapsamaya ya da dışarıda bırakmaya odaklanmaktadır. Kapsama için öne çıkan temalar Şöyledir: İdeolojik yakınlık, benzer hayat tarzı, yargılanmama. Dışarıda bırakma nedenleri ise aile / akrabalar, iş iliŐkileridir. Katılımcılar başkalarının 'yakın arkadaş' belirlemelerine ilişkin gözlemlerinde ise hayat tarzı ve bununla bağlantılı olarak alkol kullanımını belirtmiŐlerdir. Katılımcılar, genellikle başkalarının 'yakın arkadaş' listesinde olmaktan rahatsız olmadıklarını ifade etmiŐ ve 'yakın arkadaş' listesini güvenli alan olarak tanımlamıŐtır. 'Yakın arkadaş' özelliğini kullanmayan katılımcılar ise başkasının listesinde bulunmaktan memnun olmadıklarını ya da nötr olduklarını ŐöylemiŐtir.

**Anahtar Kelimeler:** sosyal ağ siteleri, *Instagram*, arkadaşlık, yakınlık, paylaşım.

\* Doktor ÖĞretim Üyesi, Bahçeşehir Üniversitesi, İletişim Fak¼ltesi, İstanbul, T¼rkiye.  
sinan.asci@bau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0265-8856

\*\* Doçent Doktor, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fak¼ltesi, İstanbul, T¼rkiye.  
nkocabay@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4018-082X

# A RESEARCH ON THE USER PRACTICES OF 'INSTAGRAM'S 'CLOSE FRIEND' FEATURE

Sinan AŞÇI\*, Nihal KOCABAY-ŞENER\*\*

Received: 06.01.2023 - Accepted: 23.02.2023

Aşçı, S., & Kocabay-Şener, N. (2022). 'Instagram' kullanıcılarının 'yakın arkadaş' özelliğini kullanım pratikleri üzerine bir araştırma. *Etkileşim*, 11, 118-143.  
doi: 10.32739/etkilesim.2023.6.11.192

*This study complies with research and publication ethics.*

## Abstract

Social networking sites (SNS) are spheres where individuals meet their acquaintances both offline and online. Individuals post a variety of content on their SNS profiles as users. *Instagram* is a popular SNS both in the world and Türkiye. Since 2018, *Instagram* has added the 'close friend' feature to story sharing. By using this feature, users can control who can view their published stories and limit it to a specific group. The purpose of this study is to understand the reasons for using the 'close friend' feature on Instagram and how the use of this feature is perceived. In the research, phenomenological design, one of the qualitative methods, was used and purposeful sampling was preferred. Data were collected in two stages. In the first stage, 200 people were reached and qualitative data were collected with a questionnaire created in *Google Forms*. In the second stage, in-depth interviews were conducted with 15 people who participated in the first stage. It is possible to express some of the data obtained as a result of the research as follows: The people who are on the 'close friends' list of the participants who use the feature are not those who are close friends in offline life. Participants focus on inclusion or exclusion while determining their 'close friend' lists. The prominent themes for inclusion are ideological affinity, similar lifestyles, and non-judgment. The reasons for exclusion are family/relatives, and work relations. Observing other users regarding the determination of 'close friend', the participants stated that it was mainly lifestyle and related alcohol use. Participants generally stated that they were not bothered by being on the 'close friends' list of others and defined the 'close friends' list as a safe space. Participants who did not use the "close friend" feature stated that they were not satisfied with being on someone else's list or that they were neutral.

**Keywords:** social networking sites, *Instagram*, friendship, kinship, sharing.

\* Assistant Professor/PhD, Bahçeşehir University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye.  
sinan.asci@bau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0265-8856

\*\* Associate Professor/PhD, İstanbul Ticaret University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye.  
nkocabay@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4018-082X

## Giriş

Sosyal ağ siteleri (SAS) günümüzde bireylerin birbirleriyle iletişim kurdukları yapılarıdır. Bu siteler üzerinden kullanıcılar hem yüz yüze tanıdıklarıyla hem de çevrimiçi ortamda tanışmış oldukları kişilerle ilişkilerini sürdürmektedirler. Boyd ve Ellison'a göre (2008, s. 211) sosyal ağ siteleri; bireylere (1) sınırlı bir sistem içinde herkese açık ya da yarı-açık profil oluşturma, (2) bağlantıda olduğu diğer kullanıcıların listesini görüntüleme, (3) bağlantı listeleri ile sistem içinde başkaları tarafından yapılanları görebilme ve site içinde gezinmeye olanak sağlayan web-tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır.

Kullanıcılar SAS'lar ile kendi profillerinde -sitenin yapısına uygun olarak 'arkadaşlar', 'takipçiler' edinebilmekte ya da başka kullanıcıların hesaplarını takip edebilmektedir. Bir sosyalleşme ortamı sağlayan SAS'lar Bauman ve Lyon'a göre (2013, s. 50), kullanıcıların birbirlerini "arkadaşlar" olarak tanımlayarak sınıflandırma yapmayı da öğrendikleri yerlerdir. Kullanıcılar SAS'larda takipçilerinin ya da arkadaşlarının görebileceği gönderileri belirleyebilmekte, gönderilerine yorum yapıp yapılamayacağını sınırlandırabilmektedir. Bu çalışmanın konusu olan *Instagram*'daki 'yakın arkadaş' özelliği de kullanıcıları sınıflandırmanın uygulamalarından biridir. Günümüzde SAS'lar 'görünür' olmanın ve diğer kişilerle iletişimi sürdürmenin yollarından biridir. Çevrimdışı ortamdaki tanışıklıklar sosyal medyaya yansıdığı gibi, sosyal medya üzerinden tanışıklıkların kurulması da bugün yadırganacak bir unsur değildir. Ancak SAS profillerindeki takipçilerin ya da arkadaşların hesap sahibi ile yakınlık derecelerinin aynı olması paylaşımlardaki hareket kabiliyetini sınırlandırabilmektedir.

*Instagram* dünyada en fazla kullanılan dördüncü sosyal medya platformudur ve kullanıcı sayısı Ocak 2022 verilerine göre 1 milyar 478 milyondur (We are Social, 2022). Ocak 2021 verilerine göre ise *Instagram*, Türkiye'de kullanılan ikinci sosyal paylaşım platformudur (We are Social, 2021). *Instagram*, 'yakın arkadaş (*close friend*)' olarak tanımladığı ayarı 2018 yılında devreye almış ve tüm kullanıcılara yaygınlaştırmadan önce küresel ölçekte sınırlı kullanıcılarla beta sürümünü bir yıldan daha fazla süre denemiştir (Wired, 2018). *Instagram*'ın uygulaması olan 'yakın arkadaş' özelliği şu an için sadece paylaşılan 'hikâye'lerde kullanılmaktadır. Uygulamanın kısmen yeni olması nedeniyle *Instagram*'da 'yakın arkadaş' özelliğine ilişkin akademik çalışmaya yapılan literatür taramasında iki farklı araştırmaya rastlanmıştır. Vicky Dianiya (2021), yaptığı çalışmada beş kişi ile görüşmüş ve 'yakın arkadaş' kullanımının güven duygusu ile olan ilişkisini ifade etmiştir. Sakinah (2021) ise 'yakın arkadaş' özelliğinin ergenler arasında kullanımı üzerine bir çalışma yapmıştır. Ancak yapılan literatür taramasında bu makaleler dışında 'yakın arkadaş' özelliğini ele alan başka bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma ise, literatürde yer alan 'yakın arkadaş' özelliği kullanımının güven ile ilişkisi ya da ergenler arasındaki kullanıma odaklanan iki çalışmadan daha geniş bir perspektif ve kullanım biçimini sunmayı hedeflemektedir.

Bu araştırmayı yapan araştırmacılar, *Instagram*'daki bu özelliğin gündelik

dilde kullanılan 'yakın arkadaş' tanımlamasından farklı bir boyutu tanımladığını gözlemiştir ve kendi deneyimlerinden yola çıkarak kullanıcıların 'yakın arkadaş' kullanımını akademik bir sorunsal haline getirmiştir. Bu araştırma, *Instagram*'da 'yakın arkadaş' özelliği kullanımının nedenlerini ve bu özelliğin kullanımının nasıl algılandığını anlamayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel araştırma sorusu "katılımcıların *Instagram*'da bulunan 'yakın arkadaş' özelliği fenomeninin anlamı nedir?" olarak belirlenmiş ve temel soruyla ilişkili olarak iki alt soru tanımlanmıştır:

- Araştırmaya katılanlar *Instagram*'da bulunan 'yakın arkadaş' özelliğini nasıl deneyimlemektedir ve kullanım nedenlerini nasıl açıklamaktadır?
- Araştırmaya katılanlar *Instagram*'daki diğer kullanıcıların 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmalarını nasıl anlamlandırmaktadır?

Araştırmada nitel araştırma kullanılmıştır ve fenomenolojik araştırma deseni tercih edilmiştir. *Instagram*'da 'yakın arkadaş' özelliğine ilişkin çalışmanın -yukarıda da belirtildiği gibi- çok sınırlı olması keşfetmeye yönelik olan araştırma yöntemi nitelin tercih edilmesini sağlamıştır. "Nitel araştırmaların yapılma nedenlerinin arasında teori boşluğunun olması ya da var olan teorilerin olguyu açıklama konusunda yetersiz olması bulunmaktadır" (Merriam, 2018).

Veri toplama iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada *Google Form* ile yapılandırılmış soru formu katılımcılarla paylaşılmış ve 200 kişiye ulaşılmıştır. İkinci aşamada ise birinci aşamaya katılmış olan ve gönüllülük ilkesi ile ikinci aşamaya katılmayı kabul eden 15 kişi ile yarı yapılandırılmış sorulardan oluşan görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada amaçlı örneklem türlerinden biri olan maksimum çeşitliliğe ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmada veri toplama süreci iki aşamalı olarak tasarlanmıştır. İlk aşamada soru formu üzerinden toplanan veri tematik analiz tekniğiyle, ikinci aşamada derinlemesine görüşmeler ile elde edilen veri ise betimsel analiz yoluyla incelenmiştir.

## Kavramsal Çerçeve

Toplumsallaşma (Marshall, 2005), bireylerin toplumun değerlerini içselleştirmesinin ardından toplumsal rollerini yerine getirmeyi öğrenmek, diğer bir deyişle bir toplumun üyesi haline gelmeyi öğrenmesi ile ilgili bir süreçtir. Bu anlamda bireylerin diğer kişilerle etkileşime geçmesi, hâlihazırda var olan ya da yeni oluşmaya başlayan sosyal düzenin devamlılığını garanti etmektedir. Gündelik hayat içerisinde sosyalleşme karmaşık bir süreci beraberinde getirmektedir. Çünkü bireyler sosyalleşme süreçlerinde sadece fiziki çevre ve faktörlere bağlı değildir. Aynı zamanda sosyo-ekonomik-kültürel koşullara ve daha pek çok etkene bağlı farklılıklar deneyimlemektedir. Toplumsallaşma ve gereği olduğu üzere sosyalleşme, aile, arkadaş grupları ve akran grupları gibi ilişkiler zincirinden başlayarak ele alınmaktadır. Teknolojik gelişmelerin de bireylerin toplumsallaşma sürecinde değişimlere sebep olduğu gerçeği üzerinde durarak günümüzdeki mobil teknolojilerin tamamı birer toplumsallaşma

aracı olarak ele alınabilmektedir. Bu doğrultuda, sosyalleşme araçları, alanları ve mekânlarının da tanımları değişim göstermektedir. Bu durum yeni arkadaşlık türlerini ortaya çıkardığı gibi, arkadaşlık ilişkileri içerisinde daha önce deneyimlenmeyen ya da kılık değiştiren yeni iletişim şekillerini de beraberinde getirmektedir. Toplumsallaşma ve sosyalleşme süreçlerinde önemli bir yer kaplayan mobil teknolojiler, yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik statü gibi kaygıları tamamen olmasa da, ortadan kaldırarak bir serbestiyet sağlamaktadır.

Chambers'ın (2013) aracılı arkadaşlık diye adlandırdığı sosyal medya üzerinden kurgulanan sosyal ilişkiler, geleneksel arkadaşlıklardan bağlantıya geçme, erişme, bağlantıyı sürdürme ve diğer pek çok ritüel açısından farklı performansları beraberinde getirmektedir. Bu anlamda da bir kişilerarası ilişki türü olan arkadaşlık; karşılıklılık (Devito, 2012; Schmid, 2015), samimiyet (Arendt, 1970) ve son olarak gönüllülük, istikrarlı samimiyet ve kırılabilirlik (örneğin, evlilik veya iş yeri ilişkilerindeki farklılıklar) (Wiseman, 1986) gibi temel esaslar üzerinden değerlendirilmektedir. Geçmişten bugüne arkadaşlık ilişkilerini açıklamak üzere farklı kuramsal ve pratiğe dayalı bilgi birikimlerinin var olduğu bilinmektedir. Bu anlamda, arkadaşlık ilişkilerinin ve süreç içerisinde farklı araçların beraberinde getirdiği yeni deneyimlere rağmen temelde Antik Yunan felsefesine dayanan 'büyük arkadaşlık yaklaşımı' ve günümüze daha yakın dönemlerde özellikle sosyal değişim ve eşitlik teorisi ya da benzerliğin çekiciliği teorisi gibi yaklaşımları da içerisinde barındıran 'modern arkadaşlık yaklaşımı' olarak ifade edilen iki perspektif, baskın olarak ele alınmaktadır (Yager, 1997). Bu yaklaşımlar ve geleneksel arkadaşlık türlerinin yanı sıra, e-arkadaş (internet arkadaşlığı) tanımı da yapılmaktadır. Yager (2003)'e göre, e-arkadaşlığın üç temel şekli olabilir: çevrimiçi başlayıp çevrimiçi devam eden, çevrimiçi başlayıp yüz yüze görüşmeye dönebilen, hem çevrimiçi hem yüz yüze görüşülebilen. Açıkça görülmektedir ki bireylerin geleneksel bağlantı hallerinden keskin bir farklılık olmakta ve var olan araçların özellikleri doğrultusunda toplumsallaşma ve sosyalleşmeye dair radikal kabul edilebilecek bir değişim ortaya çıkmaktadır. Etkileşimin ve sosyal varoluşun bireylerin gündelik yaşantılarını sürdürmeleri için önemli unsurlar olduğu düşüncesi, tüm kitle iletişim araçları dolayısıyla oluşturulan bağlantıda kalma halini de açıklamaktadır.

Bireyler gündelik hayat içerisinde çok sayıda yüzü ve ismi anımsayabilmekte (Kanai ve diğerleri, 2011) ve kişisel olarak pek çok insanla etkileşime girebilecek kadar bilişsel kapasiteye sahip olabilmektedir (Dunbar, 1998). Akademik olarak anlaşılabilirliği şekliyle sosyal ağlar, bu denli karmaşık etkileşimler ve durumlardan soyutlanma olarak görülmektedir (Hennig ve diğerleri, 2012). Bireyler arasındaki bağlantıları veri olarak ifade eden nicel sosyal ağ çalışmalarının yanı sıra, sosyal ağ siteleri içerisindeki takipçi-takipçi şeklinde 'tek yönlü', arkadaş ilişkisi ya da bağlantı ilişkisi gibi 'simetrik' (Hogan & Wellman, 2014) bağlantıların nitel değerlendirmelerinin tümevarımsal açıdan önemli olduğu görülmektedir.

Sosyal ağlar internet öncesine dayanan çalışmalarla da anlatılmaya çalışıl-

miştir. Granovetter (1973)'e göre, bireyler toplum içerisinde kurdukları güçlü ve/veya zayıf bağlarla sosyal ağların içerisinde yer almaktadır. Granovetter'in güçlü (aile, akraba, yakın arkadaş gibi) ve zayıf (arkadaş, tanıdık gibi) bağlar görüşlerinden yola çıkarak bugün sosyal ağ sitelerindeki aktivitelerin her iki biçimde de olmasının mümkün olduğunu düşünmekteyiz. Hem güçlü bağlar ile sosyal etkileşimi korumak hem de zayıf bağlarla sanal tanışıklıklar kurmak için kullanılan sosyal ağ siteleri, bugün çevrimiçi ya da çevrimdışı ilişkilenebilecek biçimlerini anlayabilmek için önemli veri setleri ve deneyimler sunmaktadır.

Lisans düzeyinde eğitim alan *Facebook* kullanıcıları üzerinde yapılan bir araştırmada (Stutzman & Kramer-Duffield, 2010), sosyal ağ sitesi içerisindeki hizmetler arttıkça gizlilik ayarlarının kullanımının arttığı ortaya konulmuş ve kullanıcıların *Facebook* profillerini 'yalnızca arkadaşlar' durumuna ayarlamasının ne gibi etkilerle dolayısıyla daha popüler hale geldiği araştırılmıştır. Petronio'nun iletişim gizliliği yönetimi aşamalarını *Facebook*'taki gizlilik davranışıyla cinsiyet, ağ boyutu, zayıf ağ ihlalleri ve kişilerarası gizlilik uygulamaları düzeylerinin yalnızca arkadaşlara açık bir *Facebook* profiline sahip olmakla ilişkili olduğu ortaya konulmuştur (Stutzman & Kramer-Duffield, 2010). Bu durum göstermektedir ki kullanıcıların sosyal ağ sitelerindeki profillerini 'yalnızca arkadaşlar' ya da 'özel hesap' olarak ayarlamaları gizliliği arttıran bir eylemdir ve bu tür kullanımlar doğrultusunda normatif bir yönelim, ilişki kurma potansiyelini ve etkileşimi azaltmaktadır.

*Twitter* bağlamında ise nicel araştırma yöntemiyle incelenen 'arkadaşlıktan çıkarma eylemi' araştırması (Kivran-Swaine ve diğerleri, 2011), *Twitter*'da bağlarını koparmanın 'bağların gücü, yerleşiklik ve statü' gibi sosyolojik kavramlarla nasıl bir ilişkisi olduğu araştırılmış ve 'ilişki karşılıklılığı, ilişki süresi, kişinin bilgilendiriciliği ve paylaşılan ilişkiler'in sosyal ağ sitesinde ilişkiyi kesme kararını etkileyen ana faktörler olduğu ortaya konulmuştur. Bir benzer çalışmanın *Facebook* üzerine yapılması ile (Sibona & Walczak, 2011), arkadaşlıktan çıkarma eyleminin çevrimiçi etkileşimlerle bağlantılı arka planları konusunda "önemsiz / sık gönderiler, kutuplaştırıcı gönderiler, uygunsuz gönderiler ve günlük yaşam gönderileri" gibi dört nedene ulaşılmıştır.

*Instagram* 'yakın arkadaş' özelliği üzerine yapılan bir teorik değerlendirme ve metin analizinde ise (Sakinah, 2021), *Instagram*'ın bu özelliğinin dijital çağda ergenler arasında arkadaşlıkları arttırmada %61,2 oranında baskın bir şekilde kullanıldığını ortaya koymaktadır. Ayrıca bunun bir kendini ifşa etme faktörü olarak görüldüğü ve kullanıcılar açısından kullanım kolaylığı olduğu üzerinde de durulmaktadır. Sakinah'ın yaptığı çalışmada bu özelliğin gizlilik yönetiminin iletişim gizliliği yönetimi açısından değerlendirmesi yapılmış ve mahremiyeti sınırlama olarak görülen özelliğin arkasındaki sebepler üzerine detaylı bir inceleme yapılmamıştır.

Sosyal ağ siteleri üzerinde hem çevrimiçi hem de çevrimdışı arka planla etkileşime geçerek arkadaşlık ilişkisi kurma, sosyo-teknik sistemlerde iletişimi kolaylaştıran ve sosyalleşmeye / toplumsallaşmaya katkıda bulunan deneyim-

ler olarak ele alınmaktadır. Bunun yanı sıra, bireylerin kullanıcı olarak kendi kararlarını verdikleri tüm eylemlerin sosyal ağın sistemsel altyapısına bağlı bir kimliğe işaret ettiği, kapsayan ağa katkısı ve bu ağdan aldığı bilgiyi / kaynağı sınırlandırdığı görülmektedir.

## Amaç ve Yöntem

### Amaç

Bu çalışmanın amacı, *Instagram*'da 'yakın arkadaş' özelliğini uygulayan kullanıcıların motivasyonlarını ve deneyimlerini anlamaktır. Bunu anlayabilmek için kullanıcıların kendilerinin 'yakın arkadaş' özelliğini nasıl uyguladıkları ve diğer kullanıcıların 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmaları hakkında neler düşündükleriyle ilgili veri toplanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu şöyledir:

Araştırmaya katılanlar için *Instagram*'da bulunan 'yakın arkadaş' özelliği fenomeninin anlamı nedir?

Temel araştırma sorusuyla ilişkili diğer sorular ise şunlardır:

- Araştırmaya katılanlar *Instagram*'da bulunan 'yakın arkadaş' özelliğini nasıl deneyimlemektedir ve kullanım nedenlerini nasıl açıklamaktadır?
- Araştırmaya katılanlar *Instagram*'daki diğer kullanıcıların 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmalarını nasıl anlamlandırmaktadır?

### Yöntem

Bu çalışma nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik deseni kullanmaktadır. Nitel araştırma, en temel düzeyde nitel verilerin (kelimeler, resimler, imgeler gibi sayısal olmayan veriler) toplanmasına dayalı ampirik araştırma yaklaşımı olarak tanımlanabilir (Christensen ve diğerleri, 2020, s. 402). Nitel araştırmanın özellikleri detaylandırılabilir olsa da genel hatları ile şöyle tanımlamak mümkündür: anlam ve anlama üzerine odaklanır, araştırmacı veri toplama sürecinde araçtır, tümevarımsal bir süreç işletilir, zengin ve detaylı betimlemeler kullanır (Merriam, 2018, ss. 14-16).

Nitel araştırma desenlerinden biri olan fenomenolojik araştırma ise "araştırmacının katılımcıların bir olguyla ilgili yaşadıkları deneyimlerini kendilerinin tanımladıkları şekliyle anlattığı psikolojiden ve felsefeden gelen bir araştırma desendir" (Creswell & Creswell, 2021, s. 13). Fenomenolojik yaklaşımlar, "insanların deneyimi nasıl anlamlandırdığını ve hem bireysel olarak hem de paylaşılan anlam olarak deneyimi bilince nasıl dönüştürdüklerini keşfetme üzerine" (Patton, 2018, s. 104) odaklanmaktadır. Yani, özetle söylemek gerekirse fenomenolojik araştırmalar insanların neyi, nasıl deneyimlediğini anlamaya çalışan araştırmalardır.

## Örneklem

Niteliksel araştırmalarda örneklem belirleme tekniği ne olursa olsun "amaçlı" olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan & Uyan-Semerci, 2021, s. 102). Dolayısıyla, bu çalışmanın örnekleme amaçlı örneklemdir. Niteliksel araştırmadaki yöntem amaçlı örneklem olarak tanımlanıyor olsa da örneklem belirlemenin farklı teknikleri bulunmaktadır. Buradaki en temel ayırım araştırma yapılan konuda benzerliklerin mi yoksa farklılıkların mı ortaya konulmaya çalışıldığıdır.

Bu araştırmasının odaklandığı *Instagram*'da 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanımına ilişkin olarak yapılan çalışmaların çok sınırlı sayıda olması bizi farklı deneyimlerin ortaya konabilmesine yönlendirmiştir. Bu nedenle, maksimum çeşitlilik örnekleme tercih edilmiştir. Maksimum çeşitlilik örnekleme, "veri toplama ve analizi için geniş bir aralığı içeren farklı durumların belirlenip seçilmesi" (Christensen ve diğerleri, 2020, s. 176) olarak tanımlanmaktadır. Bu örneklem tipinde farklı özellikler taşıyan katılımcıların özelliklerine odaklanılmaktadır. Cinsiyet, yaş, yerleşim yeri, eğitim durumu gibi farklılıklar önemlidir.

Çalışmanın başında sahanın sağlayacağı veri tahmin edilemediği için katılmayı kabul eden tüm katılımcılarla iletişime geçilmiş ve soru formu üzerinden 200 kişiye, derinlemesine görüşmelerde ise 15 kişiye ulaşıldığında yanıtların kavramsal doygunluğa (Guest ve diğerleri, 2006) ulaştığı görülmüştür. Diğer bir deyişle, sorulara verilen yanıtlar kendini tekrar etmeye başladığı için veri toplama süreci bu katılımcı sayıları ile sonlandırılmıştır.

## Veri toplama

Bu araştırmada veri toplama iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada *Google Form* üzerinden 8 maddelik bir soru formu oluşturulmuştur. Soru formunda 5 soru kapalı uçludur. 3 soru demografik bilgilere yöneliktir (cinsiyet, yaş, eğitim durumu), 2 soru ise *Instagram* kullanımına ilişkindir (hesabın açık hesap olması ya da olmaması, yakın arkadaş özelliğinin kullanılıp kullanılmadığı). Açık uçlu sorularda ise 'yakın arkadaş' özelliğini kullanırken katılımcıların dikkat ettikleri unsurlar ve diğer kullanıcıların 'yakın arkadaş'a katılımcıları neden dahil ettiklerine dair düşünceleri sorulmuştur. Son soruda ise veri toplamanın ikinci aşamasına katılmak isteyenlerden e-posta adreslerini paylaşmaları istenmiştir. Soru formunun yaygınlaştırılması için araştırmacılar *Twitter* ve *Instagram*'da bulunan sosyal medya hesaplarından soru formunun linkini paylaşmışlardır. Bu durum elbette ulaşılan katılımcıların çeşitliliği konusunda araştırmaya bir sınırlılık olarak yansımaktadır. Birinci aşamadaki veriler 9-23 Mayıs 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Soru formunun başında yer alan onay metni ile katılımcıların izinleri alınmış ve gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır.

Veri toplamanın ikinci aşamasında ise birinci aşamada e-posta adreslerini paylaşan katılımcılar ile uygun zaman belirlenmiş ve derinlemesine görüşme-



ler gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşmeler çevrimiçi ortamda yapılmıştır ve araç olarak *Jitsi Meet* kullanılmıştır. Araştırmacılar, çıkar çatışmasını önlemek, hiyerarşik iletişimi engellemek amacıyla tanıdıkları katılımcılarla görüşmemiş ve çapraz bir dağılım yapmıştır. Görüşmelerde yarı yapılandırılmış sorular kullanılmıştır. Görüşmeye başlamadan önce katılımcılar çalışmaya ilişkin olarak bilgilendirilmiş ve onayları alınmıştır.

Bu araştırmada verinin iki aşamalı olarak toplanmasının nedeni şöyle açıklanabilir:

Birinci olarak verilerde çeşitlilik sağlanması amaçlanmıştır. Bu nedenle daha fazla katılımcıya ulaşabilmek için açık uçlu soruların da olduğu soru formu ile birinci aşamada veri toplanmıştır. Derinlemesine görüşme zaman olarak daha uzun sürmesi nedeniyle bazı katılımcılar tarafından tercih edilmemektedir. Ancak soru formu ise "katılımcılara zaman ve yer esnekliği sağlayarak sorulan bilginin düşünülmesini" (Creswell, 2021, s. 161) sağlamaktadır.

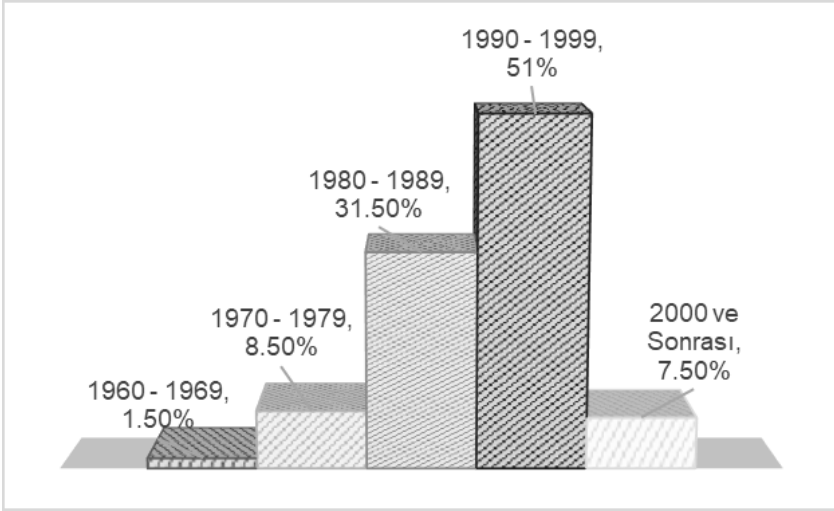
İkinci olarak bazı hassas grupların derinlemesine görüşmeye katılmayı tercih etmeyecekleri, kendilerini derinlemesine görüşme sırasında rahat hissetmeyecekleri ya da kendilerini açık bir şekilde ifade edemeyecekleri düşünülmüştür. Ancak soru formunu yanıtlarken ise kimliğinin gizli kalması hassas gruplarda yer alabilecek katılımcıların daha güvenli bir ortamda yanıt vermesini sağlayacaktır. Soru formu ile yazılı veri toplamanın getirdiği bir sınırlılığı da ifade etmek gerekmektedir. Katılımcıların verdiği bazı yanıtlar açık olarak ifade edilmemiştir ya da birden fazla anlama gelebilecek olan ifadeler kullanılmıştır. Bu durumdaki yanıtlar analizden çıkarılmıştır.

Her iki aşamada da veriler toplanmadan önce kullanılacak sorulara ilişkin olarak İstanbul Ticaret Üniversitesi Etik Kurulu'na başvurulmuş ve onay alınmıştır (Tarih: 07.05.2021, Sayı: E-65836846-044-209624).

## **Bulgular**

İki aşamalı olarak gerçekleştirilen araştırmanın birinci aşamasına ilişkin bulgular aşağıda verilmektedir:

Grafik 1. Birinci aşama katılımcılarının yaş dağılımı



Çalışmanın ilk bölümüne %72'si (n=145) kadın, %27'si (n=53) erkek ve %1'i (n=2) de ikili cinsiyet sistemleri dışında 200 kişi katılmıştır. *Grafik 1*'de görüldüğü üzere, çalışmaya katılanların büyük bir kısmının X ve Y jenerasyonunda olduğunu söyleyebilmekteyiz. Sosyal ağ sitelerinin kullanıcı sözleşmesi gereği, kullanıcıların 13 yaşından büyük olması gerektiğinden 2009 yılından sonra doğan katılımcılar bu çalışmaya dâhil edilmemiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde yer alan 200 kişinin, %12'si (n=24) doktora ve üzeri, %23'ü (n=46) yüksek lisans, %45'i (n=90) lisans, %5,5'i (n=11) ön lisans, %14'ü (n=28) lise / meslek lisesi ve %0,5'i (n=1) ortaokul eğitim düzeyindedir. Tüm katılımcılar içerisinde sadece %28'inin *Instagram* profili açık hesap. Bu anlamda, katılımcıların %72 (n=145) gibi büyük bir kesiminin *Instagram* profilinin özel hesap olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Katılımcıların %53'ünün (n=105) *Instagram*'da 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmadığı bilgisine ulaşılrken, %47'sinin (n=95) bu özelliği kullandığı bilgisi elde edilmiştir.

### Tematik analiz

Katılımcıların soru formunda yer alan sorulara verdikleri cevaplar, araştırmacılar tarafından ayrı ayrı kodlanmıştır. Bu doğrultuda, katılımcıların 'yakın arkadaş' özelliğine dair deneyimlerine atfedilen (kodlama dışı ve diğer sebeplerle dışarıda bırakılanlar hariç) 18 tema üzerinde anlaşmaya varılmıştır. 18 temanın 14 tanesi yakın arkadaş listesine hem ekleme hem de eklenme sebepleriyle 4 tanesi ise sadece eklenme sebebi olarak katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

Tablo 1. 'Yakın arkadaş' listesine hem ekleme hem de eklenme sebepleri

Kategori	Tanımlama
Partner / Flört	Sadece partnerin ya da flört edilen / edilmek istenen kişilerin listeye eklenmesi
Birebir Görüşülen ve Tanıdıklar	Yakın arkadaş tanımlamasının içinde yer almayan ama dijital ortam dışında görüşülen ya da dijital ortam dışında tanışılmış olan kişilerin listeye eklenmesi
Ortak Hayat Tarzı	Dijital ya da dijital dışında tanışılan kişilerle ortak değer yargılarına sahip olunması halinde listeye eklenmesi
Yakın Arkadaş	Dijital ortam dışında yakın arkadaş olarak tanımlanan kişilerin listeye eklenmesi
Yargılamama	Yapılan paylaşımlara ilişkin takipçilerin herhangi bir yargılama yapmayacağını düşünülmesi durumunda eklenmesi
İlgi Çekmek	İlgisinin çekilmesi istenen kişilerin listeye eklenmesi
Aile Üyeleri	Aile üyelerinin listeye eklenmesi
Aile ve Akrabaları Dışarıda Bırakma	Aile ya da akrabalarından en az birinin görmemesinin istendiğinde dışarıda bırakılarak liste oluşturulması
Samimiyet Derecesi	Herhangi bir detay verilmeksizin "samimiyet"ten ötürü kişilerin listeye eklenmesi
İş Çevresini Dışarı Bırakma	İş çevresindeki kişilerin görmesini engellemek için onları dışarıda bırakarak liste oluşturulması
Cinsel Kimlik	Kendini LGBTİ+ içerisinde tanımlayan kullanıcıların listeye eklenmesi
SM Beklentilerinin Dışında Fotoğraf Paylaşabilme	Bakımlı olmayan fotoğraflarını paylaşmaktan çekinmedikleri kişilerin listeye eklenmesi
Güvenilen Kişiler	Herhangi bir detay verilmeksizin "güvenilir" bulunan kullanıcıların listeye eklenmesi
Dikkat Çekme	Paylaşan kullanıcıların özellikle bir ya da birden fazla kişinin dikkatini çekmeye yöneldiği durumlarda kullanıcıların listeye eklenmesi

Tablo 1'de görüldüğü üzere, katılımcıların 'yakın arkadaş' listeleri oluştururken açıkladıkları sebepler 14 temel kategoride ele alınabilmektedir.

Tablo 2. 'Yakın arkadaş' listelerine (sadece) eklenme sebepleri

Kategori	Tanımlama
Diğerlerinden Gizlemek İçin (Mute ya da Hide Özelliğini Bilmeme)	Aile ve akrabalar, iş çevresi diye özel olarak belirtilmemiş kişileri dışarıda tutmak için listeye dâhil edilme
Hava Atmak (Gösteriş Yapmak)	Yapılan paylaşımların belirli bir grup tarafından görülmesinin istendiğinin belirtildiği ve bunun "hava atmak", "gösteriş yapmak" gibi tanımlandığı durumlarda listeye dahil edilme
Alkol Paylaşımı	Yapılan paylaşımlarda alkol olduğu durumlarda listeye dâhil edilme
Özel Fotoğraf Paylaşma	Daha çok dekolte vb. gibi fotoğrafları kapsayan özel fotoğraf paylaşımı durumlarında listeye dahil edilme

Tablo 1'de yer alan 'yakın arkadaşlar listesine hem ekleme hem de eklenme' sebeplerinin yanı sıra, sadece listelere eklenme sebepleri olarak açıklanan 4 ayrı tema daha elde edilmiştir. Bunlar içerisinde ise sadece bir tanesi kullanılan programın diğer özelliklerini bilmemekten kaynaklanmakta, diğerleri ise kişilerin sosyal medya performansları üzerine tanımlanabilmektedir.

### Betimsel analiz

*Instagram*'daki 'yakın arkadaş' özelliğinin beraberinde getirdiği iletişimsel elverişliliği hem dâhil etme hem de hariç tutma eylemleriyle çok yönlü ele almak mümkündür. Bunu da hem platformun sağladığı standartlar çerçevesinde yapılması nesnel kalite açısından hem de bireylerin kullanımları açısından öznel algı / deneyim arasındaki etkileşim olarak ele almak önemlidir. Çalışmanın ikinci bölümünde gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerde katılımcıların "yakın arkadaş özelliğini kullanma sebepleri, yakın arkadaş listelerini oluştururken göz önünde bulundurdıkları özellikler ve bunlara dair deneyimleri, yakın arkadaş listelerinde bulunmalarına dair düşünceleri, yakın arkadaş özelliği kullanılsa da *Instagram*'ın kendilerine sunduğu diğer iletişimsel elverişlilik unsurlarına dair görüşleri" üzerine düşünceleri ve deneyimleri sorulmuştur.

Tablo 3. Derinlemesine görüşme katılımcılarının demografik bilgileri

Katılımcı numarası	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Doğum Yılı	Hesap özelliği	Yakın arkadaş kullanımı
K1	Kadın	Yüksek Lisans	1986	Özel	Evet
K2	Kadın	Yüksek Lisans	1992	Açık	Hayır
K3	Erkek	Lisans	1996	Açık	Evet
K4	Kadın	Yüksek Lisans	1983	Özel (Dondurmuş)	Evet
K5	Erkek	Lisans	1976	Açık	Evet
K6	Kadın	Lise	1991	Özel	Evet
K7	Kadın	Lisans	1996	Açık	Evet
K8	Erkek	Doktora	1984	Özel	Evet
K9	Erkek	Yüksek Lisans	1994	Özel	Evet
K10	Kadın	Lisans	1994	Özel	Evet
K11	Kadın	Lisans	1990	Açık	Evet
K12	Erkek	Yüksekokul	1981	Özel	Evet
K13	Kadın	Yüksek lisans	1991	Özel	Hayır
K14	Erkek	Yüksek lisans	1985	Özel	Evet
K15	Kadın	Lise	2000	Özel	Hayır

### 'Yakın arkadaş' özelliği dışındaki kısıtlama özellikleri

Katılımcıların üçü 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmadığını belirtmiştir. Fenomenolojik araştırmalar, araştırılan fenomeni deneyimleyen kişilerle yapılmaktadır. Ancak 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanılmaması da bu fenomene ilişkin bir deneyimi kapsayabilmektedir. Bu nedenle, kullanmadığını ifade eden katılımcıların deneyimleri de araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu katılımcıların araştırmaya dâhil edilmesinin bir diğer nedeni ise araştırmacının ikinci alt sorusu olan Araştırmaya katılanların, "Instagram'daki diğer kullanıcıların 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmalarını nasıl anlamlandırdıkları" sorusuna alınan yanıtları çeşitlendirmektir. 'Yakın arkadaş' özelliğini kullanmadığını ifade eden katılımcıların deneyimlerine baktığımızda:

Açıkçası üşendiğim için kullanmıyorum. Biri mesela bir şey paylaşmış, ben onun 'yakın arkadaş'larındayım ama aslında yakın arkadaş değiliz. Bunun neye göre belirlendiğini çok kestiremediğim için kullanmadım (K13).

K13, 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanım amacını anlamlandıramaması ne-

deniyle kullanmadığını ifade ederken, K15 ise sosyal medyaya karşı olan mesafeli yaklaşımı üzerinden bu durumu dile getirmektedir:

Kullanmıyorum, hatta çok karşıyım. Ben bu yakın arkadaş özelliğinin kullanılmasını pek anlamıyorum. Ben yakın arkadaşlarımla yüz yüze vakit geçirmeyi seviyorum, buluşmayı seviyorum. Neden yakın arkadaşlarımla göreceği bir şeyi paylaşmak isteyim ki. Bu bana başından beri saçma geliyor (K15).

*Katılımcı 2 ve 13* ise 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmasa da bazı paylaşımalarının görülmesini istemediği için 'hikâyeyi gizle' seçeneğini kullandığını ifade etmiştir:

Patronlarımla görmesini istemediğim şeyleri paylaşmak için kullanıyorum. Mesela tatil fotoğraflarım oluyor. Böyle zamanlarda onları çıkarıyorum (K2).

Hikâyemi görmesini istemediğim insanları aslında engelledim. Ailemden görmesini istemediğim insanlar var. Benim yaşantımın bazı kısımlarını farklı bildikleri için görmelerini istemiyorum. Mesela alkollü bir şey paylaşıyorum, dayımlar görünce onların hoşuna gitmeyeceğini düşündüğüm için, onlardan gizledim. 'Yakın arkadaş' yerine engellemeyi kullanıyorum (K13).

'Hikâyeyi gizle' seçeneğini kullanmadığını ifade eden katılımcılar (K6 ve K7), genel olarak hiçbir şey paylaşmama halinin kendi kullarımlarına uygun olmadığını anlaşılabilmesi endişesini dile getirmiştir. Hatta bu konuda, katılımcılardan biri (K15) her zaman kişisel kullanım şekilleri doğrultusunda değil, birlikte paylaşım yaptığı kullanıcıların talebi doğrultusunda da 'hikâyeyi gizle' seçeneğini kullandığını ifade etmiştir.

### **Instagram hesabının kullanım şekli**

Katılımcıların *Instagram* hesaplarını özel mi, yoksa açık mı kullandıkları sorulduğunda, sorunun yanıtının 'evet' ya da 'hayır' dışında daha farklı bir deneye dayandığı görülmektedir. Tabloda son kullanım durumuna yer verilmiş olsa da katılımcılar zaman zaman iki özellik arasında geçiş yaptıklarını ifade etmektedirler.

Kapalı olarak kullanıyorum. Bazen çok nadiren görünmek istediğim zamanlarda bir haftalık falan açıyordum ancak özellikle erkek akrabalarımın dolayısıyla kapalı hesap yapmak durumunda kaldım. Akraba kaygım olmasa açık da kullanırım (K4).

Aslında açık olarak kullanmaya çalışıyorum ama kişisel sebeplerle zaman zaman kapattığım oldu (K5).

Daha önce açık kullanıyordum, yaklaşım bir yıldır kapalı hesap. Aslında geçen hafta açtım. Sonra neden kapalı kullandığımı anladım. Çünkü çok fazla taciz mesajı geliyor. Bu yüzden kapalı kullanmayı tercih ediyorum (K6).

İlk başta açık hesaptı. Fotoğraflarıma insanların erişmesini pek önemsemiyordum. Ancak fotoğraflarım çalındı, hesabım çalınmaya çalışıldı. Ondan sonra tanımadığım herkesi çıkardım ve gizli hesaba çevirdim (K15).

Yukarıda yer verilen katılımcı deneyimleri, hesapların ya da paylaşılan içe-

riklerin sınırlandırılması ile ilgili olarak yaşanan deneyimlerin önemli olduğunu göstermektedir. Diğer yandan katılımcıların içinde *Instagram* gibi sosyal medya platformlarının yapısı gereği açık hesap olarak kullanılması gerektiğini vurgulayan bir katılımcı da olmuştur:

Instagram'dayım ve orası herkese açık bir yer. Ben neden kendimi kısıtlıyorum diye düşünüyorum. O zaman orada olmayayım. Zaten Instagram böyle bir şey (K2).

Katılımcılardan biri (K7) iki ayrı hesap kullandığını ve bunu yapmak konusundaki nedenlerden birinin özel hesap olabilmesi, diğerinin ise daha hobilere yönelik ve herkese açık olabilecek içerikler paylaşılmasına yönelik olduğunu belirtmiştir.

### ***Katılımcıların 'yakın arkadaş' özelliğini kullanma nedenleri***

Katılımcıların aktardıklarına göre 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanılmasının farklı nedenleri bulunmaktadır. Katılımcıların bazıları özelliğın kullanılması nedeni olarak "çemberi / çeperi daraltma" ifadesini kullanmıştır:

Şu an aktif olarak her an kullanmıyorum ama ilk çıktığında süper bir özellik olduğunu düşünmüştüm ve o dönem sık sık kullanma sebebim Instagram kullanım şeklimin bugünkünden farklı oluşuydu. Şu an Instagram bir sürü başka özellik getirince kullanımım azaldı. Şu an çalışmıyorum. Olur da çalışmaya başlarsam hem hesabın gizliliği hem de diğer sınırlayıcı özellikleri çok daha fazla kullanırım. Tanımadıklarımı kabul etmemek için özel hesap kullanıyorum ama iş yerinden biri olsa kabul etmezlik yapamam, ama diğer sınırlayıcı özellikleri kullanmaya başlarım (K1).

İlk paylaşımım aleni olarak paylaşılabilir olan bir şeydi. Paylaştım ve gören 70 kişiye 30 kişiye falan düştü yani çember gitgide daralmaya başladı (K4).

Hesabımı zaten kapalı kullanıyorum. Dahil etmediğim insanlar var, zaten bir eleme sürecinden geçmiş oluyor. Bu da ('yakın arkadaş') ikinci bir eleme süreci oluyor... Instagram yakın arkadaş özelliği sayesinde iki farklı platform gibi oldu benim için. Biri Facebook'a yakın Instagram, diğeri de daha iç Instagram, böyle çeper gibi bir şey oldu (K8).

Yakın arkadaş özelliği, özellikle herkesle paylaşmak istemediğim ve benim için daha özel bilgiler ve anları paylaşmak istediğimde kullandığım bir özellik. Ben özellikle yakın çevrem, daha yakın, sıcak, samimi ilişkiler kurduğum insanlarla paylaşmak istediğim içerikleri bu özelliği kullanarak paylaşıyorum (K9).

Ben sosyal medyada kendime kapalı bir sistem kurmuşum, bir de üstüne orada tekrardan kapatıyorum aslında. Filtreye filtre uyguluyorum. (...) Ben eliminasyonu epey derine indiriyorum, sistemin bana verdiği izin doğrultusunda (K12).

'Yakın arkadaş' özelliğinin kullanılmasının nedenlerinden biri de ideolojiktir. Katılımcılar, ideolojik olarak ya da benzer hayat görüşü olarak yakın buldukları kişileri 'yakın arkadaş' listelerine eklediklerini ifade etmektedir:

Hesabım gizli olmasına rağmen yıllar içinde birçok insan birikti. Bu seneler içinde biriken insanların hepsiyle aynı samimiyette değilim ve her içeriğın kişiler tarafından görülmesini istemeyebiliyorum. Yani adı yakın arkadaş ama benim kullanım amacım

yakın arkadaş oldukları için değil. Ben 30-40 kişiyi yakın arkadaşla ekledim, onlar benim içeriklerimi görüyorlar. Belki diyorlar ki 'aa biz onunla yakın arkadaşımız'. Hayır, yakın arkadaş değiliz. Sadece o içeriği onların görmesi o an için benim açımdan herhangi bir sakınca yaratmayacağı için, münakaşaya yol açmayacağı, benimle ilgili özel bir bilginin onda olmasının beni rahatsız etmeyeceği için ekliyorum. Ancak onlarla yakın arkadaş değilim (K8).

İdeolojik görüşlerine göre aldım. Mesela göğsü açık bir fotoğraf paylaştığımda feminist zihniyete sahip olan insanlar -erkek bakışı muhakkak kadın bakışından farklı ama- en azından yadırgamaz. Bu yüzden onları ekledim. Aslında tabii yakın arkadaş değiller ama aynı zihniyete sahip kişiler demek herhalde daha doğru olur (K4).

Benim yüzünü bile görmediğim kişiler var listemde. Aslında ben orada bir şey paylaştığımda yanlış anlamayacak daha doğru tabirle yargılamayacak kişileri oraya ekliyorum. Bu bir şaka, fotoğraf, özel hayatla ilgili saçma bir ayrıntı da olabilir. En sonunda kullandığımı hatırlıyorum. Biz eşimle Tinder'da tanıştık, evlendiğimiz gün 'bir sola kaydırıldı konu nereye geldi' diye ben yakın arkadaşlarda yayınladım. Çünkü bu herkesin çok kaldıramayacağı bir şeydi. Daha çok yargılamayacak kişiler orada, aslında bire bir tanıdığım, çok yakın ilişkide olduğum kişilerden oluşmuyor. Biraz hayat tarzı ile bağlantılı (K6).

Yakın arkadaşlar özelliğini kullanırken öncelikle gerçekten yakın arkadaşlarımı seçme eklediğimi söyleyebilirim. Bunun dışında eklediklerim için ise, aslında tam olarak düşündüğüm şey 'bu kişi benim bu paylaştığımı yanlış anlar mı?' veya 'bu kişi paylaştığımı anlayacak kadar beni tanıyor mu?' Çok farklı kesimden insanlarla takiplesiyorum ve herkes beni şahsi olarak tanımadığı için bu paylaştığım şeyi farklı yönlere çekebilir, çocuksu ya da komik bulabilir. Onun için yakın arkadaşlar özelliğini kullanıyorum (K7).

Instagram'ı sosyal hayatın stresinden kurtulmak için kullanıyorum. Espri ve iğneleyici şeyler paylaşıyorum. Arkadaş ortamım çok farklı yerlerden olunca, kimseyi incitmemek adına ya da olumsuz bir tartışmaya sebebiyet vermemek adına sınırlandırma yapıyorum (K11).

Listedeki kişilerin azınlığı gerçek hayatta da benim yakın arkadaşım olanlar. En fazla 10 kişidir. Onun dışında olanlar herhangi bir paylaşım yaptığımda tepkisinden çekilmeyeceğim kişiler. Yüz yüze tanışmadığım ancak Instagram'da ekli olduğumuz insanlar da listemde var. Aynı dünya görüşünü paylaştığımı düşündüğüm, benzer olaylara aynı pencerelerden bakabildiğimi düşündüğüm arkadaşları oraya ekleyebiliyorum (K14).

'Yakın arkadaş' listesini ideolojik ya da benzer hayat görüşü üzerinden oluşan katılımcıların bazılarının listesinde bulunan kişiler yüz yüze tanımadığı kişileri de kapsamaktadır. İdeolojik duruş ya da benzer hayat tarzı katılımcılar için her zaman keskin politik göndermeleri ifade etmemektedir:

Yakın dünya görüşü, yakın espri anlayışı gibi etkenler var o listeyi belirlememde (K12).

Toplumsal olaylara, günlük olaylara verdiğim tepkiler çok fazla. Örneğin kadın cinayetleri, cinsiyet ayrımcılığı yapılan durumlar, haksızlıkların olduğu durumlar, etnik ayrımcılık vs. Bunun dışında sevdiğim film ya da müzikler de buna dahil olabiliyor. Bunların dışında kişisel beğenilerim de var. Toplumun genelinin çok çabuk kabullenemeyeceği ya da normal karşılayamayacağı şeyleri de paylaşabiliyorum. Bu yakın



arkadaş listemin de beni anlayabileceğini düşündüğüm için onlarla paylaşıyorum (K14).

... daha özel şeyler olduğunda ya da herkes tarafından anlaşılmayacak bir şey paylaşacağım zaman yine kullanıyorum (K6).

Diğer yandan katılımcıların bazıları (K3, K5 ve K10) ise daha sınırlı bir liste kullandıklarını ve bu listenin tanıdıkları kişilerden oluştuğunu ifade etmişlerdir. K5, 'yakın arkadaş' özelliğini DM'den mesaj göndermek gibi kullandığını söylerken K10 ise "herkesle alenen paylaşamayacağı, özel hissettiği ve müsait olmadığını düşündüğü hallerini" paylaştığını belirtmiştir.

'Yakın arkadaş' kullanmanın nedenlerinden biri olarak da katılımcıların bazıları ailevi nedenleri göstermektedir:

Eşimin ailesi var, benim ailem var ve biz üç gün üst üste alkol içerken fotoğraf koyduğumuzda bu bir sorun oluyordu. (...) Mesela köpek aldığımızı eşimin ailesinden bir süre sakladık laf yememek için, o zaman da kullanıyordum (K6).

Bir diğer katılımcı da ailevi nedenleri göstererek 'hikâyeyi gizleme' özelliğini kullandığını anlatmıştır. K3, hikâyelerini annesinden gizlediğini ifade ederken K4 ise daha geniş bir akraba çevresi çizmektedir:

Listemdeki tüm akrabalarımı kız kardeşim de dahil olmak üzere oraya (hikâyeyi gizle) koydum. (...) Akrabalardan gizli tutmamın sebebi benim değişimimi görmelerini istememem. Hem fiziksel hem de düşünsel anlamda değişimimi görmelerini istememem. Bu çok belirleyiciydi. İkincisi ve daha belirleyici olan etkense yadigarınma korkusu, salt endişe de değil, korku yani (K4).

Kadın katılımcıların bazıları (K4 ve K6) ise 'yakın arkadaş' özelliğini ya da bazen 'hikâyeyi gizleme' seçeneğini giyim tarzlarından dolayı kullandıklarını ifade etmişlerdir. Her iki katılımcı da dekolteyi vurgulamıştır.

Ayrıca iş ilişkileri nedeniyle 'yakın arkadaş' özelliği ya da 'hikâye gizle' özelliğinin kullanıldığı katılımcılar tarafından belirtilmiştir:

Bazı müşterilerim oluyor, onları takip etmek durumunda kalıyorum, o da beni takip ediyor. Ama benim onunla bir iş ilişkim var, başka ilişkim yok. İş ilişkim sabit tutmak ve onu özel hayatıma sokmamak için bunu yapıyorum (K12).

Yani iş ortamında çalışıyoruz. Burada bin bir türlü insan var. Oradaki herhangi bir paylaşım -illa siyasi bir şeyi kastetmiyorum, gündelik hayatla ilgili de olabilir- benimle ilgili bir konuşmaya, benim hayat tarzımla ilgili bir dedikoduya, benimle ilgili yargıların değişmesine neden olabilir. Bu diğer yandan benim kendimi sorguladığım bir şey. Neden yüzde yüz açık olamıyorum herkese karşı ama diğer yandan benim de bir özel hayatım var ve iş ortamında yaşadığım karşılaşmaları buradan ayrı tutmak istiyorum. Bu da benim içimde bir çelişki. Görmesini istediğim insanları seçiyorum (K8).

Bu kuruma gelene kadar sadece doktora dan kişiler vardı. Epey bir zaman bölümde olan kişileri eklemedim. Sonra samimiyetimin arttığı iki kişiyi ekledim ama onun dışında neredeyse kimse ekli değil. İş arkadaşlarımı özel hayatıma çok fazla dahil etmek istemiyorum. Hem mobbing kaynaklı hem de özel hayatımda ne yaptığımı ne ettiğimi görmesin yani (K14).

*K8* ve *K14*'ün akademisyen olduğunu ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin benzer endişeleri taşıdıklarını da vurgulamanın önemli olduğunu söylemek mümkündür.

### ***Katılımcıların 'yakın arkadaş' listesi belirleme deneyimleri***

Katılımcıların bazıları 'yakın arkadaş' listelerini sabit tutarken bazıları ise paylaşımına göre ya da kullanıcılarla ilişkilerine göre düzenlediklerini ifade etmektedir:

İki ya da üç kez değiştirdim ama son bir ay neredeyse hiç değişmedi. Listemdeki arkadaş sayısı artmasına rağmen değişmedi. Kemikleşmiş bir liste diyebilirim. Değiştirmeye ihtiyaç duymadım (*K4*).

İlk olarak yargılamaması önemli, sonra beni birebir tanıyan insanların orada olması önemli, üçüncüsü de tepki verebilecek, yani gülebilecek, cevap verebilecek birilerinin olması ve onun üzerine konuşabilecek birilerinin olmasını da seviyorum. O nedenle, sürekli listemi değiştiririm (*K7*).

O kadarını kafam kaldırmıyorum. İdeal olarak öyle olsun isterdim. Her paylaşım için ayrı bir liste yapabilmek isterdim. Bir kere yaptım, hata paylarını da kabul ederek o liste ile paylaşıyorum. Artık gitgide kullanım sıklığım da azaldı. Instagram'ı çok yoğun kullandığım söylenemez. Instagram'a ciddi bir mesai harcasaydım, hayatımla ilgili çoğu gelişmeyi oradan paylaşaydım buna dikkat ederdim. Ama zaman ve emek kaybını önlemek için daha az paylaşım yapıp onu da o liste üzerinden yapıyorum (*K8*).

Görece diğerlerine oranla daha sık ve daha uzun süreli ilişki kurduğum insanları, yargılamayacağından / yanlış düşünmeyeceğinden emin olduğum insanları, biraz daha sıcak ilişki kurduğum insanları o özelliğe dahil etmeyi daha uygun buluyorum. Yani, yeni tanıştığım bir insanı ya da senede sadece bir iki defa önemli günlerde iletişime geçtiğim birini, yakın arkadaş listesinde görmek istemem. Böyle olduğu takdirde de bir süre ilişkinin gelişmesini bekliyorum (*K9*).

'Yakın arkadaş' listesini sabit kullananların içinde iki farklı deneyime rastlanmıştır. *K4*, oluşturmuş olduğu listeden memnunken *K8* ise farklı paylaşımlar için listesini güncellemeyi istediğini ancak bunun zaman ve emek kaybı olacağını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra *K11*'in dile getirdiği üzere, anlık olarak değişebilmesinin yanı sıra *Instagram* hesap özelliklerinin değişmesiyle bu özelliği kullanım şekli de değişim göstermektedir:

Her paylaşımında içeriğe göre kişileri seçmeye çalışıyorum. Mesela siyasi bir şey paylaşacaksam tartışma çıkaracak arkadaşlarımı yakın arkadaş listesinden çıkarıyorum. Stres atmak için kullandığımdan böyle bir tartışmaya gerek yok... Espriyse paylaşımım, sadece erkek ya da kadın odaklı içerikse ona göre düzenliyorum listeyi. Bazen de ailemin görmemesi gereken şeyler oluyor. Anlık olarak ailemden gizlemek için kullandığım zamanlar... Bir yere gittiğimi bilmedikleri için oradaki paylaşımlarımı saklıyorum ama daha sonra eve geldiğimde her halükarda bahsediyorum, o şekilde öğreniyorlar. Sadece anlık kriz yaşamamak için. Aslında hesabım kapalı ama kapalı hesap içerisinde bir de yakın arkadaşlar listesi yapma sebebim, hesabımı gizli kullanmaya başlamadan önce filtreleme yapmamış olmam (*K11*).

Yeni birini arkadaş listeme eklediysen ve yakın arkadaşına ekleyebileceğim biriye onu hemen ekliyorum. Bazen de mesela eşime bir sürpriz yapacağım. Bunu mu alayım bunu mu diye soruyorum hikâyeden. O zaman eşimi listeden çıkarıyorum. (...) Herkesin gelmesini istemediğimiz bir şey duyurmak istiyorsak sadece gelecekle ilgili olduğu bir liste yapıp onu paylaşıyoruz. Gizli bir haberleşme olarak da kullanıyoruz aslında (K6).

'Yakın arkadaşlar' listesinin güncellenmesinin ya da değiştirilmesinin nedenlerinden birini, K6'nın söz ettiği gibi, "gizli bir haberleşme" yöntemi olarak da görmek mümkündür.

Kişi ile olan ilişkim değişiyorsa değiştiriyorum. Mesela bir arkadaşım vardı o listede telefonda da görüşüyorduk ama birkaç aradım ulaşamadım, bana da dönüş yapmadı, sonrasında tekrar görüşmedik de. Onu o gruptan çıkardım. Paylaşımına göre insanları sokup çıkarmıyorum o listeye (K12).

İnsanların bazılarının bir şeyleri paylaşmaktan çok bir dedektif gibi iz sürdüğünü hissettiğim zaman o takipçiyi oradan çıkabiliyorum. Benimle hiçbir şekilde iletişimi olmayan insanların her paylaştığıma anında ve hemen bakması. Bana bunu hissettirdikleri zaman onları o listenin dışında tutmaya çalışıyorum (K14).

K12 ve K14 ise listelerini güncellemekle ilgili olarak daha farklı endişeleri dile getirmişlerdir. Bunun yanı sıra, listelerin güncellemesi pratiği konusunda bazı katılımcılar daha anlık karar alabildiklerini ifade etmiştir:

İlk etapta sabit gibiydi. Klasik 3-5 akraba, iş yerinde hazzetmediğim 3-5 insan hariç gibiydi ama sonra Instagram'ın algoritması da değişiyor ya, 'Aaaa böyle biri vardı' diye karşıma çıkan insanlar da olunca o listeye eklenmeye başlamıştı. 'Ay ne alaka' deyip çıkardığım da oluyordu. Aşırı planlı ve stratejik değildi. Gündelik değişiyordu (K1).

Sürekli değiştiriyorum. Cinsiyete göre sanırım belirliyorum. Bazı erkekleri birtakım paylaşımlarımda yakın arkadaş listemden çıkarıyorum. Din önemli bir unsur. Alkollü bir şey paylaşacaksam, çok dindar arkadaşlarımı çıkarabiliyorum (K7).

Sabit bir listem yok, her paylaşımında değişiyor (K11).

### **Katılımcıların 'yakın arkadaş' özelliğini kullanan kişilere yönelik yaklaşımları**

Araştırmanın bir diğer alt sorusu ise "araştırmaya katılanlar *Instagram*'daki diğer kullanıcıların 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmalarını nasıl anlamlandırmaktadır" şeklindedir. Katılımcıların, başka kullanıcıların 'yakın arkadaş' listesinde olmalarını nasıl tanımladığı ve ne hissettikleri üzerine sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların tümü farklı kullanıcıların 'yakın arkadaş' listesinde olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların arasında 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmayanların kullanan kişilere yönelik düşüncelerinin daha sorgulayıcı ve onaylamayan bir tutum içerdiğini ifade etmek mümkündür:

Herhangi bir husumetim olmasa bile, iletişimimin koptuğu insanların eklemiş olmasına şaşırıyorum. Herhalde samimi buldukları için dahil ediyorlar ya da zararsız görüyorlar (K1).

Evet, yine anlamadığım bir şey. Ben onların yakın arkadaşı değilim. Neden oradayım? (...) Orada olmayı sevmiyorum (K15).

Ben o kadar da yakın arkadaş değilim, neden benim görmemi istiyor diye düşündüğüm oldu. Onların yaptıkları biraz bana ikiye bölünmüş gibi geliyor yani aslında ikiye bölünmüş değil de onun bir altı gibi. O zaman Instagram'a koyma. Instagram'a koymanın amacı zaten herkesin görmesi. Yani herkesin görmesini istemiyorum ama senin de görmeni istiyorum gibi. Gösteriş, teşhircilik olabilir (K2).

K13 ise kendisi 'yakın arkadaş' özelliğini kullanmasa da kullananları anlayabildiğini ifade etmektedir:

Rahatsızlık duymuyorum sadece anlam veremiyorum, bazen anlam verebildiklerim de oluyor. Ben akrabaları engelliyorum, onlar da akrabaları engellemek yerine paylaştıklarını görünce rahatsız olmayacak insanları katarak 'yakın arkadaş' oluşturmuş olabilir (K13).

Başkalarının 'yakın arkadaş' listesinde olmak K4 ve K7 için ise kendi kullanım pratiklerinin bir yansıması gibi:

Tanışmadığım kişilerin de listesindeyim. Çoğu kişi galiba böyle yapıyor. Bir tek ben yapmıyordum. İlk kendimi çok yadırgamıştım. Sonra baktım onlar da aynı şeyi yapıyorlar. Tokalaşmadığım insanlarla yakın arkadaş kategorisindeyim (K4).

Biri eklemişti beni listesine. Sonra fark ettim ki, gönderilerini beğeniyorum, yorum yapıyorum. Sanıyorum o yüzden. Daha önceden iletişim kurmuş olabiliriz ve biraz da olsa fikirlerimiz uyuşmuştur, eklemiştir (K7).

Katılımcıların, başkalarının 'yakın arkadaş' özelliğini kullanımına ilişkin değerlendirmelerinde farklı kategoriler belirlenmektedir. Bunlardan biri yargılanmamadır yani kullanıcılar paylaşımlarını yargılamayacaklarını düşündükleri kişileri 'yakın arkadaş'lara eklemektedir:

Yadırganma kaygısının olduğunu düşünüyorum. Kendi düşüncemden yola çıkarak ideolojik bir ortak paydada buluşmanın getirdiği bir beraberlikten söz edilebilir. Bazen de insan yabancı bir insana en özel şeyini göstermek istiyor. Söz gelimi bir yerde otururken karşı masanızda olan biri vardır, bir göz teması olur ve birden selamlarırsınız. Bir iki saat içinde size 30-40 yıllık yaşam deneyimini anlatır. (...) Bir yabancı tarafından bilinmesini istediğiniz bir duygusal arınmaya da kapı aralayabiliyor (K4).

İnsanların çizdikleri kalıp, mesela sporla ilgilenen bir arkadaşım var ve ben onun yakın arkadaş listesindeyim ama o alkollü bir masada paylaşım yapabiliyor. Bunu paylaşma güdüsüne sahip ama sporcu kimliği buna izin vermediği için herkesle paylaşmıyor. Olduğu gibi ve yargılamayacak, daha açık fikirli insanların bir araya geldiği bir liste olduğu için yakın arkadaş listesi, paylaşıyorlar. Mesela, komik bir yüz filtresi deniyorsa, bunu komik bulmayacak ya da dalga geçmeyecek ya da yakın arkadaş gibi dalga geçecek şekilde kullanıyorlar (K7).

Akrabalarından çekindiği, onların yadırgayacağını düşündüğü ama normal hayatında yaptığı davranışları herkese yayınlamak için ekliyorlardır (K10).

Kendi hayatında özel gördüğü konu ya da konu başlıklarını benimle paylaşacak samimiyette ya da aynı dünya görüşündeyiz. Ya da onun paylaştığı bir şeye olumsuz tepki vermeyeceğimi düşünerek paylaşıyor (K14).

Yargılanma, ideolojik yaklaşım, benzer geçmiş deneyimler ve diğer yandan hayat tarzı ile bağlantılı olarak alkollü içkinin görüldüğü paylaşımlar için 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanıldığı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir:

Bence kullanıcıların %60-70'i içki nedeniyle kullanıyor. İçkiyle gözükmek için. Türkiye'de alkollü bir içecek gözükmek çok net anlamları var. O anlamlar hayatınızın geri kalanını çok derin bir şekilde etkiliyor. Politik olarak sizi bir yere koyuyor aslında içki. Ne kadar kutuplaştığımızı söylemeye gerek yok zaten. Spektrumun sağında mısın solunda mısın? Bununla ilgili bir fikir yürütülüyor. En azından tahmin şansı %25'e indiriliyor (K8).

Alkol ya da farklı çevrelerde yer alanlar da ailelerini close friend'e eklemiyorlar, orada ekli olan insanlar görüyor. Alkol, clupler, barlar paylaşıyor (K15).

Mesela alkol kullanan arkadaşlarım var ama ailelerinden saklıyorlar, bazı sigara içenler de. Bara gidiyor, dans ediyor ama biliyorum onu ailesinden saklıyor. Hatta eşinden bile saklayanları gördüm, özel arkadaş alanını. Sadece ideoloji değil, yaşam pratiği ile de ilişkili bir şey (K4).

Bir önceki üniversiteden bazı arkadaşlar ekliyorlar, genelde muhtemelen onlar da ailenin görmemesi gereken şeyler. Demek ki, rahat hissettikleri için ya da onları eleştirmeyeceğimi düşündükleri için ekliyorlardır. Kadınların kültürel olarak aileden kaynaklı sebeplerle kullandığını düşünüyorum. Aynı durum şöyle de oldu. Aile yapısını bildiğim bir erkek arkadaşım alkol kullanmıyor ve alkollü ortama gidiyor, orada da gizli paylaşım var. Yani, bence aileden saklamak en baskın unsur (K11).

Katılımcılardan birinin siyasi nedenler üzerinde durduğu görülmektedir:

Siyasi fikrini yansıtacak bir paylaşım yapıp çalıştığı kurum, kuruluş ya da bilinir bir kişi ise sorun yaşamamak için yapıyor. Güvenilir bir liman orası (K12).

'Yakın arkadaş' kullanımına ilişkin deneyimleri K6 daha genelleştirip bir semsiye kavram altında "başını belaya sokmamak" olarak tanımlamaktadır.

Aslında en temel kullanım motivasyonu başını belaya sokmamak. Bu her alan için geçerli. Başına bela olmasın ama bunu da paylaşmak istiyorum. Bu her şey olabilir. Erotik bir fotoğraf olabilir, kıyafeti biraz daha açıktır, sakladığı bir şey olabilir. Siyasi bir şaka olabilir. Çok anlaşılmayacak tehlikeli bir şaka olabilir. İrkçılığa yorumlanabilecek ama aslında komik olan bir şey de olabilir. Ama genelde başını belaya sokmamak için. Bunlar bana bunu yapmaz, SS alıp beni şikâyet etmez ya da alıp patronuma göstermez, aileme göstermez diye kullanılıyor. Temelde güvenli bir alan (K6).

İş ortamı ile ilgili olarak 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanıldığı katılımcılar tarafından belirtilmektedir. K3, özel hayat ve iş hayatı ayrımını belirtirken, K14 ise mobbing vurgusu yapmaktadır:

Birçok sektörde olduğu gibi ülkemizde 'fişlenmek', 'mimlenmek' korkusu ve çekincesi tabii ki var. (...) Hem kişisel anlamda hem de işyerinde mobbinge uğramamak bakımından (K14).

İki katılımcı ise cinsel yönelim nedeniyle "yakın arkadaş" özelliğini kullanan kişilerin olduğunu ifade etmiştir:

Eşcinsel olup etrafının bilmediği insanlar var mesela arkadaşım olan. Onlar kız arkadaş ile ya da erkek arkadaş ile fotoğraf paylaşıyor (K13).

Mesela LGBTİ, *queer* hareketin içinde olan arkadaşlarım var, onlar da özelden paylaşıyorlar (K4).

K2 ise normatif ilişkilerde de 'yakın arkadaş' özelliğini kullananların olduğunu belirtmekte ve "sevgilisiyle öpüşürken fotoğrafını" paylaşanların da 'yakın arkadaş'ta paylaştığını ifade etmektedir. Başka kullanıcıların 'yakın arkadaş' özelliğini flört etmek nedeniyle kullandığı da ifade edilmiştir.

Erkekler falan ekliyor mesela, daha flörtöz şeyler. Kızların ilgisini çekmek için yapılan bazı eylemler. Close friend bir dating app'e dönüştü, çoktan değişti (K15).

Katılımcıların 'yakın arkadaş' kullanımına ilişkin bir diğer gözlemi ise ev içi mahremiyet olarak tanımlanabilir

Bazen böyle çok ev halleri oluyor insanların. Bazı insanları evinin içine sokmak istemiyor belki. Evinin içi, mahremini paylaşması. Bunu korumak istiyor olabilir (K8).

İlkokul arkadaşım var, close friend kullanıyor. Kızı ve eşi ile olan fotoğrafları, videoları orada paylaşıyor. Düşününce neden kızını ya da eşini başkasının görmesini istemezsin? Bilmiyorum, belki daha özel olduğunu düşünüyordur (K13).

Katılımcıların 'yakın arkadaş' kullanılmasına ilişkin gözlemlerinin içinde küfür de yer almaktadır. Katılımcılar, bazı kullanıcıların küfürlü içerik paylaşırken 'yakın arkadaş' özelliğini kullandıklarını gözlemlemiştir:

Çok küfürlü bir video paylaşırken de kullananlar oluyor. Bazıları dışarıdan öyle görünmek istemediği için daha edepsiz şakaları oradan yapabiliyor (K6).

Kadın bir arkadaşım Twitter'da son derece hanımefendi dururken, etliye sütlüye dokunmazken Instagram'da düz küfrediyor mesela, o daraltılmış çerçeve içinde (K4).

### **'Yakın arkadaş' listesinde olmanın uyandırdığı his ve düşünceler**

Katılımcılara yöneltilen sorulardan biri de başkalarının 'yakın arkadaş' listesinde olmanın onlara ne düşündürdüğü ve hissettirdiğine ilişkindi. Katılımcılar arasındaki tutumlardan biri rahatsızlık duyduklarına ilişkindi. Ancak bu rahatsızlık çevrimdışı hayatta yakın arkadaş oldukları insanların listesinde olmayı kapsamamaktadır.

Yakın arkadaşlarımla listesinde olmak bana kötü gelmiyor. Ama başkalarında olmak veriyor. Demek ki herkesle paylaşmıyor, bir gün beni de o listeden çıkarabilir diye düşündürüyor. Çok iyi gelmiyor, iyi hissettiren bir şey değil (K2).

Bazı katılımcılar ise rahatsızlık duymamasına rağmen bu durumu nötr olarak karşılamaktadır:

Tedirginlik ya da mutluluk duymuyorum. Çünkü sosyal medya benim için bir bariyer ya da limit değil. Benim için eklemiş, bitti, nötrüm. Gerçekten yakın olduğum kişiler eklediyse böyle düşünmüyorum (K3).

Aslında tedirgin hissetmiyorum ama benim açımdan anlamlandıramadığım bir durum. Benim için sorun değil. Aslında sormak istediğim bir şey onlarla ama bu incitici

olabilir. Bu nedenle ilgilenmiyorum (K5).

Gereksiz geliyor. Ben kullanmadığım için başkası farklı amaçlarla kullandığında bunu tam olarak anlayamıyorum. Çünkü benim bakış açım göre onun bakış açısı çok farklı. Böyle kabullenmek lazım herhalde deyip geçiyorum (K15).

Katılımcıların arasında başkasının 'yakın arkadaş' listesinde olmaktan memnuniyet duyanlar ise daha fazla sayıdadır. K1, listede yer almayı "kapalı gruba ait olma hissi içten içe tatmin ediyor gibi" diyerek memnuniyetini ifade ederken K7 ve K11 ise "kendini özel hissettiğini" belirtmiştir.

Bizim fakülteden bir hoca bacak bacak üstüne atmış ve sadece bacaklarını paylaşmış. Onu görünce şöyle düşünmüştüm, 'aa bu kadın önemli bir kadın, beni seçmiş, yakın arkadaşına koymuş' diye sevinmişim. Başka arkadaşlarda da onurlandığım oldu (K4).

Herkes benim gibi kullanıyordur diye düşünüyorum. Her gün görüştüğün insanlar değil orada yer alanlar. Demek ki beni çok yargılamayan biri olarak görüyor. Bu hoşuma gidiyor. Bana özel ve güzel geliyor. Bana güvendiğini düşünüyorum. Önceki arkadaşlarımın listesinde olmak ayrıca unutulmadığımı hissettiriyor. Onların listesinde olunca 'beni hala seviyor' diye düşünüyorum (K6).

Genel olarak mutlu oluyorum. Herkes aynı amaçla kullanmıyor olsa da, dediğim gibi bazıları sadece 3-5 kişiyi yakın arkadaş olarak ekliyor. 'Aaa, beni yakın arkadaş olarak görmüş' diye düşünüyor insan. Sanırım güvende hissetmediğim bir yakın arkadaş listesinde bulunmadım. Uzun zamandır görüşmediğim birinin listesinde olduğumda bunu sorguluyorum ama güvensiz hissetmiyorum (K9).

## Sonuç

SAS'lar kullanıcıların paylaşımlarının kimler tarafından görüleceğine ilişkin olarak kısmi bir karar vericilik imkânı sağlamaktadır. Bu çalışmada *Instagram*'daki 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanıcılar tarafından nasıl deneyimlendiği üzerine odaklanılmıştır. Nitel araştırma gereği varılan sonuçları tüm kullanıcılara genellemek elbette mümkün değildir. Bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlar katılımcıların düşüncelerini temsil etmekle birlikte, 'yakın arkadaş' fenomenine ilişkin genel yargılara ışık tutmaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, katılımcıların *Instagram*'da 'yakın arkadaş'a dâhil ettiği kişilerin gerçek bir duygusal yakınlıktan çok ideolojik duruş ya da ortak hayat tarzı üzerinden şekillendiği gözlenmiştir. Farklılıklar olmakla birlikte katılımcılar yüz yüze gelmedikleri kişileri 'yakın arkadaş' listesine eklemekten çekinmemektedir. Katılımcılar listelerinde yer alan kişilerin paylaşımlarını yargılamayacaklarını, "bela olmayacak"larını düşünmektedir. Alkollü içki paylaşımlarının 'yakın arkadaş'larla paylaşıldığı önemli verilerden biri olarak değerlendirilebilir. Bu paylaşımlar Türkiye'deki seküler hayat tarzının temel yansımalarından biri olarak görülebilir ve bu paylaşımların 'yakın arkadaş'ta yer alması kutuplaşmanın göstergelerinden biri olarak ifade edilebilir. Diğer yandan, politik paylaşımlar için de 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanılması kutuplaşmanın bir diğer yansımasıdır. Politik olarak değerlendirildiğinde 'yakın arkadaş' özelliği aslında bir yankı fanusu oluşturmaktadır.

Araştırma bulgularına göre, cinsiyet kimliği 'yakın arkadaş' kullanımı ile ilişkilidir. Kadın katılımcılar kendilerine ait ya da başkalarında görmüş oldukları paylaşımlarda dekolte gibi unsurların 'yakın arkadaş'ta paylaşılabilirliğini dile getirmiştir. Ayrıca cinsel yönelim de 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanılmasında etkili olabilmektedir. Derinlemesine görüşme katılımcıları arasında LGBTİ+ kimliğini açıklayan bulunmasa da bazı katılımcılar gözlemlerini ifade etmiştir. Diğer yandan araştırmanın birinci kısmında elde edilen verilerde cinsel yönelimi nedeniyle 'yakın arkadaş' özelliğini kullandıklarını paylaşan katılımcılar olmuştur. Cinsiyet kimliği ve cinsel yönelimin 'yakın arkadaş' özelliğinin kullanımına etkisi üzerine farklı çalışmalar yapmanın önemli olacağı düşünülmektedir.

Araştırmada ortaya çıkan sonuçlardan biri de paylaşımlarda dışarıda bırakılanların profilinin tanımlanmasıdır. Bu dışarıda bırakma 'yakın arkadaş' ya da 'hikâyeyi gizle' seçenekleri ile sağlanmaktadır. Burada iki grup öne çıkmaktadır: Aile, iş arkadaşları/çevresi. Ailenin dışarıda bırakılması daha çok akrabaları kapsayan bir filtrelemedir. İş arkadaşları ve iş çevresinin dışarıda bırakılmasının nedenleri ise iş ve özel hayatı birbirinden ayırmaktır. Özel ve kamusal alanın bir yansıması olan SAS'larda kullanıcıların bu ayrımı 'yakın arkadaş' özelliği gibi araçlarla inşa etmeye çalıştığını söylemek mümkündür.

Katılımcı deneyimlerine göre, çok tanımadıkları kişilerin 'yakın arkadaş'larında yer almak bazı katılımcılar tarafından hoş karşılanmasa da katılımcıların çoğu bu durumdan memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar için 'yakın arkadaş'ta yer almak, benzer dünya görüşünü paylaşmak, yargılamamak, tehlikeli olarak kabul edilmemek anlamlarına gelmektedir.

Araştırmada maksimum çeşitlilik örnekleme ulaşılmaya çalışılmış olsa da bazı sınırlılıklarla karşılaşmıştır. Bu nedenle araştırma bulguları 2000 sonrası doğanların deneyimlerini çok yansıtmamaktadır. Diğer yandan, yukarıda da söz edildiği gibi, LGBTİ+ ve hassas gruplar içinde tanımlanabilecek olan kişilerin de deneyimlerine de çok az odaklanılabilmektedir. Sonraki çalışmalarda hem kuşak hem de hassas gruplar üzerine çalışarak onların deneyimlerini araştırmanın önemli olacağı düşünülmektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçların genel bir değerlendirilmesi yapıldığında ise kullanıcıların sosyal medya paylaşımlarını bir anlamda öz-sansürden geçirdikleri ve bu nedenle hedef kitlelerini belirleme konusunda çeşitli ayarları (yakın arkadaş, hikâyeyi gizleme gibi) kullandıkları gözlemlenmektedir. SAS'lara ilişkin bu tür deneyimlere odaklanacak çalışmaların yapılması bireylerin kaygılarını ve gündelik deneyimlerini anlamlandırma için önemlidir.

## Kaynakça

- Arendt, H. (1970). *Men in dark times*. Harcourt, Brace & World.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Akışkan gözetim* (E. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and



- scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Chambers, D. (2013). *Social media and personal relationship: Online intimacies and networked friendship*. Palgrave Macmillan.
- Christensen, L. B., Johnson, R., & Turner, L. (2020). *Araştırma yöntemleri - Desen ve analiz* (A. Aypay, Ed.). Anı Yayıncılık.
- Creswell, J. W. (2021). *Nitel araştırma yöntemleri* (M. Bütün, ve S. Demir, Ed.). Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. (2021). *Araştırma tasarımı* (E. Karadağ, Ed.). Nobel.
- Devito, J. A. (2012). *The interpersonal communication book*. Pearson.
- Dianiya, V. (2021). Management privacy dalam penggunaan fitur "close friend" di Instagram (Privacy management in using the "close friend" feature on Instagram). *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(1), 249-266. doi: 10.25139/jsk.v5i1.2652
- Dunbar, R. I. M. (1998). The social brain hypothesis. *Evolutionary Anthropology: Issues, News, and Reviews*, 6(5), 178-190. doi: 10.1002/(SICI)1520-6505(1998)6:5<178::AID-EVAN5>3.0.CO;2-8
- Erdoğan, E., & Uyan-Semerci, P. (2021). *Toplumsal araştırma yöntemleri için bir rehber*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Granovetter, S. M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1361-1380.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59-82. doi: 10.1177/1525822X05279903
- Hennig, M., Brandes, U., Pfeffer, J., & Mergel, I. (2012). *Studying social networks: A guide to empirical research*. Campus Verlag.
- Hogan, B., & Wellman, B. (2014). The relational self-portrait: Selfies meet social networks. M. Graham ve W. H. Dutton (Ed.), *Society and the internet: How networks of information and communication are changing our lives* içinde (ss. 53-66). Oxford University Press.
- Kanai, R., Bahrami, B., Roylance, R., & Rees, G. (2011). Online social network size is reflected in human brain structure. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 279(1732).
- Kivran-Swaine, F., Govindan, P., & Naaman, M. (2011). *The impact of network structure on breaking ties in online social networks: Unfollowing on Twitter* [Konferans Bildirisi]. 29. ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI), ABD.
- Marshall, G. (2005). *Sosyoloji sözlüğü* (O. Akinhay ve D. Kömürcü, Çev.). Bilim ve Sanat Yayınlar.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel araştırma - Desen ve uygulama için bir rehber* (S. Turan, Ed.). Nobel Yayıncılık.

- Patton, M. Q. (2018). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (M. Bütün ve S. Demir, Ed.). Pegem Akademi.
- Sakinah, S. (2021). Analysis of the use of close friend feature on Instagram as a social networking site using communication privacy management theory. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(2), 95-104.
- Schmid, W. (2015). *Arkadaşıktaki saadete dair* (T. Bora, Çev.). İletişim Yayınları.
- Sibona, C., & Walczak, S. (2011). *Unfriending on Facebook: Friend request and on-line/offline behavior analysis* [Konferans Bildirisi]. 44. IEEE International Conference on System Sciences (HICSS), ABD.
- Stutzman, F., & Kramer-Duffield, J. (2010). *Friends only: examining a privacy-enhancing behavior in Facebook* [Konferans Bildirisi]. SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (ss. 1553-1562), ABD.
- We are Social (2021). *Digital 2021 - Turkey*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey> adresinden erişilmiştir.
- (2022). *Digital 2022: Another year of bumper growth*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> adresinden erişilmiştir.
- Wired (2018). *Instagram now lets you share pics with just 'close friends'*. [wired.com/story/instagram-close-friends/](https://www.wired.com/story/instagram-close-friends/) adresinden erişilmiştir.
- Wiseman P. J. (1986). Friendship: Bonds and binds in a voluntary relationship, *Journal of Social and Personal Relationship*, 3, 191-211.
- Yager, J. (1997). *Friendshifts: The power of friendship and how it shapes our lives*, USA: Hannacroix Creek Books, Inc.
- (2003). *Arkadaşlık acıtmaya başladığında* (A. Mercan, Çev.), Beyaz Balina Yayınları.

**Onam Bilgisi:** Katılımcılar işlem öncesinde bilgilendirilmiş, onamları alınmıştır.

**Etik Kurul Onayı:** T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Etik Kurulunun 07.05.2021 tarih ve 65836846-044-209624 sayılı etik kurul onayı mevcuttur.

**Çıkar çatışması:** Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Finansal destek:** Finansal destek bulunmamaktadır.

**Yazar katkı oranı:** Nihal KOCABAY ŞENER (%50), Sinan AŞÇI (%50).

**Participant informed consent:** Participants were informed before the data collection and they were asked to sign a form of consent.

**Ethics committee approval:** The ethics committee approval has been obtained from İstanbul Ticaret University Ethics Committee with report number : E-65836846-044-209624 on 07.05.2021.

**Conflict of interest:** There are no conflicts of interest to declare.

**Financial support:** No funding was received for this study.

**Author Contribution Rate:** Nihal KOCABAY ŞENER (50%), Sinan AŞÇI (50%).