

# SANAL GERÇEKLİĞİN PSİKOLOJİK YOLCULUĞU

Burak Sert\*

## Özet

Sosyal medya uzun zamandır hayatımızda. Hayatımızın büyük bir parçası olması ise son yedi-sekiz sene içinde oldu. PokomonGo oyunu ile birlikte de gerçek hayatımızı, alışkanlıklarımızı, dışarı çıkmamızı ve arzularımızı ne ölçüde ve ne kadar hızlı değiştirebileceğini gördük

Aslında insanlar sanal gerçekliğe yaklaşık 100 bin yıldır dille 5bin yıldır matematik ve 3bin yıldırın parayla alışmış durumda. İnsanların kendi kurduğu gerçekler, soyut kavramlar, (özgürlük, adalet, demokrasi, borsa, ekonomi gibi) iğreti durmadan yaşam amacımız olabilmekte, bin yıllardır bu kavramalar sebebiyle savaşlar çıkmakta, insanoğlu büyük organizasyonlar (devlet gibi) kurup, yönetip, devamlılığını sağlamakta.

Peki, sosyal medyayı diğer sanal gerçeklerimizden ayıran ne? İletişimin şeklini, hızını değiştirmesi, ulaşılabilirliğin çok kolay olması. Belki de en fazla dikkat çeken kimliksizleşme.

Bu bildiride insanlık tarihi boyunca sanal gerçekliğin varoluşundan itibaren geçen süreci psikolojik yönleri ve insanlar tarafından algılanışı, medeniyetimize etkisi tartışılıp; sosyal medyanın farkları ve etkisi değerlendirilecektir. Sonrasında ise kimliksizleşmenin insandaki psikolojik etkileri değerlendirilip, sosyal medyadaki kimliksizleşmenin tehlike mi toplumun uyum sağlaması gereken bir süreç mi olduğu tartışılacaktır.

**Anahtar Sözcükler:** Sanal gerçeklik, insanlık tarihi, sosyal medya, algı, soyut kavramlar, kimliksizleşme, psikoloji

---

\* İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi

## Sosyal Medya

Sosyal medya, tüzel ve gerçek kişilerin internet üzerinden yaptığı diyalog ve paylaşımların tamamı şeklinde tanımlanabilir. Sosyal medya bu tanımıyla 1970'lerden beri bireysel bilgisayar kullanımı ve internetin yaygınlaşmasına paralel olarak hayatımıza girmiş, giderek vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir.

Sosyal medya insanların iletişim şeklini değiştirmiştir. İletişimi basitleştirmiş, hızlandırmıştır ve yaygınlaştırmıştır. Aynı zamanda iletişimi ticaret nesnesi haline getirmiştir. Günümüz toplumunu tanımlanırken bile "ağ toplumu" benzeri tanımlamaları yaygınlaştırmıştır (Babacan v.d., 2011).

İnternetin 90'lı yıllarda hızla yaygınlaşması ile sosyal medya bireylerin daha fazla ilgisini çekmiştir. Değişen internet anlayışı, değişen sitelerle birlikte bireylerin paylaşım yapmasını kolaylaşmış, kitlelerin toplanması, düşüncelerin yayılması, haberlerin etkisi değişmiştir.

We Are Social'ın (2016) yayınladığı Digital in 2016 raporuna göre: dünyada internet kullanıcısı 3.4 milyar kişiyi geçmiş, aktif sosyal medya kullanıcısı ise 2.3 milyara ulaşmıştır. Bu rakamlar dünya nüfusunun %46'sı internet kullanabilmekte, %31'i ise aktif olarak sosyal medya kullanmakta olduğunu göstermektedir. Tarihin hiçbir anında bu kadar büyük bir kitlenin birbiriyle bu kadar kolay etkileşime girdiği görülmemiştir. Günümüzde her internet kullanıcısı sanal bir ortam üzerinden birbirini etkileme, karşıdaki insanın davranışları değiştirme, düşüncelerini yayma ve bunu saniyeler içinde yapabilme yeteneğine sahiptir.

Bazı internet sitelerinin üyeleri Çin'in nüfusuna yaklaşmış ve çoğu ülkeden daha fazla insanı barındırmaktadır. Facebook'un üye sayısı 1.7 milyara, WhatsApp ve Facebook Messenger'ın üye sayısı 1 milyara, Instagram'ın üye sayısı 500 milyona ve Twitter'ın üye sayısı 313 milyona ulaşmıştır (Statista, 2016).

Bütün bu kullanımın yaygınlığına rağmen, hala sosyal medya ve internetin sanallığından dolayı etkisi ve yeri tam anlaşılammamaktadır. İnsanların kafalarında sosyal medya hakkında şüpheler bulunmakta. İnsanlar ancak 2010 yılında gerçekleşen Arap Baharında sosyal medyanın etkisini ciddi bir biçimde ele almaya başlamıştır. Günümüzde ise PokemonGo adlı oyun ile insanların davranışlarını ne derecede değiştirdiğini, alışkanlıklarını, günlük rutinlerini nasıl etkilediğini çok açık bir şekilde görebilmekteyiz.

Fakat bütün bunlara rağmen sosyal medya ve internet deneyimi veya internet aslında insanların alışık fakat yabancı olduğu sanal gerçekliktir. Sosyal medya gerçekler, somutlar üzerinde etkisi olan bu yüzden de gerçek olan ama kullanıldığı ortam ve şekli itibarıyla sanal olan bir oluşumdur. Bu da hayatımıza sadece sosyal medya ile girmemiş insanlık tarihinin medeniyet tarihi olmasından itibaren farklı şekillerde kullandığımız bir gerçeklik türüdür.

## Sanal Gerçeklik

Sanal gerçeklik kavramı günümüzde makine-insan etkileşimini artırmak için geliştirilen insan duyularına hitap eden çoklu ortam şeklinde kullanılmaktadır. Bu tanımın izini sürdüğümüzde ilk kullanan edebiyatçı Ray Bradbury olmuştur (Kurbanoğlu, 1996). Yazar The Veldt adlı romanında Afrikalı bir ailenin çocukları için bir sanal gerçeklik ortamı oluşturduğundan, onların odasında Afrika bozkırlarını sanal olarak taşıyan bir sistem aldığından bahseder. Hikâyenin devamında çocuklarının bu ortama bağımlılıklarından endişelenen ebeveynleri, odalarından sistemi kaldırır. Hikâyenin sonunda ise sanal gerçekliğin gerçeklerle karışmasıyla Ray Bradbury sanal gerçeklik iyi mi kötü mü olduğunu, insanları nasıl etkileyebileceği tartışmalarının da öncüsü olmuştur.

Bu metin boyunca sanal gerçeklik günümüzde kullanılan anlamı ile kullanılmayacaktır. Somut kavramlar ile soyut kavramlar arasında sanal gerçeklik ile yeni bir önerme sunulacaktır.

TDK (2016) sanal kelimesinin anlamı için: “Gerçekte yeri olmayıp zihinde tasarlanan, merhum, farazi, tahmini” tanımı kullanmıştır. Somut kelimesi için varlıklarını duyulabilen, algılanabilen; soyut kelimesi için ise varlığı duyularla algılanmayan tanımlarını önermiştir. Bu metinde ise sanal gerçeklik soyut ile somut arasında kalan gerçekler olarak adlandırılacaktır.

Sanal gerçeklik bütün canlılar tarafından bir şekilde algılanabilen fakat somut veya maddesel olarak var olmayan, duyu organları ile doğrudan algılanamayan şeylerdir. Ancak maddesel olmamaları onları soyut yapmamaktadır. Soyut şeyler gerçekte varlıkları olmayan, sadece insan zihniyle hayal edilebilen şeylerdir. Sanal gerçeklerin ise canlıların onları algılamasıyla gerçekte var olduklarını söyleyebiliriz.

Sanal gerçekler duyu organları ile doğrudan değil dolaylı olarak algılanmaktadır, var oluşları duyularımız ile dolaylı olarak hissedilmektedir. Bu durum dolaylı da gerçeklerdir ve sadece canlıların algıları ile var olduğu için de sanaldırlar. Bunun için sıcaklık ve ısı kavramlarını örnek olarak gösterebiliriz. Sıcaklık somut olarak var olmayan bir şeydir. Isı ise somuttur. Sıcaklık, ısının canlılar tarafından hissedilmesiyle var olabilir. Cansız varlıklar için bir şeyin sıcak veya soğuk oluşu herhangi bir şey ifade etmez. Aralarındaki enerji aktarımı vardır sadece buna da ısı denir. Fakat canlı bir varlık bir şeyin daha sıcak veya soğuk oluşunu algılar. Bu da gerçekliktir. Bütün canlılar da sıcaklığı bir şekilde hissedebilirler. Tek hücreli canlılar sıcak veya soğuk durumlarda davranışlarını değiştirerek sıcaklığını algıladığını belli edebilir. Burada bütün canlılardan kasıt hücresel düzeyden, karmaşık yapılara kadar hepsini kapsamaktadır. Aynı şekilde sanal gerçeklik çokluk algımızı da kapsar. Tek hücreli canlıların çokluk algısını ekzositoz ve endositoz davranışlarından anlayabiliriz. Hücre içindeki çok bulunan maddeleri ekzositoz davranışı ile atarak, az bulunan maddeleri endositoz ile içeri

olarak yaşamlarını sürdürür. İnsanlarda ise çokluk algısı bu şekilde de var olduğu gibi, daha karmaşık düzeylerde algılanabilmektedir. Sayıların, saymanın üretimi ile insan çokluk algısı için bir alet geliştirmiştir. Herhangi bir masanın üstünde üç tane nesne olduğunu varsayalım, insan bu nesnelerin üç adet oluşunu direk kavrar ve daha sonra bunu “3” olarak nitelendirir. Bu durum sayıları, saymayı ya da matematiği soyut kavramlar içine sokmaz. İnsan üç adedi algıladığı için ona isim vermiştir. Çokluk ve düzeni algıladığı için bunu sistemleştirmiştir.

Çokluk algısı ve sıcaklık algısı gibi şeyler bütün canlılarda vardır. Buna iletişim, zaman gibi soyut olarak nitelendirilen şeyleri de ekleyebiliriz. Bütün bu kavramlar bütün canlılar tarafından bir şekilde algılanabilmekte fakat maddesel olarak gösterilememekte. Bu yüzden bu tür kavramlar için somut ve soyut kavramları eksik kalmakta. Bu sebepten ötürü bunları “sanal gerçeklik” olarak tanımlayabiliriz.

Sanal gerçeklerin iki çeşidini tanımlayabiliriz. Bunlardan birincisi: Bütün canlılarda doğal olarak algılanan iletişim, zaman, çokluk algısı, sıcaklık algısı gibi sanal gerçekler, hissedilen sanal gerçekliktir. İkincisi ise: insanlar tarafından hissedilen sanal gerçeklerin kullanımı ile üretilen aletler olan üretilen sanal gerçekliktir. Üretilen sanal gerçekleri; özgürlük, adalet, para fikri, borsa, matematik, dil gibi örneklerle çoğaltabiliriz.

Değer algısı hissedilen bir sanal gerçekliktir. İnsan ise değer algısı ve sayma algısını birleştirerek, işlevsel bir alet olan parayı icat etmiştir. Paranın değeri sadece insanların paraya değer vermesi ile vardır. Para bunun haricinde doğada bulunan diğer nesnelere gibi herhangi bir şeydir. Paranın basılması, onun belli bir kalıba sokulmasını ise sanal gerçekliğin somutlaştırılması şeklinde tanımlayabiliriz. Aynı şey zaman algısı için de geçerlidir. İnsan zaman algısını somut nesnelere kullanarak ölçeklendirmiştir. Hissedilen bir sanal gerçeklik ile somutu birleştirerek saatleri, yılları isimlendirmiştir. Bu da sanal gerçekliğin somutlaştırılmasıdır.

Üretilen sanal gerçekler çok karmaşık yapılarda bulunabilir. İnsanın var oluşunun devamı ile de karmaşık yapıları daha da artmaktadır. Hâlihazırda sanal gerçeklik tanımı için kullanılan şeylerinin birçoğu da üretilen sanal gerçekliktir. Sanal gerçeklik gözlüklerinden örnek verecek olursak; sanal gerçeklik gözlüklerinin yaptığı şeyler gözlerimizden çok da farklı değildir. Göze gelen ışığın hareketlerinin doğru konumlandırılmasıyla çalışan sanal gerçeklik gözlükleri bize hiç olmayan şeyleri göstermez, bu bağlamda görünenler de nesnelere göre gelen ışığın hareketidir.

### **Sosyal Medya ve Sanal Gerçeklik**

Sosyal medya da üretilen sanal gerçekliğin karmaşık bir formudur. Sosyal medyanın gerçeklerle bir bağlantısı yok diyemeyiz. Fakat nesne olarak maddesel düzlemde de gösteremeyiz. Gösterdiğimiz şeyler farklı metallere oluşmuş hard

diskler olacaktır. Bu da sosyal medyayı karşılamaz, fakat sosyal medya tanımı da soyut bir şey değildir. Bu yüzden üretilen sanal gerçeklik olarak konumlandırabiliriz. Sosyal medya diğer üretilen bütün sanal gerçeklikler gibi insan davranışlarını, algısını etkilemektedir. Bu bağlamda matematikten ya da borsadan, adaletten çok farklı değildir. Sosyal medyanın zararları ya da dezavantajları konusunda gerçekle bağlantı ile ilgili bütün argümanlar saçma olacaktır. Sosyal medya gerçeklerle olan bağlantımızı kaybetmemize yol açmaz çünkü o da bir gerçeklik biçimidir. Yine sanal gerçeklik tanımı çerçevesinde bu argümanı ele alacak olursak matematik de para da gerçekler ile bağlantının kaybolmasına yol açabileceği iddia edilmiş olunur. Burada iddia edilen matematik ve parayla ya da sosyal medya ile ilgili uğraşlar insan psikolojisine hiçbir zarar vermeyeceği değildir, sadece bunun gerçeklerle bağlantısı kopma gibi bir şey olmayacağı yönündedir. Çok fazla uğraşma, üstüne çok düşünme, diğer şeylerden kopma daha farklı patolojilerle tanımlanabilir.

Üretilen sanal gerçeklikler çoğu zaman işlevseldir. Algı ve duyumlarla çözüme kavuşturulmayan durumları, olayları çözmek için oluşturulmuştur. Bundan 70bin yıl kadar önce dili oluşturan insan da bu yetenekleri ile dünyayı fethetmiştir. Bu bir çeşit iletişim devrimidir, dünyanın üzerindeki etkisi ise insanoğlunun şimdiye kadar yaptıklarının tamamıdır (Harrari, 2012). İnternet ve sosyal medya ise bu iletişimin yeni bir basamağı olarak görülebilir. İletişim hissedilen sanal gerçekliktir. Yine bütün canlılar bir şekilde kendi türleriyle ya da başka türlerle iletişimde bulunur. Tek hücreliler ortam konsantrasyonu sayesinde, ağaçlar kökleriyle, karıncalar salgıladıkları kimyasallar ile birçok memeli çıkardıkları sesler ve kokular ile gibi örnekler verebiliriz. Üretilen sanal gerçeklik boyutunda ise: insanları diğer bütün canlılardan ayıran iletişimi kullanarak bilgi de üretebilmesidir (Yıldız, 2012). İnternet ve sosyal medya bilginin üretimine getirdiği yaygınlık konusunda insan medeniyetinin önemli bir dönüm noktası olacağı öngörülebilir. Matbaanın Avrupa'ya taşınması reformun, dolayısıyla Sanayii Devriminin öncülüdür. Şimdi ise bütün dünyayı aynı anda ulaşabilen bir mecraya sahibiz. Birçok sosyal medya ile örgütlenmiş toplu eylemler, teknolojinin gelişimin ivmesi, pazarlama anlayışının değişimi bahsedilen kilit taşının habercileridir.

İnternet bütün üretilen sanal gerçekleri bir şekilde kapsayarak, bazılarının gelişimine, bazılarının yok oluşuna katkı sağlayacaktır. Borsa ve para sistemlerinin internet ile değişimi gelişimine, yine borsa ve para sistemlerin Bitcoin gibi tehditlerle yok oluşuna katkısı örneklendirilebilir.

### **Sosyal Medya'da Kimlik ve Kimliksizleşme**

Bütün üretilen sanal gerçeklikler de olduğu gibi internetin ve sosyal medyanın da topluma tehditleri ya da aksak veya eksik kaldığı noktalar mevcuttur. Bunlardan en önemlilerinden birisi kimliksizleşme olabilir.

Kimlik kavramı son yüzyıl içerisinde yükselmiş, bireyselleşme ile daha önemli bir yer tutmuştur (Bilgin, 2007). Literatüründe kimliğe ilişkin benzer şeyleri anlatan farklı açılardan yapılmış tanımlamalar bulabiliriz. Kimliği kolektif aidiyetlerimiz, hayallerimiz, arzularımız, kendimizi tasavvur etme şeklimiz, yaşama biçimimiz, tanınma şeklimiz, ilişki kurma şeklimiz gibi hayattaki durum ve yerimizi bildiren niteliklerinin bütünü şeklinde genişçe tanımlayabiliriz (Bostancı, 1998). Kimlik yaşam boyu dinamik bir şekilde inşa edilen, doğal, süreklilik arz eden bir yaşantıdır (Tamer, 2014). Kimlik insanların “ben kimim, ne yaparım?” sorusuna verdiği yanıtları belirler. İnsanlar her zaman kimliklerine uygun davranmayabilir, fakat davranışlarını büyük ölçüde etkiler.

Kimlik inşası sürecinde insanların bir araya gelip, iletişim kurabileceği her yer anlamlıdır. Bu bir araya gelme mekânının sanal olması ile gerçek oluşu arasında kayda değer bir fark yoktur (Acun, 2011). Sosyal medya üzerinden kimlikler idealize edilerek sunulma eğiliminde, zamanla sosyal medya üzerindeki kimlik ile diğer ortamlardaki kimlikler arasındaki farklar azalmaktadır (Sütoğlu, 2015). Bu idealize edilmiş kimlik toplum nezdinde iyi olmak ya da kötü olmak olarak algılanmamalıdır. Var olan kimliğin ideal halidir. Bu durum radikalleşmeye de götürebileceği gibi kimliğin daha ılımlı olmasına da neden olabilir.

İnternetin yaygınlaşması ile anonimleşme diye tarif edilen, internet üzerindeki hesaplarda veya sitelerde kimliği saklama durumu da çok yaygınlaşmış durumdadır. Bu duruma anonimleşme demek pek de doğru gözükmemekle birlikte, bu metinde bunun için kimliksizleşme önermesi yapılacaktır. Psikoloji literatüründe yapılan kimliksizleşme tanımının ve etkilerinin benzerliği bu önermenin dayanak noktasıdır.

Kimliksizleşme bir grup içinde bireysel sorumluluk duygusunun kaybolması şeklinde tanımlanabilir. Bu kavram daha çok kalabalık davranışlarını açıklamak için kullanılmış olsa da, birey olmanın yitimi ile daha çok ilişkilidir (Morris, 2013).

Bireylerin kimliği göz önünde olmadığı zamanlar normalde yapmayacağı şeyleri çok daha rahat bir şekilde yapabilir. Le Bon kitle içindeki bireylerin, kitleleşmekten ötürü –kimlik algısının kolektif grup ile yitiminden ötürü- kitle içindeki bireylerin davranışları kolektif irksal, ilkel olduğunu söyler (Kayaoğlu, 2003). Le Bon’un burada belirttiği kalabalık grup davranışlarında bireylerin tek tek algılanmasından kaynaklanan etkiyi sosyal medya üzerinde, kim olduğu belli olmayan insanlar üzerinde de görebilmekteyiz. Sosyal medya üzerinde hakaret, nefret söylemlerinin çok kolay işlenmesi; bireylerin gerçek hayatta iletişimi sırasında söyleyemeyeceği şeyleri ağır ve doğrudan tehditler ve hakaretler ile paylaşması Le Bon’un tanımladığı durum ile büyük benzerlikler göstermektedir.

İnsanların aynı mekânda olmaması ile birbirlerine daha fazla zarar verebileceği; zarar verenin zarar göreni görmemesi durumda şiddetin dozunu

artırabileceği Miligram'ın yaptığı ünlü itaat deneyinin bir versiyonunda da açıkça gösterilmiştir. Katılımcıların verdiklerini düşündüğü elektrik şok düzeyi işbirlikçi başka bir odadayken artış göstermiştir (Hogg ve Vaughan, 2014). Bu durum da internet üzerinden birbirlerini görmeyen insanların; birbirleri hakkındaki şiddet ve hakaret içerikli tutumlarının daha rahat olmasına açıklama getirebilir.

Zimbardo'nun yapmış olduğu ünlü hapisane deneyinde; gardiyanlar gözlüklerini taktığı zaman kendilerini daha güvende hissetmiş; gözlüğünü takmayan gardiyan ise çok daha yumuşak başlı davranmıştır. Ayrıca gardiyanlar gözlüklerinin kendilerine güven verdiğini, rollerine daha kolay ısınmalarını sağladıklarını belirtmiştir. Zimbardo gözlüklerin kimliksizleşme üzerinde etkili olduğunu iddia etmiştir (Zimbardo, 2015). İnternet üzerinden açılan sahte hesaplar da bireyler üzerinde gözlükten çok daha fazla kimliksizleşme etkisi oluşturabileceğini düşünebiliriz.

## **Sonuç**

Sosyal medya kaçınılmaz olarak hayatımıza hızla daha sağlam kökler salmakta. Günden güne artan kullanıcı sayısı, iletişimi getirdiği nokta insanlık tarihinde benzersizdir. İnsan medeniyetinin gelişmesinde en önemli unsurlardan biri şüphesiz iletişimdir. 70 bin yıl Afrika'dan çıkıp dünyayı fethetmesi yaşadığı bilişsel devrim ve kazandığı esnek, zengin, bilgi üreten dil ile olmuş; sanayi devrimi ve reform hareketini hızlanmasında matbaanın büyük katkısı olmuştur. Bugün sanayi devrimin dördüncü dönemine doğru giderken ağ toplumu tanımı yapmaktayız. Artık bir yerlerde bir şeyler görebilmek için onların var olmasına ihtiyacımız olmadan sanal bir şekilde oluşturabilmekteyiz, artık buradan kilometrelerce ötedeki herhangi bir insana saniyeler içinde ulaşabilmekteyiz. Bütün bu gelişmeler yeni bir devrimin ayak sesleri niteliğindedir.

Bütün bunlar yaşanırken toplumsal hayata birçok tehdit de elbette olacaktır. Unutulmamalıdır ki reform hareketi de kilisenin yönettiği batı için bir tehditti. Bu tehditleri iyi, kötü yorumlamaktansa toplumsal değişimin bir parçası olarak görmek daha yerinde olacaktır. Kimliksizleşme örneğine dönecek olursak, birçok araştırma kimliksizleşme ya da anonimleşme durumunun oluşturduğu "kötü bireyleri" açıklamaya çalışırken; yine anonimleşerek biriken Wikipedia gibi örnekleri görmezden gelmekte. Birçok araştırma (Javanmardi v.d., 2009; Rowley ve Johnson, 2013; Lucassen ve Scharagen, 2010) Wikipedia'nın güvenilir bir bilgi kaynağı olduğunu göstermiştir. Bütün bu süreçler uyum sağlamamız gereken, olumlu ya da olumsuz yanlarıyla şeytanlaştırmamız ya da melekleştirmemize değil; etki edip daha faydalıya götürmemiz gereken gelişmelerdir.

İnsanlığın kurduğu medeniyetinin bilgi birikim hızı katlanarak artmakta, her geçen gün dünya daha da hızlı değişmektedir. Bu durumda sürekli uyum sağlayıp, değişimi önceden görebilmek; toplumu, kurumları, hukuk sistemi değiştirebilmek hayati önem kazanacaktır.

## Kaynakça

- Acun, R. (2011). Her Dem Yeniden Doğmak. *Milli Folklor*. 89, 66-77.
- Babacan, M. E. Haşlak, İ. Hira, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*. 6, 63-92.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. İzmir: Aşina Kitaplar
- Bostancı N. (1998). Etnisite, Modernizm ve Milliyetçilik, *Türkiye Günlüğü*. 50, 38-55.
- Harari, Y. N. (2015) *Hayvanlardan Tanrılara Sapiens: İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi*. İstanbul: Kolektif Kitap.
- Hogg, M. A. Vaughan G.M. (2014). *Sosyal Psikoloji*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Javanmardi, S. Ganjisaffar, Y. Lopes, C. & Baldi, P. (2009). User contribution and trust in Wikipedia. In *Collaborative Computing: Networking, Applications and Worksharing, 2009. CollaborateCom 2009. 5th International Conference on* (pp. 1-6). IEEE.
- Kayaoğlu, A.G. (2003). Kitlenin Psikolojisi ya da Sosyal Psikolojinin 'Kitle'si: Kitlede Yeni Bir Anlayışa Doğru. *Kurgu Dergisi*. 20, 205-218.
- Kurbanoglu, S. S. (1996). Sanal Gerçeklik: Gerçek mi Değil mi?. *Türk Kütüphaneciliği*. 10, 21-31.
- Lucassen, T. & Schraagen, J. M. (2010). Trust in wikipedia: how users trust information from an unknown source. In *Proceedings of the 4th workshop on Information credibility* (pp. 19-26). ACM.
- Morris, C. G. (2013). *Psikolojiyi Anlamak*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Rowley, J. Johnson, F. (2013). Understanding trust formation in digital information sources: The case of Wikipedia. *Journal of Information Science*. 39, 494-508.
- Statica. (2016). *Most Famous Social Network Sites 2016, by Active Users*. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
- Sütoğlu, T. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği. *Folklor/Edebiyat*. 83, 125-147.
- Tamer, M. G. (2014). Kimlik/lerin Seyrine Bir Keşif. *Folklor/Edebiyat*. 77, 83-99.
- Yıldız, T. (2012) İnsana Ne Açından Bakmalı. *Altüst*. 8, 37-38.



We Are Social (2016). *Digital in 2016*. <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>.

Zimbardo, P. (2015). *Şeytan Etkisi*. İstanbul: Say Yayınları.